

# [ Generaciones en balance ]



Ahorro, pensiones y la transformación  
del mundo laboral hacia la sustentabilidad  
y las nuevas tendencias comerciales.

**Heleodoro Mora Mares**  
Coordinador



**UNIVERSIDAD DE  
GUADALAJARA**

Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco



# **Generaciones en balance**

Ahorro, pensiones y la transformación del mundo laboral hacia la sustentabilidad y las nuevas tendencias comerciales

*Heleodoro Mora Mares*  
(Coordinador)



**UNIVERSIDAD DE  
GUADALAJARA**

Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco

## Generaciones en balance

### Ahorro, pensiones y la transformación del mundo laboral hacia la sustentabilidad y las nuevas tendencias comerciales

#### Coordinador:

Heleodoro Mora Mares

#### Directorio:

Mtra. Karla Alejandrina Planter Pérez  
*Rectora General*

Dr. Héctor Raúl Solís Gadea  
*Vicerrector Ejecutivo*

Dr. Jaime Francisco Andrade Villanueva  
*Vicerrector Adjunto Académico y de Investigación*

Mtra. María Guadalupe Cid Escobedo  
*Vicerrectora Adjunto Administrativa*

Mtro. César Antonio Barba Delgadillo  
*Secretario General*

Dra. Mara Nadiezhda Robles Villaseñor  
*Rectora del Centro Universitario de Ciencias  
Económico Administrativas*

Dr. José María Nava Preciado  
*Secretario Académico*

Licda. Denisse Murillo González  
*Secretaria Administrativo*

Dr. José Luis Santana Medina  
*Director de la División de Gestión Empresarial*

Dr. César Omar Mora Pérez  
*Jefe del Departamento de Administración*

#### Comité Editorial

Dr. Marco Tulio Flores Mayorga  
*Universidad de Guadalajara*

Dra. Paola Irene Mayorga Salamanca  
*Universidad de Guadalajara*

Dr. Pedro Daniel Aguilar Cruz  
*Universidad de Guadalajara*

Dra. Tania Marcela Hernández Rodríguez  
*Universidad de Guadalajara*

Dr. Israel Cordero Beltrán  
*Universidad de Guadalajara*

Dr. Rogelio Rivera Fernández  
*Universidad de Guadalajara*

Dr. César Omar Mora Pérez  
*Universidad de Guadalajara*

Dr. Carlos Estrada Zamora  
*Universidad de Guadalajara*

Dra. Cinthya Karina Camacho Sotelo  
*Universidad de Guadalajara*

#### Primera edición 2025

D.R. © 2025, Universidad de Guadalajara  
Centro universitario de Ciencias Económicas Administrativas  
Coordinación Editorial  
Periférico Norte N° 799, Núcleo Universitario Los Belenes,  
45100, Zapopan, Jalisco, México.  
ISBN electrónico: 9786075815831

Todos los Derechos son reservados. Esta publicación no puede ser reproducida ni en su totalidad o parcialidad, en español o cualquier otro idioma, ni registrada en, transmitida por, un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, foto-químico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia, o cualquier otro, inventado o por inventar, sin permiso expreso, previo y por escrito del autor.

*Hecho en México / Made in México*

Este libro fue dictaminado mediante proceso doble ciego por investigadores especialistas reconocidos a nivel nacional e internacional, miembros del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores.

# Contenido

- 7 Presentación**  
*Heleodoro Mora Mares*
- 9 Prologo**  
*Jesús Vaca Medina*
- 11 PRIMERA PARTE:**  
**Educación Financiera, Ahorro y Pensiones**
- 13 Educación Financiera y Desigualdad de Género en el Sistema de Pensiones**  
*Andrea Elizabeth Oliva Varela*
- 31 Factores del escaso interés de jóvenes universitarios por el ahorro y pensión para el retiro**  
*Margarita Solís Delgadillo*
- 55 SEGUNDA PARTE:**  
**Trabajo, Desempleo y Efectos en el Desempeño**
- 57 Trabajo en condiciones nocivas**  
*Pamela Naomi De La Peña Navarro*
- 77 El impacto de la pandemia en el desempleo en México**  
*Brenda Azucena Macias Rosas*

**93 La motivación a los colaboradores y su efecto en el desempeño**

*Aurelio Daniel Reyes Jaimes*

**111 TERCERA PARTE:  
Tendencias en comercialización**

**113 Adopción del e-commerce en la Zona Metropolitana de Guadalajara después de la pandemia del Covid-19**

*Axel Nazareth Espinosa Casillas*

**141 La aplicación de I.A. en los modelos de negocios en la actualidad**

*Pablo Ahiram Ramírez Dávalos*

## Presentación

Este libro titulado “Generaciones en Balance: Ahorro, Pensiones y la Transformación del Mundo Laboral hacia la Sustentabilidad y las Nuevas Tendencias Comerciales”, reúne una variedad de investigaciones y análisis en el campo de la economía y los negocios, abordando cuestiones relevantes y contemporáneas que impactan en la sociedad y en el mundo empresarial. A través de tres partes distintas, este libro examina áreas cruciales en el panorama económico actual.

### Primera Parte: Educación Financiera, Ahorro y Pensiones

- Educación Financiera y Desigualdad de Género en el Sistema de Pensiones Un análisis profundo sobre cómo la educación financiera puede influir en la desigualdad de género en el sistema de pensiones, y cómo abordar este desafío.
- Factores del escaso interés de jóvenes universitarios por el ahorro y pensión para el retiro Exploración de los motivos detrás del bajo interés de los jóvenes universitarios en ahorrar para su jubilación y cómo fomentar una mentalidad de ahorro.

### Segunda Parte: Trabajo, Desempleo y Efectos en el Desempeño

- Trabajo en condiciones nocivas Un análisis de las condiciones laborales adversas y sus efectos en la salud y el bienestar de los trabajadores, junto con propuestas para mejorar la situación.
- El impacto de la pandemia en el desempleo en México Un examen detallado de cómo la pandemia del COVID-19 ha influido en las tasas de desempleo en México y las implicaciones para la economía y la sociedad.
- La motivación a los colaboradores y su efecto en el desempeño Un estudio sobre cómo la motivación y el compromiso de los empleados afectan

su rendimiento laboral y cómo las empresas pueden cultivar un entorno motivador.

### Tercera Parte: Tendencias en Comercialización

- Adopción del e-commerce en la Zona Metropolitana de Guadalajara después de la pandemia del Covid-19 Un análisis de cómo la pandemia ha acelerado la adopción del comercio electrónico en la Zona Metropolitana de Guadalajara y cómo las empresas pueden adaptarse a esta nueva realidad.
- La aplicación de I.A. en los modelos de negocios en la actualidad Exploración de cómo la Inteligencia Artificial está transformando los modelos de negocios actuales y cómo las empresas pueden aprovechar esta tecnología para mejorar su competitividad.

Este libro, como parte del Programa de Investigación Temprana del Departamento de Administración, ofrece una visión panorámica de los desafíos y oportunidades en el ámbito económico y empresarial en la actualidad. Cada capítulo proporciona un enfoque único y enriquecedor sobre cuestiones importantes que afectan a individuos, empresas y la sociedad en su conjunto.

**Mtro. Heleodoro Mora Mares**

*Coordinador*

## Prólogo

La pandemia del Covid-19 significó la peor crisis económica en la historia de la humanidad, exacerbando problemas pre existentes y creando nuevos desafíos que implican decisiones políticas muy importantes, las cuales afectan de manera desproporcionada a los jóvenes y las nuevas generaciones.

En este contexto, el libro “Generaciones en Balance: Ahorro, Pensiones y la Transformación del Mundo Laboral hacia la Sustentabilidad y las Nuevas Tendencias Comerciales” surge como una herramienta vital para comprender y abordar tres problemas críticos que se han agudizado con esta crisis global: la sostenibilidad de los sistemas de pensiones, la transformación de los mercados laborales y la evolución de los modelos de negocios.

Desde inicios del siglo XXI, la sostenibilidad de los sistemas de pensiones se convirtió en una preocupación urgente alrededor del mundo, con especial interés en la región de América Latina. Evidentemente, la crisis y sus consecuencias políticas, sociales y económicas han encendido de nuevo los focos rojos: la ralentización del crecimiento económico, aunado a la caída de las economías por la crisis, así como el envejecimiento de la población, los altos niveles de informalidad y las brechas de género son factores que amenazan la sostenibilidad de los sistemas de pensiones. Este libro explora las estrategias necesarias para reformar y adaptar los sistemas de pensiones, asegurando su viabilidad para garantizar un futuro digno a las generaciones actuales y futuras.

Por otro lado, la pandemia significó la mayor pérdida de empleos registrados en la historia y ha acelerado cambios en la dinámica del trabajo, afectando principalmente a las personas con menores niveles de estudio y preparación y aquellas que

se encuentran en la informalidad, las cuales generalmente son mujeres, ocasionando un aumento en las desigualdades sociales y de género. A través de un análisis detallado, el libro ofrece una visión sobre cómo los jóvenes pueden adaptarse y prepararse para estos cambios, y cómo las políticas públicas y las empresas pueden fomentar un mercado laboral inclusivo y resiliente.

Por último, la crisis ha demostrado la necesidad de competitividad y adaptabilidad en el ámbito empresarial, destacando la importancia de la sustentabilidad y las nuevas tendencias comerciales, así como el uso de nuevas tecnologías como la Inteligencia Artificial. En los últimos años, hemos observado que las empresas que mejor se adaptan a las condiciones cambiantes del mundo de hoy son las que sobreviven, y hay una fuerte correlación entre estas y los avances tecnológicos que introducen en sus modelos de negocio. En este sentido, el libro analiza cómo las empresas pueden innovar y transformarse para no solo sobrevivir, sino también prosperar en un entorno económico cambiante y desafiante, mientras contribuyen a reducir la desigualdad y promover un desarrollo equitativo.

La importancia del libro “Generaciones en Balance: Ahorro, Pensiones y la Transformación del Mundo Laboral hacia la Sustentabilidad y las Nuevas Tendencias Comerciales” radica en su capacidad para ofrecer soluciones prácticas y visionarias a problemas que han ampliado las brechas de desigualdad en el mundo, tanto entre países como dentro de ellos. Al proporcionar un enfoque integral y orientado a la acción, este libro ayuda a entender y resolver los desafíos que enfrentamos, fomentando un futuro más justo y sostenible para todos.

En sus páginas, empresarios, académicos y tomadores de decisiones encontrarán las herramientas necesarias para enfrentar estos desafíos, y para trabajar juntos en la construcción de un mundo más equitativo y resiliente. Este libro no solo es una guía para navegar los cambios y desafíos actuales, sino también una invitación a transformar nuestras sociedades y economías para el bienestar de las generaciones presentes y futuras.

**Dr. Jesús Vaca Medina**

*Académico e Investigador -Miembro del SNII*

PRIMERA PARTE:

**Educación Financiera, Ahorro y Pensiones**



# Educación financiera y desigualdad de género en el sistema de pensiones

Andrea Elizabeth Oliva Varela<sup>1</sup>

## Introducción

La educación por sí sola permite que las personas puedan evolucionar, ser más conscientes, empáticas, reducir vulnerabilidades, entre muchas otras cosas. Hoy en día la educación es un derecho humano y por lo menos aquí en México todas las mujeres pueden estudiar y tener acceso a recursos que ayuden a fomentar su educación. No en todos los países es de esta forma, por ejemplo, en países como en Nigeria, Pakistán y Etiopía hay millones de niñas y mujeres que no han podido recibir una educación por temas de pobreza o cultura. A pesar de que en México no haya una prohibición para que las mujeres asistan a la escuela o puedan auto educarse, aún existe una desigualdad de género en la educación y en el sistema de pensiones.

Este documento tratará de evidenciar tres obstáculos actuales con los que las mujeres se enfrentan día a día, lo cual genera una brecha de desigualdad de género en el sistema de pensiones y está ocasionando que las mujeres tengan complicaciones

---

<sup>1</sup> Egresada de la Licenciatura en admiración del centro universitario de ciencias económico-administrativas, universidad de Guadalajara. [andrea.oliva3629@alumnos.udg.mx](mailto:andrea.oliva3629@alumnos.udg.mx)

con su plan de retiro. El artículo empieza por dar los antecedentes de la educación de mujeres en México y su evolución para poder tener un panorama de esta línea del tiempo. Continúa con la inclusión y educación financiera, aquí se verán algunos conceptos para poder entender más su importancia y su impacto en la sociedad. Después se presentan los tres obstáculos con los que las mujeres tienen que lidiar en México y cómo esto les afecta en el sistema de pensiones. Por último, están las conclusiones y veremos si la educación financiera está ligada a las desigualdades de género.

Hoy en día sabemos que el sistema de pensiones en México no es sostenible y está en la necesidad de reformas eficientes, lo cual es aún más preocupante para las mujeres debido a las ya existentes desigualdades. Por ello, el objetivo de este artículo trata de comprobar que la educación financiera es la solución para aminorar las brechas de género específicamente en el sistema de pensiones.

## **Antecedentes**

A través de los años las mujeres han logrado avanzar en la sociedad, romper estereotipos y obtener derechos de igualdad de género. Para tener una visión más amplia sobre estos logros nos tenemos que remontar al siglo XVIII y XIX en donde las niñas y mujeres apenas podían estudiar. De acuerdo con la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH) fue en el año 1867 cuando se promulgó la Ley de Instrucción Pública y se empezaron a abrir las primeras escuelas en México para que las niñas pudieran recibir una educación ya que el presidente de esa época, Benito Juárez, era fiel creyente que la educación era la clave para moralizar el país, tener independencia y respeto hacia la nación (CNDH, 2023).

La educación de nivel bachillerato y superior se implementó en los siguientes años, entre 1871 y 1890 ya había mujeres egresadas de instituciones de educación. Las mujeres que concluían esta etapa normalmente terminaban siendo enfermeras o en una profesional “femenil”. Esto fue un gran logro ya que en estas décadas las mujeres estaban educadas para servir el hogar solamente y aunque no eran muchas las mujeres que iniciaban o terminaban sus estudios, era un comien-

zo. (Córdova, 2023, p.45)

En ese entonces estaba pensando que las mujeres pudieran recibir una educación para prepararse y complementar sus labores del hogar, sin embargo, no era para ejercer una profesional e ingresar al mundo laboral debido a que se consideraba una falta de respeto hacia los esposos, padres o hermanos por romper con tradiciones y dejar de ser dependiente de una figura masculina. A pesar de ser mal vistas las mujeres que decidieron estudiar una profesional, si hubo varias mujeres que optaron por prepararse. Fue en el año 1887 cuando México tuvo su primera médica, Matilde Montoya Lafragua, en ese entonces muchos criticaron su esfuerzo y lo vieron como algo anormal, sin embargo, otros reconocieron el logro lo cual abrió muchas puertas para otras mujeres. Este fue un gran inicio para motivar y demostrar que era posible estudiar una profesional que no solo era para el género masculino, ya que en los próximos años se graduaron la primera abogada (1898) y la primera dentista (1909).

Con respecto a la participación de las mujeres en el sistema laboral, a finales del siglo XVIII y principios del siglo XIX con la creación del artículo 123 de la Constitución, las mujeres tuvieron más presencia en trabajos remunerados. En estos años las condiciones laborales no eran las mejores y más para las mujeres ya que había una desigualdad enorme en el salario y no tenían los mismos derechos que los hombres. Hasta el año 1970 fue cuando se empezó a ver una mayor participación de mujeres en el mundo laboral debido a la globalización según el Censo General de Población de 1970 y las Encuestas Nacionales de Empleo de 1991 y 2002. En virtud a estos grandes cambios, como el aumento de la esperanza de vida, los niveles de estudio y descenso de fecundidad cada vez son más las mujeres que tienen una vida activa económicamente hablando.

### **Educación e inclusión financiera**

“La educación financiera es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar” (OECD, 2013, p. 11).

La educación financiera es un proceso de desarrollo de habilidades y actitudes que, mediante la asimilación de información comprensible y herramientas básicas de administración de recursos y planeación, permiten a los individuos: a) tomar decisiones personales y sociales de carácter económico en su vida cotidiana, y b) utilizar productos y servicios financieros para mejorar su calidad de vida bajo condiciones de certeza”. (BANSEFI, 2016, p.67)

El Banco Mundial hace referencia a que la inclusión financiera significa tener acceso a productos financieros útiles y asequibles que satisfagan sus necesidades, tales como transacciones, pagos, ahorros, crédito y seguros, prestados de manera responsable y sostenible (López, 2021).

Hoy en día las mujeres tienen los mismos derechos que los hombres en todos los aspectos, hablando específicamente en la educación financiera y en el sistema de pensiones. La inclusión y educación financiera son la base para que las personas tomen las mejores decisiones para su retiro e inviertan su dinero adecuadamente. Conocer conceptos y definiciones básicas de finanzas es fundamental, cosa que no se puede lograr sin tener una educación financiera. Por ende, si uno no tiene una idea de lo que son las finanzas, probablemente tenga un plan deficiente para su retiro.

Tener todos los conocimientos necesarios y herramientas financieras no darán en automático la igualdad en el rol de géneros, sin embargo, la constancia en el aprendizaje, las decisiones tomadas asertivamente y las acciones darán resultado en tener equidad en el sistema de pensiones y generará oportunidades infinitas a las mujeres para que cuando llegue el día de jubilarse puedan vivir de sus pensiones con un estilo de vida digno. El simple hecho de que las mismas mujeres pueden generar circunstancias de equidad en el sistema de pensiones es sustancial y la clave para disminuir o erradicar por completo las desigualdades en el sistema de pensiones.

La inclusión financiera permite que las mujeres tomen decisiones que las favorezcan y que les deje vivir de la manera más cómoda posible, el estar educado financieramente no significa que las mujeres tengan que entrar al mercado laboral y dejar otros sueños. Aún existen muchas mujeres que les gustaría tener hijos y que no están interesadas en trabajar tiempo completo en un trabajo formal. El tener

una educación financiera les da conocimientos para buscar la mejor decisión que se adapte a su situación, las mujeres pueden dedicarse al hogar y tareas domésticas y aun así contribuir a su ahorro para el retiro. Las mujeres también pueden saber generar y administrar su dinero sin tener que ingresar al mercado laboral, ellas mismas pueden invertir su dinero o iniciar con un emprendimiento que les genere suficientes ingresos para abonar a sus Afores.

La educación financiera permite que las mujeres adquieran habilidades que las ayuden a vencer obstáculos, buscar alternativas, hacer planes de negocios, de inversión, de presupuestos, etcétera, y todas estas habilidades benefician a las mujeres al no depender de ningún hombre o persona externa. Actualmente existen muchas organizaciones que tienen como objetivo fomentar la educación financiera para que las mujeres tengan las herramientas adecuadas para salir adelante y dejar atrás las estadísticas desfavorables y comenzar a crear negocios e ideas que sean de utilidad para ellas. Educarse en temas de finanzas y economía va mucho más allá de adquirir simples conocimientos, educarse te permite tener libertad, al saber poner en prácticas el aprendizaje obtenido servirá para tener un mejor futuro, una pensión digna que te permita vivir sin tantas preocupaciones y descansar después de tantos años de trabajo.

Mundialmente las mujeres están en desventaja en cuanto a oportunidades laborales por varios factores, pero una manera de crear más oportunidades para las mujeres en el ámbito laboral es informándose de temas económicos - financieros y si es posible obtener un título, solo si es de interés para la mujer. No siempre los estudios universitarios son la mejor opción, para muchas personas fue todo lo contrario y les fue mejor emprendiendo, pero si están en las posibilidades y ganas de estudiar una carrera será muy útil para las que desean entrar al mercado laboral y obtener un puesto competitivo.

Según datos de la ONU Mujeres y el Banco Mundial, las mujeres entre las edades de 20 y 34 años tienen más probabilidades de vivir en la pobreza en comparación a los hombres, ese es un dato poco alentador para las mujeres que apenas se están independizando. Las mujeres en ese rango de edad están pasando por muchos procesos y situaciones retadoras y saber que las estadísticas no están a su favor es

decepcionante. Otro dato arrojado por la ONU Mujeres es que en los procesos de divorcios las mujeres sufren más obstáculos que los hombres, el impacto es mayor para las mujeres ya sea porque dependen económicamente de ellos, no se prepararon en temas de finanzas o se quedaron con toda la responsabilidad de los hijos (Organización Internacional del Trabajo, 2022).

Lo más injusto sería trabajar 20, 30, 40 años de tu vida y no tener ningún tipo de apoyo en una etapa de vulnerabilidad en donde el nivel de pobreza es mayor en la vejez. Todos los conocimientos son importantes, nunca hay que dejar de aprender, de educarse, de leer, pero actualmente las finanzas son una cuestión fundamental, nuestras generaciones no se pueden dar el lujo de no prever el futuro, el sistema de pensiones no es alcanzable para todos, el adquirir una vivienda hoy en día es sumamente difícil en donde se ha normalizado rentar para tener libertad de vivir en donde sea, pero la estabilidad económica y tener un bien propio es importante. Es por ello, que lo mejor que se puede hacer por uno mismo es invertir su tiempo en estudiar finanzas, el mercado, las instituciones y organismos financieros, la economía, cosas simples como la inflación, las inversiones, todo esto ayuda a que las personas tengan un plan, una visión, una estructura y sepan tomar decisiones a base de sus conocimientos y no de su puro instinto.

Ahora bien, si en realidad las mujeres no tienen ninguna restricción en el sistema de pensiones entonces ¿por qué las estadísticas confirman lo contrario? La respuesta es simple, las mujeres tienen más obstáculos para tener una pensión digna en su vejez, estando en una etapa de vulnerabilidad en donde la mayoría de las personas presentan dificultades físicas que les impide trabajar y tener estabilidad económica.

### **Falta de educación financiera**

El primer obstáculo que las mujeres presentan en el sistema de pensiones es la falta de educación financiera y cómo las generaciones pasadas crecieron sin estos temas ni los vieron durante sus años de estudio. Fue hasta hace poco, entre el año 2020 y 2022 que se ha propuesto incluir materias de finanzas en el plan de estudios desde el nivel básico para que los niños se vayan familiarizando con estos conceptos y estén preparados para su vida adulta y su plan de retiro. A pesar de que hoy en día ya existen muchas fuentes de información y de la gran iniciativa de incorporar

materias financieras, aún hay generaciones que nunca vieron estos temas y no se les plantó esta habilidad de auto educarse en temas financieros porque pensaron que no era importante o nunca lo iban a requerir.

En general, hoy en día las mujeres tienen altos porcentajes de niveles de escolaridad en comparación a los años 90, en donde el 15.3% de las mujeres no tenían escolaridad y en la actualidad sólo el 5.7% de las mujeres están sin ningún nivel de estudios. En los años 90 sólo el 21.3% concluían sus estudios de preparatoria y universitarios en comparación a los últimos años en donde el 44.9% son egresadas de estudios media superior y superior (INEGI, 2023).

Estos datos son muy alentadores y demuestran un gran avance en la educación de las mujeres en México, sin embargo, en cuanto a la educación financiera aún hay brechas debido a que se sabe que las mujeres tienen menos posibilidades de obtener una pensión de jubilación, están menos activas en el mercado laboral, ganan menos que los hombres, etcétera.

Un factor importante que puede llegar a determinar si un niño estudia o no es el tema de la pobreza y vivimos en un país en donde la mayoría de la población es de clase baja (E) con el 35% y con ingresos mensuales de \$5,400, de ahí le sigue la clase baja alta (D) con el 25% e ingresos de aproximadamente de \$8,900 (INEGI, 2021). Una investigación del Banco Mundial comprobó que las niñas que viven en la pobreza están en desventaja para poder estudiar o concluir sus estudios, suceso que no debería de ocurrir ya que todos tienen el derecho de estudiar, en especial los niños debido a que es una etapa fundamental para su desarrollo (Banco Mundial, 2022).

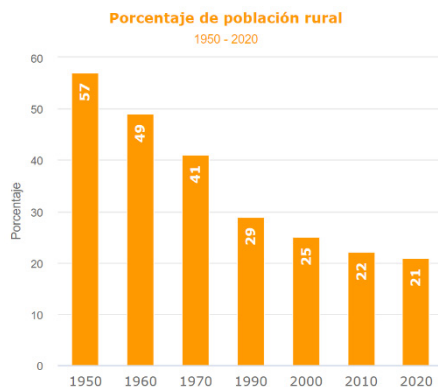
La educación financiera inicia desde casa, a partir de los 6-8 años los niños ya comprenden estos temas y aquí es cuando es fundamental incluir esta noción de conocimientos que los ayudará a estar preparados en temas económicos, financieros, inversiones, toma de decisiones, etcétera, según información de la revista Forbes y BBVA.

Es recomendable hablar con los niños a una temprana edad de temas financie-

ros-económicos y se vayan familiarizando con estos conceptos para que a lo largo de su vida tengan una experiencia positiva con este tipo de contenido. Ya cuando el niño esté en la primera, ahí ya se le pueden introducir al tema del ahorro y de inversiones debido a que tienen más noción de lo que es y de sus beneficios (Chamizo, 2022).

Aún existen muchos impedimentos para que las mujeres tengan acceso a una educación, esto puede ser porque viven en áreas rurales en donde no es viable asistir a la escuela ya sea por falta de instituciones o por los largos trayectos que las niñas tienen que hacer solo para llegar, sin considerar lo peligroso que esto puede llegar a ser.

Los niños que viven en estas zonas tienen una inasistencia del 17.1% a comparación de áreas urbanas con el 13.5% según datos del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE, 2019). En el censo de Población y Vivienda del 2020 se demostró que el 21% de los ciudadanos viven en zonas rurales, con una disminución gigantesca desde 1950, esto debido a la urbanización y los avances de los estados por mejorar el país. No obstante, el 21% de la población aún es considerable y esto dificulta que las niñas puedan tener acceso a la educación y desarrollarse adecuadamente (INEGI, 2020).

**Figura 1. Porcentaje de población rural**

Fuente: INEGI. Población total según tamaño de la localidad para cada entidad federativa, 1950 - 2010.  
INEGI. Censo de Población y Vivienda 2020.

*Nota:* INEGI. (2020). *Población rural y urbana.*

Ahora, si las niñas en zonas rurales o urbanas logran asistir a la escuela, deben de aprender y adquirir conocimientos y aquí existe otro reto, la violencia que las niñas sufren en las escuelas que les quita el interés de estudio, es decir, pueden llegar a sufrir acoso por los mismos compañeros o el personal académico, en donde estas personas carecen de valores y morales e impiden que las niñas continúen con sus estudios o que logren aprender sin dejar un efecto o un trauma.

La violencia de género puede llegar a afectar a las niñas en las escuelas a tal grado de que pueda tener efectos negativos a largo plazo que complique su proceso de aprendizaje y aumente el porcentaje de deserción escolar. En esta etapa crucial en las vidas de los niños y adolescentes es sustancial reforzar las materias y cursos de valores y ética para erradicar, o por lo menos disminuir, los conflictos que no ayuden con el aprendizaje.

De igual forma, también es importante incluir en todos los años escolares materias de educación financiera para crear hábitos sociales e intelectuales que ayuden a identificar problemas, recopilar información, desarrollar opciones o alternativas, evaluar cada alternativa y tomar la mejor decisión financiera. Hay muchos fac-

tores que impiden que las mujeres logren tener una educación financiera, afortunadamente tener acceso a internet o recursos financieros es mucho más fácil en comparación a décadas anteriores. Claro está que la educación que empieza en casa es fundamental para cualquier niño, por supuesto que no todas las familias viven en las mismas condiciones y tienen las mismas oportunidades, pero si se hace difusión de que existe información y recursos financiero en el internet y en bibliotecas, más padres pueden ilustrar a sus hijos o los mismos niños pueden auto educarse y aprender por sí solos. Algo importante que debemos entender es que tenemos que estar informados del sistema de pensiones, ya que las acciones que tomemos en nuestros años activos serán vitales para nuestros años de vejez.

### **Desigualdad en el hogar**

Otro obstáculo actual es la desigualdad en el hogar, donde niñas y mujeres sufren tratos diferentes por su género. Las mujeres están más involucradas en el hogar y realizan trabajos no remunerados, es decir, hacen las tareas del hogar ellas mismas sin apoyo externo que les quita muchas horas del día en especial si tienen hijos. En términos estadísticos, el 70% del tiempo de las mujeres está dedicado a trabajos no remunerados como limpiar la casa, cuidar a los hijos, hacer de comer, comprar la despensa, etcétera, y sólo el 30% o menos del tiempo de los hombres está destinado al hogar (IMCO, 2022b).

En el pasado era muy común que las mujeres se quedaran en casa y los hombres salieran a trabajar, sin embargo, el tener un hogar e hijos es una tarea de ambos, los hombres también son padres de los hijos y tienen que cuidar de ellos porque es su obligación, al menos que haya un acuerdo y ambos acepten de que las cosas se manejen así pero como ya vimos anteriormente con los antecedentes de la educación, las mujeres cada vez más están estudiando y obteniendo títulos, experiencia y aprendizajes que las ayuda en su ingreso al mercado laboral y encontrar sueldos competitivos que les permite solventar los gastos del hogar. Las mujeres que normalmente se quedan en casa y realizan las tareas del hogar, dejando de lado su plan de retiro, son mujeres que dejaron sus estudios sin concluirlos o mujeres con hijos que les agrada más quedarse en casa y cuidarlos. A fin de cuentas, no está mal quedarse en casa y realizar trabajos no remunerados, aquí lo importante es tener educación e inclusión financiera para poder contribuir al plan de retiro. Como

antes mencionado, la base de progresar en el sistema de pensiones es tener una educación financiera que nos permita tomar las mejores decisiones para no quedarnos en situaciones de vulnerabilidad. Los trabajos no remunerados son fundamentales para sostener un hogar, son trabajos que no se pueden dejar de hacer, por eso lo ideal fuera que todos en la casa contribuyan para que cada individuo pueda y tenga el tiempo de tomar decisiones sobre su vida y su plan de retiro. Los trabajos no remunerados toman mucho tiempo y no deben de ser un impedimento para poder tener espacio para otras actividades.

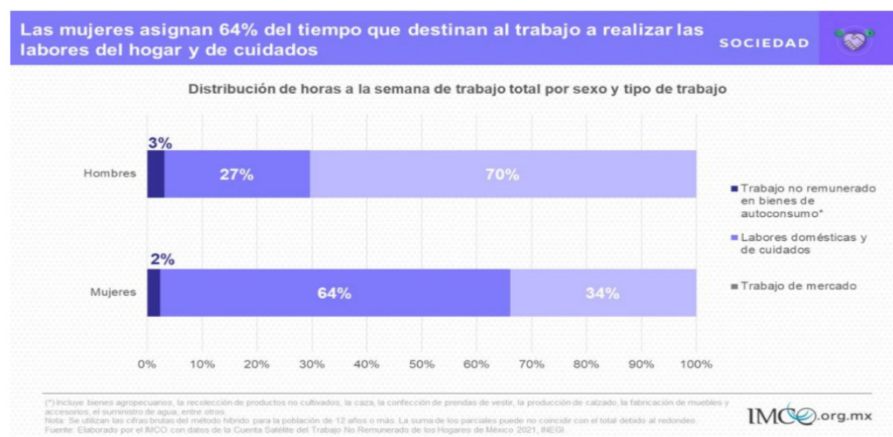
Se tiene que entender que los trabajos no remunerados no son fáciles, requieren mucho tiempo y nadie les están pagado por estas tareas, aparte las familias con ingresos mínimos no pueden contratar servicios de limpieza que las ayude a realizar estos trabajos para que ellas pueden salir a trabajar y cotizar semanas para su plan de retiro o hacer una contribución voluntaria.

Por eso es importante reconocer el sacrificio que hacen las mujeres al dedicar su tiempo a estos trabajos ya que mientras el hombre sale a trabajar, él está cotizando para que en su vejez obtenga una cobertura para su retiro. Los trabajos no remunerados no son malos, no se pretende demeritar a las mujeres que cuidan del hogar, sin embargo, en el sistema de pensiones no es lo ideal si se quiere obtener una pensión en la vejez. Si las mujeres solo se dedican al hogar y no trabajan en el mercado laboral, no están haciendo las aportaciones obligatorias que se requieren para cotizar y aspirar a una pensión.

El impacto que tienen los trabajos no remunerados enfocados en el plan de retiro es formidable, tanto como positivo como negativo. Es decir, en una mujer realizar trabajos domésticos el impacto puede llegar a ser negativo ya que requiere de mucho tiempo y no les da oportunidad de tener un empleo formal donde aportan a sus AFORES, causando que haya una desigualdad en el sistema de pensiones. Por el otro lado, los trabajos no remunerados ayudan a la economía del país, según datos de la ONU Mujeres, las labores domésticas simbolizan entre un 10% y un 39% del producto interno bruto (PIB), en pocas palabras los trabajos no remunerados reemplazan a servicios sociales que debería dar el gobierno y satisfacen los costos de cuidados de los miembros de la familia (ONU Mujeres, 2023).

Según información del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) en el año 2021 las tareas domésticas lograron un valor económico de 6.8 billones de pesos, el cual 4.9 billones fueron generados por mujeres y sólo 1.9 por hombres. Estos datos comprueban que las mujeres dedican mucho más tiempo a los cuidados del hogar y son básicamente el soporte lo cual impide que haya igualdad en el mercado laboral y por ende en el sistema de pensiones. Para poder reducir estas desigualdades es necesario que en el hogar se repartan equitativamente las tareas domésticas, sino muy difícilmente las mujeres tendrán el tiempo y las oportunidades para prosperar. (IMCO Staff, 2022b)

**Figura 2.** *Distribución de horas a la semana de trabajo total por sexo y tipo de trabajo*



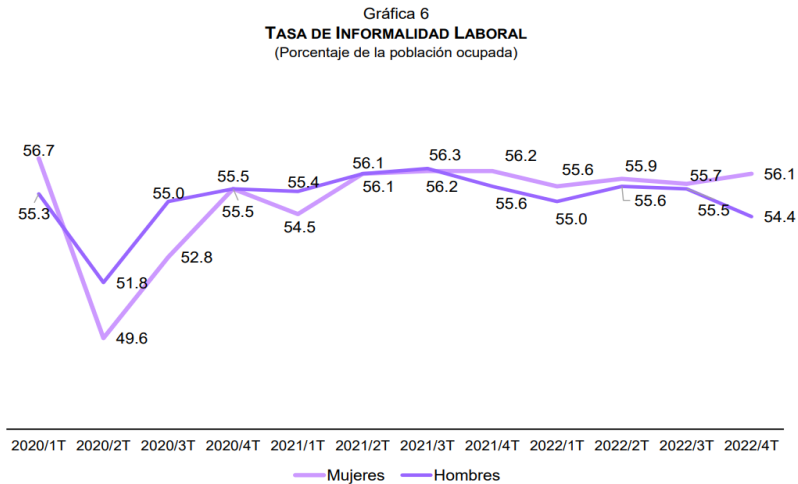
Nota: IMCO (2022b)

## Desigualdad en el trabajo

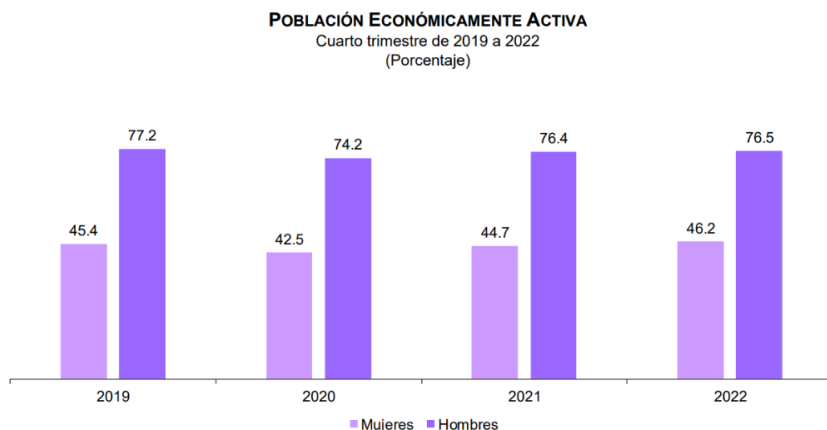
El tercer obstáculo es la desigualdad en el empleo, iniciando por el trabajo informal en donde veremos que estos empleos están ocupados mayormente por las mujeres (INEGI, 2023). El hecho de trabajar en el mercado informal te da muchas desventajas y pocos o escasos beneficios. Los trabajos informales están acompañados de salario bajos, poca protección hacia sus empleados en caso de accidentes y derechos, sin prestaciones, no cotizan en las Afores y no tienen una estabilidad o garan-

tía de conservar su empleo. Según el Centro de Investigación en Política Pública, la brecha de ingresos entre las mujeres y hombres es del 14%, en otras palabras, si un hombre gana 100 pesos, la mujer gana aproximadamente 86 pesos realizando el mismo trabajo (IMCO Staff, 2022a). Esto provoca que las mujeres salgan del mercado laboral y se dediquen al hogar u obtengan ingresos de otra parte sin cotizar sus semanas en el sistema de pensiones. En las siguientes gráficas elaboradas por el INEGI se puede observar que hay más mujeres laborando en trabajos informales y que los hombres están más activos económicamente.

**Figura 3. Tasa de informalidad laboral**



Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). Cuarto trimestre de 2019 y primer trimestre de 2020  
Encuesta Telefónica de Ocupación y Empleo (ETOE). Segundo trimestre de 2020  
Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, Nueva Edición (ENOE<sup>®</sup>) 2020, a partir del tercer trimestre de 2020

**Figura 4. Población económicamente activa**

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). Cuarto trimestre de 2019  
Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, Nueva Edición (ENOE<sup>h</sup>) 2020 a 2022

*Nota:* INEGI. (2023)

Los patrones crean estas brechas ya que ellos prefieren dar salarios más altos a los hombres que a las mujeres, por varias razones, por ejemplo, volvemos a los trabajos no remunerados, como las mujeres dedican más de la mitad de su tiempo en estas tareas y en sus hijos, si es que tienen, por ende, no creen que sean tan confiables que los hombres.

El embarazo es otro reto que las mujeres enfrentan, en muchas ocasiones los patrones no quieren contratar a mujeres porque se pueden embarazar y dejar sus actividades por 6 semanas en donde son pagadas esas semanas de ausencia. Incluso es común escuchar que a las mujeres que ya están embarazadas no las contratan, claro está que pueden ir a conciliación y arbitraje para demandar ya que eso es una discriminación, pero desafortunadamente no todas tienen estos conocimientos o decidir no invertir su tiempo en este proceso debido a que puede ser largo y no están en la posición de estar al pendiente de él por temas de tiempo y dinero.

Solo un pequeño sector es donde las mujeres ganan más que los hombres y son en los trabajos de construcción, minería y servicios de inmobiliaria. En estos sectores

sólo el 4% son mujeres y la mayoría tienen por lo menos estudios de licenciatura y están en áreas administrativas (IMCO Staff, 2022a). Estos datos no son muy alentadores, si es positivo que existan trabajos igualitarios pero estos sectores son difíciles físicamente, es decir, es más atractivo para los hombres que no tienen estudios y están dispuestos a trabajar en labores pesadas que requieren de fuerza física.

Adicional a estas limitaciones, está la inserción, con datos del Banco Mundial el 45% de las mujeres tienen participación en el mercado laboral en comparación a los hombres del 77%, es muy grande la diferencia en los números y aunque la participación de las mujeres es fundamental para la economía del país, las limitaciones que las mujeres enfrentan conforme sus responsabilidades de cuidados no les permite tener mayor inserción en el mercado laboral. Un factor que influye en la poca participación de las mujeres en el mercado laboral es la carga de tareas del hogar, como ya antes mencionado, estas actividades requieren de mucho tiempo que ocasiona que las mujeres no puedan cumplir con sus aspiraciones laborales. (Banco Mundial, 2021)

La violencia laboral está presente en muchos trabajos, las mujeres que sí están en el mercado laboral en ocasiones tienen que lidiar con situaciones bastante incómodas e incluso acoso. Es más común que haya violencia laboral hacia mujeres que a hombres, en donde salir a trabajo se puede convertir en una lucha constante. No todas las mujeres denuncian este tipo de acontecimientos, ya sea por miedo o por querer conservar su trabajo.

Según una encuesta realizada por parte de la Facultad de Psicología de la UNAM a 1,100 mujeres, se demostró que 6 de cada 10 mujeres sufren de violencia laboral, por ejemplo, tener un sueldo inferior en comparación con los hombres, actitudes sexistas, bajas o nulas posibilidades de tener un ascenso. Este último punto, las bajas oportunidades de una promoción es bastante fuerte y constata que las desigualdades en los trabajos siguen existiendo, provocando a las mujeres a disuadir de estudiar una carrera o de seguir en el mercado laboral formal. Mientras las mujeres ganen un salario mínimo, sus pensiones de jubilación seguirán siendo las mismas, insuficientes que no les dará una vida digna en una época con aún más

dificultades (Villavicencio, 2023).

Estos solo son algunos obstáculos generales que las mujeres tienen que enfrentar día a día en sus trabajos, sin considerar los problemas personales de cada una de ellas, todos tenemos limitaciones, obstáculos, retos individuales con los que tenemos que luchar constantemente, es por ello por lo que cuando las estadísticas cambian a favor de las mujeres es inspirador. A través de los siglos las mujeres han logrado bastante, hay mujeres que sobresalen a pesar de los impedimentos y son un ejemplo para seguir, pero aún hay muchas mujeres que no tienen las mismas posibilidades y las desigualdades en el país, en el gobierno, en los trabajos y en los hogares no ayudan a desaparecer los aspectos perjudiciales que imposibilita obtener una pensión.

## Conclusiones

El sistema de pensiones en México es insostenible actualmente y desigual entre generaciones y género por varias cuestiones, indiscutiblemente estas circunstancias ponen en desventajas a las mujeres. No todos los países cuentan con un sistema de pensiones sostenible y eficiente, es por ello por lo que todos debemos estar preparados para poder prosperar a pesar de las dificultades y no depender totalmente del gobierno. Con la creación de las Afores en 1997 se abrió la oportunidad de planificar nuestro futuro, es decir, no depender del gobierno para tener una pensión, ahora está en nuestras manos tener un plan de retiro.

Todos los obstáculos planteados para comprobar que, si existen desigualdades en el sistema de pensiones, deberían de impulsar a que las mujeres traten de disminuir estas inequidades. Por sí solo el sistema de pensiones es insostenible a largo plazo, tomando en cuenta las brechas de género y todas las dificultades, el tener una pensión de adulto mayor digna será poco probable para la mayoría. Es por esto por lo que solo podemos depender de nosotras mismas para hacer el cambio, las acciones que tomemos en estos momentos son esencial para achicar las desigualdades, como ya se mencionó, si cada obstáculo se trabaja, las oportunidades serán mayores para las mujeres. Si las mujeres dejan de hacer todos los trabajos no remunerados, tendrán más tiempo para trabajar y contribuir a sus planes de retiro, si las mujeres

estudian y se preparan van a crear más recursos para salir adelante y tomar buenas decisiones.

Si por algún motivo las mujeres no pueden disminuir estas brechas de género en su hogar, en la sociedad o en el gobierno, es comprensible, no todo se logra a corto plazo, pero no nos podemos quedar sin hacer nada. Aquí lo importante de la educación financiera, esto es y será el mejor aliado de cualquiera en el sistema de pensiones, si una mujer no puede romper con un obstáculo de los ya mencionados, entonces tendrá que auto educarse en temas de finanzas para no estar en momentos de incertidumbre por no saber qué será de ella en la vejez. No podemos depender del gobierno para tener una pensión de adulto mayor, solo podemos depender de nosotras, de nuestros conocimientos y de las acciones que tomemos para nuestro bienestar.

## Referencias

- BBVA. (s.f.). *Finanzas para niños*. Obtenido de <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/blog/finanzas-ninos.html>
- Chamizo, H. (20 de julio de 2022). Cuatro claves para introducir a los niños en las finanzas. *Forbes*. Obtenido de <https://forbes.es/economia/173704/cuatro-pasos-para-que-los-ninos-creen-buenos-habitos-con-el-dinero/>
- Córdova, M. (s.f.). *La Mujer Mexicana como Estudiante de Educación Superior. Psicología para América Latina*. Obtenido de <https://psicolatina.org/Cuatro/mexicana.html>
- IMCO Staff. (noviembre de 2022). *Brecha Salarial de Género*. Obtenido de IMCO: <https://imco.org.mx/brecha-salarial-de-genero/#:~:text=En%202022%20la%20brecha%20de,una%20mujer%20recibe%2086%20pesos.>
- IMCO Staff. (5 de diciembre de 2022). *Las Labores del Hogar son Trabajo*. Instituto Mexicano para la Competitividad. Obtenido de <https://imco.org.mx/las-labores-del-hogar-son-trabajo/>
- INEGI. (2020). *Población rural y urbana*. Obtenido de [https://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/rur\\_urb.aspx?tema=P](https://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/rur_urb.aspx?tema=P)
- INEGI. (noviembre de 2021). *Cuantificando la Clase Media en México 2010-2020*. . Obtenido de [https://www.inegi.org.mx/contenidos/investigacion/cmmedia/doc/cm\\_desa-](https://www.inegi.org.mx/contenidos/investigacion/cmmedia/doc/cm_desa-)

rrollo.pdf

- INEGI. (7 de marzo de 2023). *Estadísticas a propósito del Día Internacional de la Mujer*. Obtenido de [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2023/EAP\\_8M2023.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2023/EAP_8M2023.pdf)
- López, P. (8 de noviembre de 2021). *¿En qué se diferencian la inclusión, la educación y la salud financiera?* BBVA. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/pe/en-que-se-diferencian-la-inclusion-la-educacion-y-la-salud-financiera/>
- Morales, M. (2021). *La Dimensión de Género: Ausente en la Reforma de Pensiones en México*. Scielo. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/rlds/n33/2448-7899-rlds-33-135.pdf>
- OECD. (2013). *Advancing National Strategies for Financial Education*. Obtenido de [https://www.oecd.org/finance/financial-education/G20\\_OECD\\_NSFinEd\\_Summary.pdf](https://www.oecd.org/finance/financial-education/G20_OECD_NSFinEd_Summary.pdf)
- Villavicencio, E. (30 de abril de 2023). Desigualdad laboral, otra forma de violencia para la mujer. *UNAM Global*. Obtenido de [https://unamglobal.unam.mx/global\\_revista/desigualdad-laboral-otra-forma-de-violencia-para-la-mujer/](https://unamglobal.unam.mx/global_revista/desigualdad-laboral-otra-forma-de-violencia-para-la-mujer/)

# **Factores del escaso interés de jóvenes universitarios por el ahorro y pensión para el retiro**

Margarita Solís Delgadillo<sup>2</sup>

## **Introducción**

El objetivo de esta investigación es determinar y dar a conocer cuáles son los factores que influyen en la toma de decisiones económicas de los adolescentes y su escaso interés con respecto al ahorro y las pensiones para el retiro. Este trabajo podría servir en un futuro a nuestra Casa de Estudio la Universidad de Guadalajara y otras Instituciones para poner manos a la obra e incentivar de alguna manera a los estudiantes para adquirir el hábito firme por cultivar su educación financiera, el interés por el ahorro personal y las pensiones, lo que a su vez se vería reflejado a largo plazo en el crecimiento económico de la población.

Se realiza un estudio de corte transversal con una muestra focalizada de estudiantes universitarios activos, a través del formulario de Google Forms, integrado por un

---

<sup>2</sup> Egresada de la licenciatura en administración del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, Universidad de Guadalajara, Margarita.solis9773@alumnos.udg.mx

grupo de preguntas cerradas y otro de preguntas abiertas, además de complementar con una serie de datos con base en el pasado para verificar hechos históricos y poder determinar tendencias futuras; se presentan distintas certezas a través de la recolección de datos donde, tres cuartas partes de la muestra cuenta con una preparación formal en cuanto a conceptos financieros que les permitiría interesarse por el ahorro con fines de retiro y las pensiones, los cuales refieren tener su residencia dentro de la Zona Metropolitana de Guadalajara, en municipios como Zapopan, Tlajomulco etc. y foráneos, como Cocula y Autlán; de esta manera los encuestados resultan ser una excelente muestra representativa de la ZMG, quienes se desenvuelven dentro de un entorno que guarda una tendencia de relación 2 a 1 entre el número de personas que conforman los hogares de la ZMG y los que se hacen cargo del pago de servicios y manutención en general de dichos hogares.

### **Educación financiera**

Uno de los factores más importantes que intervienen en el interés por las pensiones y/o la decisión de ahorro con fines de retiro por vejes por parte de los jóvenes y la población activa es la educación financiera que los antes mencionados hayan adquirido a través de los años, bien sea a partir de una formación académica, desde el seno familiar, o por interés personal y como influencia del entorno en el que se desenvuelvan.

Describiendo a esta variable en su forma más abstracta encontramos que la educación es un mecanismo de formación por el que se adquieren conocimientos, los cuales pueden ser en base a cualquier ramo y ciencia, bien puede ser una formación religiosa, astrológica, de habilidades técnicas o sociales que permitan una mejor interacción entre individuos, el mar de posibilidades es infinito.

Hablando en temas financieros, Moreno (2017) describe a la educación financiera como uno de los elementos fundamentales para la toma de decisiones en las finanzas personales, dicho autor a su vez, ha tomado como ejemplo las palabras de Mandell (2008), quien de manera más específica nombra a la educación financiera como el conocimiento y capacidad que tienen los individuos en materia financiera.

Por su parte Hernández (2021) califica a la educación financiera como una herra-

mienta que puede ser utilizada por los interesados para reflexionar de forma consciente y anticipada acerca de sus elecciones monetarias, lo que ayuda a minorizar la incertidumbre y el riesgo que esto conlleva, dichas elecciones claro está, podrán ser mayormente asertivas a través de una capacitación previa y continua teórica-práctica.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2005) define en su principio número 1 a la educación financiera como el proceso por medio del cual tanto consumidores como inversores financieros pueden mejorar su conocimiento sobre los conceptos, productos y sobre todo los riesgos financieros a los que se podrían enfrentar en un futuro, esto, a través de información, instrucción y/o consejo objetivo, desarrollando las habilidades y confianza para tomar decisiones informadas.

Dicho concepto es compartido también por la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUCEF) quien afirma que la educación financiera permite que los individuos interesados puedan adquirir conocimientos y habilidades básicas para que a su vez los vuelva capaces de administrar mejor sus recursos, además de incrementar y proteger su patrimonio con la ayuda del uso adecuado y responsable de los productos y servicios financieros.

Como un granito de arena extra al concepto de la educación financiera por parte de la Comisión de Educación Financiera de Estados Unidos (2006) se obtiene que esta consiste en proveer información y conocimientos, además de ayudar a desarrollar las habilidades que se requieren para la evaluación de opciones que posteriormente servirán para tomar decisiones financieras de una manera más optima. Mientras que la Autoridad de Conducta Financiera del Reino Unido, *Financial Conduct Authority* por sus siglas en inglés “FCA” (2001), quien también es relevante mencionar, dice que la educación financiera consiste en desarrollar la capacidad de administrar tu propio dinero y finanzas llevando un seguimiento que te permita planear y elegir productos financieros para el futuro.

De esta manera se entiende que la educación financiera es pieza fundamental, herra-

mienta y aporte total del conocimiento financiero necesario y requerido para que las personas y en este caso los jóvenes y población activa quienes son el objetivo de este tema de estudio sean capaces de tomar decisiones financieras con el desarrollo de las habilidades que la EF pueda aportarles y estos tiendan a bien aprovechar.

## Ahorro

Dentro de las teorías macroeconómicas Milton (1976) lo define simple y llanamente como un “Residuo”, Villagómez (2009) lo define de una forma vaga, haciendo mención a que lo importante no es la manera en que se guarda, sino qué proporción de los ingresos propios se decide no consumir en el presente, en el día a día, lo cual consiste básicamente en una transferencia Inter temporal del consumo presente al consumo futuro, a lo que el autor interpreta de manera sencilla como tomar la decisión de realizar un gasto parcial y no consumir en su totalidad el ingreso personal, o postergar dicho gasto para después, en eventualidades futuras” es decir, guardarlo.

Rivera (2012) nombra al ahorro como el excedente que resulta de los ingresos de un individuo, menos sus gastos, Cavallo y Serebrskt (2016) determinan dicho concepto de una manera más extensiva e interesante ya que explican que el ahorro de un país se constituye de la suma de todas las decisiones de ahorro individuales de los actores de la economía, es decir que no se quedan solo con el individuo en sí, si no que incluyen a las familias, empresas y organismos del sector público. De esta forma se considera que habrá ahorro cuando los ingresos disponibles de los diferentes órganos ya sean públicos, privados o correspondan a los ciudadanos, sean mayores a los gastos, presentándose así un superávit de dinero.

Por otra parte, Zamora y otros (2018) definen al ahorro como un aspecto muy importante en la vida económica de las personas, ya que por medio de este se puede acumular riqueza, alcanzar una estabilidad y la independencia financiera. Una contribución muy importante al concepto de Ahorro es la que aporta la Comisión Nacional Bancaria y de Valores CNBV (2021) y que ha sido adoptado por muchos autores que toman a la CNBV como referencia bastante confiable.

La Comisión Bancaria de esta manera determina que el ahorro es un método que

sirve para afrontar emergencias económicas y de manera habitual impulsa a lograr objetivos a largo plazo o aprovechar oportunidades, sumado a esto menciona los tipos de ahorro existentes, de los que destaca al ahorro activo, el cual ocurre cuando una persona reportó que reservó dinero para el futuro, a través de instrumentos formales o informales durante un periodo de referencia.

## **Pensión**

Altamirano (2018) la define como un contrato de tipo social, el cual tiene como principal y primordial objetivo el proporcionarles a los adultos mayores un consumo digno, esto ya en los años en que es complicado generar ingresos.

Por su parte el Gobierno de México a través de la página oficial del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) describe a la Pensión como una prestación económica que tiene la finalidad de proteger al trabajador en distintas eventualidades como lo son los accidentes de trabajo (incluyendo accidentes de trayecto), padecer una enfermedad o accidentes no laborales y el cumplir al menos 60 años. Además de extender esta protección a los beneficiarios en caso de que el trabajador o pensionado fallezca.

## **Desarrollo**

El ahorro y las pensiones no son un tema nuevo para la sociedad mexicana, en el ámbito financiero internacional y a nivel nacional representa un factor importante en el desarrollo económico, sin embargo, en muchas ocasiones no se habla de su concepto y de la verdadera importancia que estos tienen en la vida del individuo en edad productiva, cayendo en el desconocimiento de los inconvenientes que podrían significar para los trabajadores al no contar con su beneficio llegado el momento del retiro por cesantía, edad avanzada, discapacidad por accidentes, ya sean laborales o no, o por enfermedad.

El concepto y la idea de Pensión aquí en México se adoptó con la llegada del Instituto Mexicano del Seguro Social IMSS en 1943, con los años han surgido distintos tipos de Pensiones, las cuales pueden ser públicas, privadas por medio de instituciones bancarias, contributivas (IMSS, ISSSTE...) u otorgadas de manera

no contributiva, como la pensión para el bienestar de personas adultas mayores, otorgada por parte del Gobierno federal a partir del 2001, incluso existen aquellas que son mixtas, sin embargo, la que se tomara de referencia en este artículo de investigación y la cual es de mayor interés es la asociada con el Instituto Mexicano del Seguro Social.

El sistema de Pensiones a partir de su nacimiento y hasta la fecha ha sufrido muchos cambios, aquellas Pensiones millonarias basadas en un modelo de Beneficio Definido (BD) y que eran alimentadas por el Estado y los trabajadores activos de una manera piramidal siguen existiendo, pero solo para aquellos trabajadores que se incorporaron a la vida laboral cuando aún estaba vigente el régimen de la ley de 1973, el cual continuo activo hasta el 30 de junio de 1997, atrás se quedaron esos años donde los ex trabajadores podían disfrutar de su retiro de una manera desahogada y libre de preocupaciones económicas ya que las pensiones eran bastas para cubrir las necesidades de las personas, siendo los montos mensuales del 70% sobre el salario que percibían al momento de su retiro o jubilación, además de gozar del beneficio de manera indefinida gracias a que la esperanza de vida contemplada al momento era más corta, sin embargo surgieron cambios por administraciones fallidas y modificaciones demográficas que no se tenían contempladas y para las cuales el sistema de Pensiones no estaba preparado.

Según datos abiertos extraídos del Consejo Nacional de Población CONAPO (2016) la esperanza de vida en Jalisco en 1950 era de 51.01 años en hombres y 54.13 años en mujeres; en el periodo de 1985 a 1990 estos valores aumentaron significativamente llegando a 68.68 años en Hombres y 74.18 en mujeres, de esta manera los fondos provenientes de las aportaciones de los trabajadores activos se volvieron insuficientes para seguir alimentando las pensiones de los ex colaboradores ya que al aumentar la esperanza de vida de la población, el índice de mortalidad se redujo.

La esperanza de vida continua en ascenso y es INEGI quien lo ratifica a través de su informe 2023 donde expone que en 2010 era de 74.8 años como promedio general nacional, 71.6 para hombres y 77.9 para mujeres, mientras que en el estado de Jalisco el promedio general fue de 75.0, para hombres de 71.8 años y en mujeres

78.3 años. Se estima que para el año 2030 se llegue a 77.02 años como promedio general nacional. De esta manera las proyecciones de pirámides poblacionales presentadas por CONAPO en su colección 2016 – 2050 indican un ensanchamiento en la punta de la pirámide que confirman la incapacidad del sistema pensionario para servir como sustento de próximas generaciones.

Es por esto por lo que el modelo de Beneficio Definido (BD) que se venía manejando terminó convirtiéndose en un modelo de Contribución Definida (CD) y surgieron las cuentas individuales a nombre de cada trabajador, dejando en manos de cada individuo asegurado la responsabilidad de ahorrar para su retiro.

Dichas cuentas individuales reciben las aportaciones tripartitas de forma obligatoria y son tripartitas ya que estas aportaciones son echas por el trabajador, el patrón y el Estado, el IMSS contabiliza las semanas cotizadas de cada trabajador, e instituciones privadas llamadas AFORES son las encargadas de manejar y administrar dichas cuentas, lo que cada individuo ahorre en su AFORE es lo que recibirá al momento de su retiro.

Sin embargo, ante el futuro desolador que representa el actual sistema de Pensiones para los adolescentes y demás población en edad productiva, no se ve un interés significativo por parte de estos en el ahorro y las pensiones, lo que podría causar en un periodo de 25 a 40 años una deficiente planeación de retiro cuando se llegue a la tercera edad, una vejez con carencias, el acceso limitado a pensiones, gastos en consultas médicas por no contar con una seguridad social como trabajador formal o ex trabajador y culminando con dificultades económicas.

La Hipótesis que surge respecto al tema del escaso interés es que, se debe a factores como la falta de educación Financiera, los ingresos que se reciben y el origen de estos, la calidad de vida con la que se cuenta en el presente y el entorno en que se desenvuelven, lo cual incluye gustos o la manera en la que se invierte el tiempo libre.

La juventud sigue con la idea de que al llegar a la vejez podrán vivir con lo ahorrado en su cuenta individual, lo cual no puede estar más alejado de la realidad si no se realizan aportaciones voluntarias, se lleva un plan de Inversión mediante las

SIEFORES o cualquier otra opción financiera para generar rendimiento, puesto que una cuenta individual sujeta a la modalidad de retiro programado recalcula cada año el monto de las aportaciones brindadas en base al saldo existente de cada individuo en su AFORE, lo que les genera mensualidades del 55 al 60% sobre el salario percibido los últimos 5 años anteriores al retiro, como ejemplo: si el salario de una persona de 38 años es de \$12, 000 pesos mensuales, podría llegar a percibir de su cuenta individual al momento del retiro tan solo de \$7,000 a \$7,200 pesos mensuales, esto sin considerar por supuesto el saldo de la cuenta, por lo que se puede apreciar que la calidad de vida de la persona se vería afectada considerablemente debido a la disminución del ingreso.

Como dato complementario y de acuerdo con la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera ENIF (2021), solo 41.1 millones de personas de 18 a 70 años tenían en ese año 2021 al menos una cuenta de ahorro formal, es decir, por medio de una institución bancaria o financiera, cifra que representaba apenas el 49.1% de la población en ese rango de edad. En 2018, este dato fue de 47.1 por ciento, lo que nos indica que más de la mitad de la población por distintos motivos no lleva el control de sus ingresos o quizá simplemente no tenga la conciencia de ahorro.

Lo preocupante es que esta parte de la población aun sin conocer en muchas ocasiones el funcionamiento de las cuentas individuales y los requisitos mínimos para acceder al beneficio de las pensiones prefieren destinar el ahorro al consumo de vestimenta, movilidad, ocio o esparcimiento, e inversiones a corto plazo.

1250 semanas cotizadas ante el seguro social, que corresponden a 24 años de trabajo, es uno de los requisitos principales con los que se deben cumplir, además de mantener tus derechos vigentes al momento de iniciar con el proceso para solicitar el beneficio de una pensión.

Para poder determinar cuáles son los factores que intervienen en el escaso interés por el ahorro para el retiro y las pensiones por parte de los adolescentes y la población activa, se tomó una muestra de jóvenes Universitarios a los que se les realizó una encuesta donde se abordan aspectos como la educación financiera, comportamientos y actitudes financieras, ingresos, además de la influencia por parte de fami-

liares y el entorno de los jóvenes encuestados en relación con decisiones de ahorro.

La encuesta se elaboró por medio de la aplicación Google Forms y fue compartida a través de grupos de WhatsApp a estudiantes de nivel superior de distintos centros universitarios dentro del estado de Jalisco, que actualmente estudian las licenciaturas de Administración, Contaduría Pública, Arquitectura, Derecho, Fisioterapia, Fotografía, Enfermería, Administración Gubernamental, Turismo, Historia y Electromecánica entre otras, del semestre en curso “enero- mayo” del 2023.

Se recibieron 71 respuestas de las cuáles 37, que son un porcentaje de 52.1%, corresponden a estudiantes del sexo femenino y 34, con un porcentaje de 47.9% corresponden al sexo masculino. La edad promedio de los estudiantes encuestados es de 25 años con una desviación estándar de 7.7.

**Tabla 1.** *Licenciaturas de la muestra*

Nombre de Licenciatura	Número de participantes	Porcentaje de la muestra
Administración (LIAD)	33	46.5%
Administración Gubernamental (LAGP)	7	9.85%
Contaduría Pública (LCOP)	7	9.85%
Turismo	5	7%
Derecho	4	5.6%
Enfermería	3	4.2%
Otros	12	17%

*Nota:* Elaboración del Autor

Cabe mencionar que de los 71 encuestados, los primeros 52 jóvenes son estudiantes del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, como se aprecia en la tabla 1, lo que nos aporta una certeza de que él 73.2% de esta muestra tiene conocimientos básicos financieros, adquiridos a través de materias del tronco común.

**Tabla 2. *Municipio de Residencia***

Municipio	Número de participantes	Porcentaje de la muestra
Zapopan	21	29.6%
Guadalajara	19	26.7%
Tlaquepaque	11	15.5%
Tlajomulco	7	9.9%
Tonalá	5	7%
Cocula, Autlán, etc.	8	11.3%

*Nota:* Elaboración del Autor

Referente al entorno o residencia de los encuestados, se observa que son habitantes de municipios como Zapopan, Guadalajara, Tlaquepaque, Tlajomulco y Tonalá en su mayoría, sin embargo, también un pequeño porcentaje son estudiantes foráneos pertenecientes a localidades como Cocula y Autlán de Navarro (Tabla 2).

**Tabla 3. *Reactivos***

Reactivo	Promedio	Desviación estándar	Mediana	Moda
Número de habitantes por domicilio	4.19	1.92	4	5
Número de habitantes mayores de 18 años por dom.	3.29	1.46	3	3
Número de habitantes que trabajan por dom.	2.36	1.23	2	2

*Nota:* Elaboración del Autor

Los datos demográficos (Tabla 3.), arrojan que el promedio de habitantes por domicilio es de 4.19 con una desviación estándar de 1.92; según la media, la conformación del 50% de los hogares de la muestra es igual o menor a 4 habitantes, a pesar de ser 5 el número indicado con más frecuencia en el levantamiento de la información.

Con respecto a la edad de los integrantes de estos hogares, el número de habitantes mayores de 18 años oscila de 2 a 4 personas, con un promedio de 3.29; según la media, el 50% de estos habitantes mayores de 18 años por domicilio es igual o mayor a 3.

Dato importante para mencionar es que de estos hogares el promedio de integrantes que corren con los gastos de vivienda, alimentación y servicios básicos como agua, gas y luz es de 2.36 con una desviación estándar de 1.23, es decir que frecuentemente 1 o 2 integrantes por hogar son quienes adquieren la responsabilidad de ser el sustento para familias conformadas de 3 a 6 personas.

**Tabla 4.** *Procedencia o fuente de ingresos*

Procedencia o fuente de ingresos	Número de participantes	Porcentaje de la muestra
Empleo	52	73.2%
Apoyo familiar	10	14.1%
Productos o servicios que promueven por cuenta propia	6	8.5%
Otros	3	4.2%

*Nota:* Elaboración del Autor

Los recursos con que cuentan los jóvenes encuestados corresponde a su empleo, representando al 73.2% de la muestra, sin embargo se puede observar que 10 de los participantes cubren sus necesidades y manutención derivado de apoyo familiar, es decir el 14.1%, mientras que un porcentaje del 8.5% se dedica a promover productos y servicios por cuenta propia como fuente de ingresos, solo el 4.2% de los participantes no especifican la procedencia de sus recursos, lo que es importante mencionar es que, 26.8% de la muestra, al no contar con empleo formal, son excluidos lógicamente de la seguridad social que les permita el poder acceder a una pensión de retiro (Tabla 4).

**Tabla 5.** *Horas invertidas en redes sociales por semana*

Horas invertidas en redes sociales por semana	Número de participantes	Porcentaje de la muestra
Menos de 2 horas	9	12.7%
De 2 a 6 horas	34	47.9%
De 6 a 10 horas	23	32.4%
Mas de 10 horas	5	7%

*Nota:* Elaboración del Autor

Esta tabla (Tabla 5.) podría ser un indicador de la manera en que los jóvenes invierten parte de su tiempo en el día a día a manera de ocio, con fines laborales, o como una opción de comunicación para enviar y recibir información o mantener contacto con otros individuos. Lo que es evidente es que al hacer uso de las redes sociales queda claro que se cuenta con acceso o conexión a internet, que podría significar una opción para adquirir conocimientos financieros.

La tabla muestra una fuerte tendencia en hacer uso de las redes sociales de 2 a 10 horas por semana, lo que fue indicado por los participantes de la encuesta; 34 personas que representan el 47.9% dijeron que las utilizan de 2 a 6 horas de manera semanal, 23 personas más dijeron que el tiempo se extiende hasta 10 horas, solo el 7% de esta muestra reconoció que son más de 10 horas las que dedican al uso de redes sociales por semana.

**Tabla 6.** *Horas utilizadas en educación financiera (EF) de forma mensual*

Horas utilizadas en educación financiera (EF) de forma mensual	Número de participantes	Porcentaje de la muestra
Menos de 2 horas	36	50.7%
De 2 a 6 horas	22	31%
De 6 a 10 horas	8	11.3%
Mas de 10 horas	5	7%

*Nota:* Elaboración del Autor

Por otra parte (Tabla 6.), tratándose de temas financieros, los resultados fueron totalmente adversos a el uso invertido en redes sociales ya que el 50.7% de la muestra, lastimosamente, reconoció hacer uso del menor tiempo posible para adquirir cualquier tipo de educación financiera de manera mensual, esto es, menos de 2 horas al mes; 31% más de la muestra, menciona invertir de 2 a 6 horas mensuales en el mismo fin (EF), tan solo el 18.3% restante de la muestra aseguro utilizar su tiempo de manera favorable en adquirir educación financiera de 6 a 10 horas o más mensualmente, porcentaje que podría corresponder a los jóvenes que actualmente cursan la licenciatura en Contaduría Pública.

**Tabla 7.** *Concepto de Ahorro*

...es la acción que representa:	Porcentaje de la muestra	Propósito o finalidad	Porcentaje de la muestra
Guardar dinero	57.75%	Futuro	17.81%
Reservar ingresos	7%	Emergencia	12.33%
Destinar ingresos	7%	Meta	12.33%
Administrar ingresos	3.5%	Necesidad	11%
No gastar dinero	3.5%	Prevención (Situación/ Imprevistos)	9.6%
Excluir dinero del consumo	3.5%	Crear un fondo	6.85%
Acumular dinero	3.5%	Inversión	5.5%
La diferencia entre ingreso y consumo	1.75%	Optimizar el consumo de recursos	4.11%
Otros	12.5%	Otros	20.47%

*Nota:* Elaboración del Autor

Para conocer un poco sobre el dominio en conceptos financieros con el que cuentan los participantes de la muestra se les pidió que, con sus propias palabras, mencionaran el concepto de “Ahorro” (Tabla 7.), los resultados fueron los siguientes: Más de la mitad de la muestra, el 57.75% coincide en que el ahorro es la acción que representa “guardar dinero”, sin embargo porcentajes más reducidos del 7% agregaron definiciones como “Reservar y Destinar ingresos”...para tal o cual fin; otros

tantos más con un porcentaje del 3.5% pero no menos significativos, realizaron su aportación al concepto de Ahorro con definiciones como “Administrar ingresos, excluir del consumo, no gastar o acumular el dinero”, solo una pequeña parte de la muestra correspondiente al 1.75% coincidió asertivamente con Rivera (2012) al mencionar que el Ahorro es la diferencia entre ingreso y consumo; de forma complementaria es interesante puntualizar que existen coincidencias en el destino que se suele dar al ahorro, ya que aunque no se les pregunto de manera directa o textual en que lo podrían utilizar, los propios participantes de la encuesta, respondieron de la siguiente manera a la pregunta abierta: Futuro, Emergencia y Meta, fueron los términos más utilizados con 17.81%, 12.33% y 12.33% respectivamente, lo que demuestra la tendencia a “Reunir dinero” con un objetivo definido y no como un estilo de vida; tan solo 5.5% de la muestra visualiza el ahorro con “movimiento” a través de la Inversión o con fines de “Optimizar el consumo de recursos” (4.11%).

**Tabla 8.** *Habito de ahorro*

Reactivo		Porcentaje de la muestra		Porcentaje de la muestra
¿En casa se tiene el hábito del ahorro?	Si	74.6%	No	25.4%
¿De manera personal, Cuentas con una cuenta destinada al ahorro?	Si	57.7%	No	42.3%

*Nota:* Elaboración del Autor

De acuerdo con INEGI en datos obtenidos de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera ENIF (2018) el 47.1% de la población mexicana en un rango de edad de 18 a 70 años tenían por lo menos una cuenta de ahorro formal a través de una institución financiera o banco, para la ENIF (2021) esta tendencia prevalece con 41.1 millones de personas que representan 49.1% de la población; en la Tabla 8, se observa que los resultados continúan sobre esta misma línea ya que en respuesta al reactivo de si se posee una cuenta personal destinada al ahorro, el porcentaje obtenido de manera positiva, es decir con un “SI” fue del 57.7% de la muestra, eso a pesar de que la respuesta al primer reactivo prometía ser más alentadora con un 74.6%. afirmando que si se tiene el hábito del ahorro en casa.

**Tabla 9.** *Reactivos de conducta y toma de decisiones financieras*

Reactivo		% de la muestra		% de la muestra
“Antes de comprar un bien, analizo cuidadosamente mi situación económica para ver si lo puedo comprar o no”	Cierto	90.1%	Falso	9.9%
“Siempre me propongo metas financieras de largo plazo y procuro cumplirlas”	Cierto	63.3%	Falso	36.7%
“Siempre pago mis deudas a tiempo”	Cierto	94.3%	Falso	5.7%
“Procuro vigilar cuidadosamente mi situación financiera”	Cierto	84.5%	Falso	15.5%
“Yo solo pienso en el presente, que del futuro se preocupe alguien más”	Cierto	16.9%	Falso	83.1%
“El dinero está ahí para ser gastado”	Cierto	28.1%	Falso	71.9%
“Me da más satisfacción gastar el dinero que ahorrarlo”	Cierto	39.5%	Falso	60.5%

*Nota:* Elaboración del Autor

A pesar de no presentarse en el hábito de ahorro un resultado óptimo (Tabla 8.), se observa un panorama completamente optimista concerniente a los reactivos de conducta y toma de decisiones financieras (Tabla 9.), ya que, si se analiza cada uno de estos reactivos, los porcentajes más altos tienden a inclinarse por una vida financiera sana, o por lo menos es lo que en teoría esta muestra indica tener a través de sus respuestas, como en el caso del primer reactivo de la tabla donde el 90.1% de la muestra afirman realizar un análisis de su situación económica antes de adquirir un bien, sin embargo como lo indica la información obtenida, la conciencia financiera es un tema al que no se le da seguimiento al no proponerse metas financieras de largo plazo en todos los casos.

También es un hecho que el individuo suele sentirse indeciso al momento de elegir si resulta ser más satisfactorio el gastar o ahorrar dinero.

**Tabla 10.** *Concepto para destinar el ahorro*

Concepto	Nivel de significancia
Emergencia	1
Salud	2
Vivienda	3
Deudas	4
Retiro / Vejez	5
Negocio	6
Inversiones	7
Viajes	8
Entretenimiento	9

*Nota:* Elaboración del Autor

Con el fin de conocer el nivel de importancia que representa para la muestra cada uno de los conceptos anteriores y en el cual destinarían principalmente su ahorro, se solicitó a los participantes enumerar del 1 al 9 según el nivel de significancia, siendo el número 1 el concepto de mayor valor y 9 el de menor significado o interés; los conceptos más populares fueron, Emergencia, salud, vivienda (refiriéndose a pagos de servicios como agua potable, luz eléctrica, gas etc.), pero es interesante darse cuenta que los conceptos donde implica tener una educación financiera más amplia siempre se quedan casi en última instancia, como lo son emprender con un negocio o realizar una inversión, mientras que el ahorro con fines de retiro se queda justo en la posición de la media (Tabla 10).

**Tabla 11.** *Concepto de Pensión*

Selección del concepto de Pensión	Número de participantes	Porcentaje de la muestra
Se refiere al retiro laboral de una persona después de haber laborado durante cierta cantidad de años cotizando bajo un régimen vigente “Concepto de Jubilación” OMS (2023)	50	70.4%
Prestación económica destinada a proteger al trabajador al ocurrirle un accidente de trabajo, al padecer una enfermedad o accidentes no laborales, o al cumplir al menos 60 años IMSS (2023)	21	29.6%

*Nota:* Elaboración del Autor

Un foco rojo detectado en esta investigación se encuentra en la tendencia bastante marcada de confundir el concepto de Jubilación con el concepto de Pensión como se muestra en la tabla 11, mientras la pensión es una prestación económica que es atribuida a una compensación laboral, la jubilación es la terminación laboral por condiciones como una edad avanzada o la incapacidad de la persona para desempeñar sus funciones o valerse por sí mismo.

Solo 21 participantes que son el 29.6% de la muestra pudo realizar una selección de forma acertada.

**Tabla 12.** *Beneficios de tener una pensión (respuestas de opción múltiple)*

Beneficios	Número de participantes	Porcentaje de la muestra
Garantía estatal	18	25.4%
Pensión básica solidaria de vejez	40	56.3%
Pensión básica solidaria de invalidez	15	21.1%
Asignación por muerte	9	12.7%
Bono de reconocimiento	0	0.0%
Bono post laboral	15	21.1%
Herencia	3	4.2%
Todas las anteriores	14	19.7%
No tengo idea	12	16.9%

*Nota:* Elaboración del Autor

Como se ha mencionado en párrafos anteriores, la pensión, es una prestación económica otorgada a manera de compensación para ex trabajadores afiliados al IMSS, sin embargo, su alcance o beneficio no culmina en ese punto, ya que quien es acreedor a una pensión también tiene derecho a ciertos beneficios como los indicados dentro de la Tabla 12; los resultados indican que solo 18 participantes equivalente al 25.4% de la muestra saben que uno de los beneficios al que pueden acceder como pensionado es la Garantía estatal, que es entregada por parte del Estado a las personas que se les terminan sus ahorros en la cuenta individual o sistema AFP, es decir, por medio de una Administradora de Fondos de Pensiones (Afores); uno de los beneficios menos conocidos es el Bono de reconocimiento y esto se comprueba con la elección del 0% de la muestra, dicho Bono es una aportación del Estado otorgada a los trabajadores que emigraron del antiguo sistema de pensiones al actual, es decir, aquellos que se encontraban bajo el modelo de Beneficio Definido (BD) y tuvieron que cambiar al modelo de Contribución Definida (CD) Cuando entró en vigor la reforma de 1997 del IMSS, este Bono de Reconocimiento se ve reflejado una vez que el trabajador se pensiona por vejez, invalidez, o en última instancia al momento de fallecer a través de la pensión de sobrevivencia; la Pensión básica solidaria de vejez fue el concepto mayormente reconocido como uno

de los beneficios por parte de 40 participantes de la muestra, quienes conforman al 56.3%; tan solo el 19.7% fue capaz de identificar los 7 beneficios principales de la pensión, mientras que 12 participantes, representando al 16.9% de la muestra mencionaron no tener idea de cuáles son los beneficios de ser pensionado.

**Tabla 13.** *Aportaciones tripartitas IMSS*

¿Quién se encarga de realizar las aportaciones tripartitas en una cuenta individual IMSS?		
Opciones de respuesta	Número de participantes	Porcentaje de la muestra
El trabajador, su patrón y el Estado	39	54.9%
No tengo idea que son las aportaciones tripartitas	21	29.6%
El IMSS	0	0.0%
El trabajador y el IMSS	5	7%
El Patrón	6	8.5%

*Nota:* Elaboración del Autor

Como se ha mencionado con antelación, el modelo de pensiones actual se maneja bajo un esquema de Contribución Definida en cuentas individuales, que se encuentran a nombre de cada trabajador inscrito al IMSS; las contribuciones o aportaciones se depositan de forma obligatoria en cada cuenta individual y su naturaleza es tripartita ya que deben contribuir, el Gobierno Federal, el Patrón y el mismo trabajador, el cual realiza su aportación por medio de la deducción en su salario, sin embargo y aunque este procedimiento es de lo más común para quien se encarga del área de nóminas en una empresa, en la Tabla 13 donde el reactivo es sobre las aportaciones tripartitas, nos damos cuenta que para la mitad de la muestra no es un tema que se domine, puesto que el 29.6% mencionó que no tienen idea que son las aportaciones tripartitas y un 15.5% más respondieron de manera errónea al reactivo.

**Tabla 14.** *Gastos por vejez*

En su vejez, ¿piensa cubrir sus gastos con lo que reciba de? ...		
Opciones de respuesta	Número de participantes	Porcentaje de la muestra
Los apoyos del gobierno para adultos mayores	2	2.8%
Su pensión, jubilación, plan privado de retiro o AFORE (IMSS, ISSSTE o de alguna institución financiera)	44	62%
Vender o rentar sus bienes o propiedades (vehículos, propiedades, ganado, etcétera)	10	14.1%
Dinero que le den su pareja, esposo(a), sus hijos u otros familiares	1	1.4%
Otro	7	9.9%
Nunca lo había pensado	7	9.9%

*Nota:* Elaboración del Autor

Como último reactivo y cierre a la investigación (Tabla 14), se preguntó a los participantes, ¿de qué manera o con que recursos pensaban cubrir sus gastos al momento de llegar la vejez?, a lo que el 62% de la muestra respondió seleccionando la opción de “Su pensión, jubilación, plan privado de retiro o AFORE (IMSS, ISSSTE o de alguna institución financiera)”, resulta interesante que dicha opción sea la de mayor porcentaje tomando en cuenta la noción limitada que se tiene en tema de pensiones, los requisitos que se requieren para acceder a estas y la manera en que llegan los recursos a las cuentas individuales; en segundo lugar 14.1% que representa a 10 participantes de la muestra creen que vender o rentar sus bienes o propiedades es una buena opción para cubrir sus gastos durante la vejez, mientras que por su parte 2.8% piensan en recurrir a los apoyos del gobierno para adultos mayores, finalmente, otro 9.9% fueron honestos al reconocer que no habían pensado nunca en la forma como solventaran sus gastos y manutención en la vida adulta.

## Conclusiones:

Después de realizar la investigación a través de Google Forms y al haber hecho el levantamiento de datos de cada uno de los reactivos con base en preguntas abiertas y cerradas, las conclusiones obtenidas por el autor son las siguientes:

Se determina que los participantes prefieren utilizar el acceso a internet para navegar en redes sociales sobre el interés por adquirir algún tipo de educación financiera, ya que mientras en redes sociales suelen permanecer de 2 y hasta 10 horas semanales, en educación invierten menos de 2 horas al mes, a excepción de estudiantes de contaduría que necesitan más de 6 horas. Lo que se refleja en el conocimiento vago y precario sobre el concepto de ahorro, la errónea elección casi generalizada del concepto de pensión, el desconocimiento notorio de los beneficios de esta prestación y las contribuciones o aportaciones tripartitas

El bajo nivel en educación financiera influye (a pesar de tener conciencia de cuáles son las conductas financieras sanas y adecuadas) en el hábito de ahorro ya que solo 57.7% tiene una cuenta de ahorro formal.

Como conclusión definitiva por parte del autor a las limitantes observadas o condiciones y resultados expuestos anteriormente, se demuestra que el nivel de conocimientos, las actitudes financieras, el comportamiento, el poder económico o cantidad de ingresos, además de la influencia por parte de familiares y el entorno de los jóvenes encuestados, si son factores que determinan el interés, la planeación y la toma de decisiones de dichos jóvenes por las pensiones y el ahorro a corto o largo plazo, ejemplo de esto es el destinar recursos en proyectos a corto plazo en el logro de objetivos simples como, vestimenta, un automóvil, ocio etc. en lugar de proyectos a largo plazo como el ahorro para el retiro, el cual es un objetivo mayormente complejo donde la responsabilidad de, realizar aportaciones voluntarias o inversiones para generar un rendimiento mayor descansa en los hombros de cada trabajador afiliado al seguro social.

Tal como lo dijo Descartes a través de su discurso del método (1637), “Nuestras verdades son verdades relativas, ya que no podemos decir si son válidas univer-

salmente, debido a nuestra finitud”, de la misma forma el autor presento de esta manera su verdad relativa con las limitaciones que se presentaron en la elaboración de la investigación, como el tiempo para obtener una muestra representativa más amplia y el poder profundizar de una forma más detallada en los factores que influyen en el interés de los jóvenes por el ahorro y las pensiones, que quizá más adelante se pudiese retomar en una investigación futura.

## Referencias:

- Consejo Nacional de Población (CONAPO). (02 de septiembre 2016). *Proyecciones de la Población 2010-2050*. [https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/compendio\\_2016/archivos/04\\_demografia/D1\\_DEMOGRAF02\\_03\\_D.pdf](https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/compendio_2016/archivos/04_demografia/D1_DEMOGRAF02_03_D.pdf)
- García Mata O. (2021). Estudios Gerenciales. *Alfabetismo financiero entre millennials en Ciudad Victoria, Tamaulipas, México*. [file:///C:/Users/DeleteMe/Downloads/4021-Texto%20del%20art%C3%ADculo%20\(an%C3%B3nimo\)-21406-1-10-20210831.pdf](file:///C:/Users/DeleteMe/Downloads/4021-Texto%20del%20art%C3%ADculo%20(an%C3%B3nimo)-21406-1-10-20210831.pdf)
- García Mata O. Briseño García A. García Fernández F. (20 de junio 2021). *Obsolescencia del conocimiento financiero*. <https://www.redalyc.org/journal/4560/456067615005/>
- Gobierno de México. (sin fecha). IMSS. *¿Qué es una pensión?* <https://www.imss.gob.mx/pensiones/preguntas-frecuentes/que-es-una-pension>
- Gómez Hernández D. Castillo Flores F. (4 de diciembre del 2019). *Solvencia de planes de pensiones en universidades públicas de México*. <https://www.redalyc.org/journal/5718/571861494013/>
- Gonzales Lozada A. (30 de diciembre del 2017). Universidad de Guanajuato. *La educación financiera factor clave para una cultura de ahorro en estudiantes del Nivel Superior*. <http://repositorio.ugto.mx/handle/20.500.12059/4466> <http://repositorio.ugto.mx/bitstream/20.500.12059/4466/1/La%20educaci%C3%B3n%20financiera%20factor%20clave%20para%20una%20cultura%20de%20ahorro%20en%20estudiantes%20del%20Nivel%20Superior.pdf>
- Hernández Rivera A. (20 de abril del 2021). *La educación financiera como mecanismo para disminuir la desigualdad social*. <https://ariadnahernandezrivera.com/wp-content/uploads/2022/11/223-38-47.pdf>
- López J. (1 de abril 2020). Economipedia: *Ahorro*. <https://economipedia.com/definiciones/>

[ahorro.html](#)

Moreno García E. García Santillán A. Gutiérrez Delgado L. (2017). *Nivel de educación financiera en escenarios de educación superior. Un estudio empírico con estudiantes del área económico-administrativa.* <https://www.ries.universia.unam.mx/index.php/ries/article/view/234/922>





SEGUNDA PARTE:

**Trabajo, Desempleo y Efectos  
en el Desempeño**





# Trabajo en condiciones nocivas

Pamela Naomi De La Peña Navarro <sup>3</sup>

## Introducción.

El autor quiere compartir este documento con los lectores porque es una lectura de aprendizaje y para que se cuestione lo que actualmente está pasando en el mundo laboral de las personas, además tiene relevancia porque se tiene muy poco conocimiento sobre las acciones nocivas que puedan suceder dentro de una organización que normalmente se cataloga como “normal” y se prefiere guardar silencio.

El autor menciona que es importante hablar sobre el trabajo en condiciones nocivas porque existen diferentes motivos por el cual una persona necesita un empleo, una de ellas simplemente para sobrevivir en esta sociedad capitalista, pero es relevante saber lo que puede provocar una persona hacia otra y tener consiente lo que se puede hacer para defenderse.

Este documento se divide en 4 partes que se presentan iniciando datos relevantes sobre el acoso sexual laboral que existe en nuestro país y analizando una gráfica sobre la violencia, posteriormente profundizando los orígenes y organizaciones

---

<sup>3</sup> Licenciatura en Administración Pamela.delapena@alumnos.udg.mx Centro universitario de Ciencias Económicas Administrativas. Universidad de Guadalajara

que están en protección para cualquier abuso, continuando así con la presentación del término bullying, el estrés laboral y al cierre, pero no menos importante la discriminación laboral acompañado de las conclusiones.

Es una lectura amena, informativa y teniendo como objetivo concientizar y explicar de manera extensiva que es, como se realiza, causas y consecuencias, y como terminar con el abuso laboral en México. Perez 2022 se reportaron 6,977 llamadas de emergencia al 911 por abuso sexual, 11,323 por acoso u hostigamiento, al menos 339,451 por algún incidente de violencia contra la mujer, así como se reportaron 5,525 casos de violencia de género, donde aumento un 32% comparado con el año 2021.

En la niñez, los padres son encargados de transmitir y enseñar valores, derechos y responsabilidades acorde a la edad, uno de ellos es el respeto ajeno, donde enseñan a respetar a los compañeros de clase, padres, familiares y se va incrementando con el paso del tiempo al adquirir más edad.

Siendo mayor de edad, comienza la vida laboral activa donde es tiempo de tomar un empleo, esta responsabilidad toma fuerza y se hace parte de las normas de una organización, donde existe consecuencias si no se cumple; un reglamento llamado código de ética donde señala y expresa repercusiones que se analizan más adelante.

Las mujeres entrando a esta etapa, se vuelve más complicado porque vivimos en una sociedad machista que complican realizar el trabajo y poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la trayectoria, en donde se puede llegar a presentar acoso o abuso sexual laboral, penalizado por la ley.

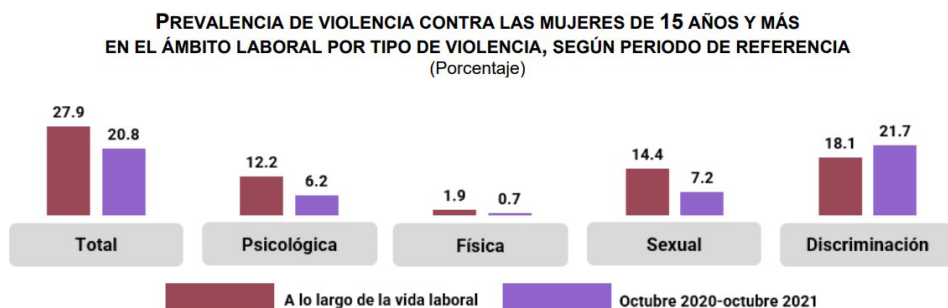
### **Acoso sexual laboral.**

Se cree que por lo menos una vez en la vida una persona ha sufrido de acoso sexual dentro del ambiente laboral, es muy común en estos casos que sea contra la mujer, pero no descartamos que se haga también hacia un hombre.

Según datos (Instituto Nacional de Estadísticas, Geografía e Informática, 2023) INEGI de la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH)

2021, 40.0 millones de mujeres de 15 años y más han trabajado a lo largo de la vida (79.3 % del total de las mujeres), 30.5 millones trabajó en los últimos cinco años (60.4 %) y 25.2 millones entre octubre 2020 y octubre 2021 (50.0 %). Del total de mujeres que ha tenido un trabajo, 27.9 % ha experimentado algún tipo de violencia a lo largo de su vida laboral: 18.1 % experimentó discriminación laboral, 7 14.4 % vivió situaciones de violencia sexual, 12.2 % recibió violencia psicológica y 1.9 % vivió violencia física.

**Figura 1. Prevalencia de violencia contra las mujeres**



*Nota.* (Instituto Nacional de Estadísticas, Geografía e Informática, 2023) ENDIREH (2021)

Las mujeres que presentaron alguna agresión sexual expresan que el 10.8% han tenido menos oportunidad que un hombre para ascender de puesto, el 9.8% le han pagado menos que a un hombre que hace el mismo trabajo o tiene el mismo puesto y el 6.3% le han impedido o limitado realizar determinadas tareas porque están reservadas para hombres.

Organización Internacional del Trabajo (OIT), (2021) Representa el acoso de dos diferentes maneras; como chantaje que es cuando te piden un acto sexual a cambio de alguna oportunidad que se favorezca, por ejemplo, aumento de sueldo, vacaciones, un mejor puesto, etc. Esto es más frecuente hacerlo las personas con una jerarquía alta hacia sus colaboradores o como ambiente laboral hostil que es el comportamiento de las personas hacia a ti, como tocamientos, palabras ofensivas, acoso, silbidos, violencia física, etc.

Algunos ejemplos más explícitos que se pueden representar son la jalada de ropa de manera sexual, jalar el cabello, forzar a alguien besar a otra persona, propagar rumores sexuales, manoseo, comentarios, miradas sexuales, llamadas o mensajes telefónicos no adecuados, exhibición de pornografía, etc.

A esto deriva Procuraduría Federal del Consumidor (2021) la Ley Olimpia que el Gobierno de México deriva que es un conjunto de reformas a La Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia y al Código Penal Federal donde defiende tus derechos cuando alguien de manera digital difunde sin el consentimiento la vida sexual de una persona que también es conocido como ciber violencia.

Las mujeres no tienen la culpa de generar ese comportamiento de los hombres, ellas no provocan a las personas, ellos fantasean en su mente con alguna interacción sexual por alguna prenda que se usa, no es normal que los hombres hagan burlas o comentarios sexuales en público, no es ético ni respetuoso, ni tampoco el instinto sexual interviene en este tema, pues también las mujeres tienen sexualidad.

Baker (2017) El origen del término “acoso sexual” se sitúa en la década de los años setenta fueron las feministas estadounidenses quienes trataron de escoger un término que incluyese no sólo los ejemplos flagrantes de abuso sexual, sino también los comportamientos más sutiles. Con el capitalismo y los medios de comunicación a lo largo de las décadas representando de forma exagerada los dotes femeninos, atrayendo el placer masculino en conjunto con los parámetros de la belleza.

Rodriguez y Gonzalez 2018) “cultura en donde se exalta el aspecto sexual en la vida de una mujer en detrimento de otras cualidades a desarrollar, (que) impide igualmente que esa sexualidad sea verdaderamente suya” (p.76).

Figuerola y Rivera (1992) Con lo que se refiere es que desde años atrás la sociedad mostro a la mujer en una posición en donde solo era para satisfacer las necesidades del hombre, crear vidas y mantenerlas, hasta que años después donde la mujer tuvo voz y voto, ya no se podía cambiar los aspectos de como verlas, pues a aunque los derechos y valores habían cambiado, los hombres seguían igual de

generación a generación compartiendo casi los mismos pensamientos, solo que actualmente un gran porcentaje de hombres ha cambiado su forma de verlo, sin embargo, aún existe la sociedad machista. (p.56)

Retomando la época donde la mujer tuvo más poder para incorporarse al mundo masculino, entramos al ámbito laboral, donde anteriormente se realizaban trabajos sencillos que no involucraran fuerza con atuendos muy femeninos, dejando a un lado la igualdad de género, existiendo el abuso de poder. Algunas consecuencias que se tiene en las empresas que se genera este tipo de abuso es la alta rotación de empleados, la pérdida de ingresos, la pésima relación entre compañeros y la falta de productividad.

Hablando sobre la rotación del personal Castillo (2013) se refiere al número de trabajadores que ingresan y salen de una institución, un estudio realizado por año reveló la efectividad del capital humano, donde en primer lugar se encuentra Asia con un 10.7% de rotación, Estados Unidos con un 6.4% y México que se representa con un 5.4% la cual representa una disminución a comparación del año 2013 que se representaba en un 8.9% (Saragota, 2014).

Mier (2019) La Organización Internacional del Trabajo analiza que las personas que han sentido algún acoso sexual tienden a no hablar de lo ocurrido porque les da miedo que se genere algo más grave a consecuencia de denunciarlo, se pierde la confianza, tienen culpabilidad, su autoestima baja, y las relaciones personales disminuyen por miedo a que suceda algún otro hecho. Es por eso por lo que existen diferentes leyes para prevenir y ayudar a personas con esta situación, que son; El artículo 3º. Bis, artículo 47, artículo 51, artículo 133 y artículo 994 de La Ley Federal del Trabajo y el segundo párrafo del artículo 260 del Código Penal Federal que dan de seis a diez años de prisión, entre más se hable y se exprese cuando exista estos conflictos se puede conseguir más voces que se unan y ayuden a prevenir las agresiones.

## **Acoso laboral (Bullyng).**

Un término conocido por bastantes años atrás, escuchando primeramente por la agresión y abuso generado en niños dentro de las escuelas de educación básica, basado en golpes y gritos creando una consecuencia de abuso por días a inocentes compañeros.

Posteriormente esta definición se fue normalizado con mayor protagonismo no solo dentro de las escuelas, si no también familiar, entre parejas o laboralmente. Velazquez (2018) investiga que del año 2001 al 2010 el bullyng escolar empezó con la introducción de la tecnología dentro de las escuelas, posteriormente podemos comentar que hace 5 años, que estábamos en el 2018 la tecnología estaba en un total uso y comienzan a exponerse a plataformas no seguras ni apropiadas para niños como el sexting, sexcasting, sextorsión, cyberbullyng, etc. De aquí podemos basarnos que, con la llegada de la pandemia, en donde fue un encierro inesperado para las personas, la única vía de comunicación era por medio digital, donde se plasman los problemas y situaciones de ansiedad de las personas agrediendo a otras.

En esta ocasión, nos enfocaremos dentro del bullyng laboral, que consiste en un comportamiento no adecuado ni respetuoso entre compañeros de trabajo dentro de una empresa, esta se clasifica en 3 diferentes niveles según La Tesis de la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación en México, (2014) la primera se denomina horizontal cuando es entre los mismos compañeros de trabajo, teniendo la misma jerarquía, la segunda es vertical descendente cuando alguien de puesto alto lo realiza a un puesto inferior y la última es vertical ascendente cuando son personas de jerarquía bajas hacia jefes o superiores.

Reporta Instituto Mexicano del Seguro Social, (2022) que existen 8,447 suicidios consumados, 1,224 más que en el 2019, o sea 6.2 por cada 100 mil habitantes llegan a esta decisión de acabar con su vida. Sin embargo, esto se puede asociar con el bullyng, acciones agresivas verbal o físicamente de una persona a otra, afectando su autoestima e integridad, (La Secretaría de Desarrollo Social del Distrito Federal, 2012) registro 190 casos de suicidio por el bullyng en el 2009.

Confirma Camacho y Mayorga (2017) que los factores psicosociales que afectan a

una persona dentro de su ambiente laboral pueden influir en varios aspectos de su vida, no solamente dentro del trabajo si no también personal, generando múltiples afectaciones a su salud mental como agotamiento, poco rendimiento, baja autoestima, preocupación, desesperación y posterior influir a malas condiciones de salud cuando el caso es muy grave.

Podemos compararlo con la pirámide de Maslow, que son las necesidades que una persona necesita, organizada por prioridades de abajo hacia arriba. Observamos en la figura (2) el primer nivel de las necesidades fisiológicas pueden ser perjudicadas a lo largo del maltrato y abuso laboral generando bajo, las necesidades de protección son afectadas en el momento que no se sienta cómodo la persona dentro de su ambiente laboral, perdiendo así la confianza y la seguridad con sus compañeros de trabajo, la necesidad de pertenencia se complementa con el anterior, ya que se deriva el sentimiento de no sentirse aceptado en el sitio, dando como consecuencia la poca valoración personal y así llegando a la punta, con cero autoestima, cero confianza en sí mismo y poca fe de crecer como persona.

**Figura 2.** *Pirámide de Maslow*



*Nota.* (Economía, 2019)

Actualmente es escuchado en países estadounidenses, que el término de bullying también es conocido como “mobbing” fue implementado por (Leymann, 2022) que es utilizado en casos de “persecución psicológica y de acoso laboral”, (La Ley Federal del Trabajo en Mexico , 2017), en el artículo 3 Bis, refero este término como hostigamiento; queriendo decir que se trata de que una persona que tiene como objetivo intimidar, humillar, menospreciar y excluir a alguien ya sea por envidia, porque algo de esa persona no le gusto, por discriminar o simplemente por abuso de poder.

Esto también es provocado por designar trabajos sin importancia o sin valor(preparar el café, atender a tus compañeros, archivar), generar exceso de trabajo, restringir comunicación entre compañeros y superiores, división de trabajo y compañeros generando una rivalidad entre ellos, combinar la vida privada de una persona dentro del turno de trabajoque generar críticas, burlas y ataques contra ella, amenazas, menosprecio, o por parte de losjefes evaluar el trabajo de forma agresiva y humillar ante los demás compañeros. (Comision Nacional de los Derechos Humanos , 2017).

Los daños que puede generar una persona por tanto abuso afectan a su vida diaria pues tiendea tener más estrés, cambios en su comportamiento como bipolaridad, genera adicciones, insomnio, fatiga y en casos graves hasta suicidio (Comision Nacional de los Derechos Humanos , 2017). Y dentro de lo laboral su productividad tiende a bajar, pues su motivación por realizar el trabajo es muy baja ya que las relaciones pueden deteriorarse y en otro extremo ocasionar el despido.

Existen derechos humanos establecidos ante la ley que salen afectados por las causas de acciones nocivas que van contra nuestra integridad como persona, a continuación, se crea una lista de los principales derechos humanos dichos por la CNDH;

- El derecho de la vida, que esta sea respetada y que ninguna prive de la vida de otra.
- El derecho a la integridad física, psicológica y moral; prohibición de infligir tortura o malos tratos, tratos crueles, inhumanos o degradantes

- El libre desarrollo de la personalidad, es decir autonomía.
- El acceso a una vida libre de violencia.
- La prohibición de la discriminación.
- El trato digno.
- El derecho a la honra.
- El derecho al trabajo a dedicarse a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos.
- El medio ambiente laboral sano.
- Las condiciones justas de trabajo; seguro, saludable y no degradantes.
- La igualdad ante la ley.

El Senado de la Republica (2023) aprobó por 91 votos reformar el Código Penal Federal para sancionar con una multa de hasta 40 días de salario mínimo, a quien en el ámbito laboral ejerza cualquier tipo de violencia de forma recurrente y sistemática sobre otra persona y le cause un perjuicio profesional, daño patrimonial, económico o sufrimiento psicológico y físico. El documento establece que, por reincidencia, además de la multa correspondiente, se impondrá la destitución del cargo, empleo o comisión. En caso de quien acosa fuera superior jerárquico y utilizará los medios y circunstancias que el encargo le proporciona, además de la multa señalada, se le destituirá de su cargo, empleo o comisión.

No es justo obtener esos tratos de acciones perjudiciales contra la persona, la recomendación de autoridades es no quedarse callado y denunciar, juntar las máximas evidencias que se tiene, de primer paso se recomienda hablar con un superior sobre el tema, pero si este no hacen nada, no parar e irse directo a denunciar a una dependencia con bases sólidas, pide ayuda y haz justos los derechos que se tienen como persona.

### **Estrés laboral o burnout.**

Como menciona Saborío y Hidalgo (2015) el síndrome de burnout hace referencia a un fenómeno de desgaste profesional, fue declarado por La Organización Mundial de la Salud (2000) OMS ya que esto afecta a la vida de un individuo para la capacidad de realizar en buenas condiciones el trabajo, ocasionando ausentismo y generando fallas económicas y de productividad.

Este síndrome es muy común en los (Chinguamiga, 2022) países asiáticos, pues la población de allá desde que naces estas programado a un camino de estudios por muchos años, generando estrés desde temprana edad, pues allá catalogan que si no eres bueno estudiando eres un fracaso para la sociedad, es tanta la presión que se genera que provoca problemas de salud que pueden terminar hospitalizados o en grave asunto en suicidio. Es por eso por lo que la mayoría de la población prefieren salirse de su país y buscar una mejor calidad de vida principalmente en México.

¿Cuáles son las consecuencias que el síndrome de burnout provoca según (Medicina Legal de Costa Rica, 2015)?

Personalmente: la apariencia de la edad, por el exceso de trabajo se aparenta tener más edad de la que es en realidad por las ojeras y el cansancio en el rostro, el poco interés de arreglo personal o hasta la poca higiene provocando baja autoestima, generar una mala armonía en la familia, con la actitud agresiva puede dar consecuencia a peleas internas familiares, creando un ambiente tenso y poco confiable, generar problemas alimenticios con pérdidas de peso, aislamiento, abusos de adicciones, colapsos y suicidios.

Formación profesional: Desinterés en trabajar, baja productividad, conflictos laborales, laborar bajo un salario mínimo o minimizar el valor de tu trabajo.

La mejor solución ante este conflicto es tomar las cosas con calma, existe trabajos demandantes que pueden ocasionar grandes afectaciones a la salud, es momento de parar cuando el cuerpo mande una señal de alto, por más que el sueldo sea realmente grande o se tenga un puesto importante, siempre es tener como prioridad la estabilidad emocional y el bienestar de la salud.

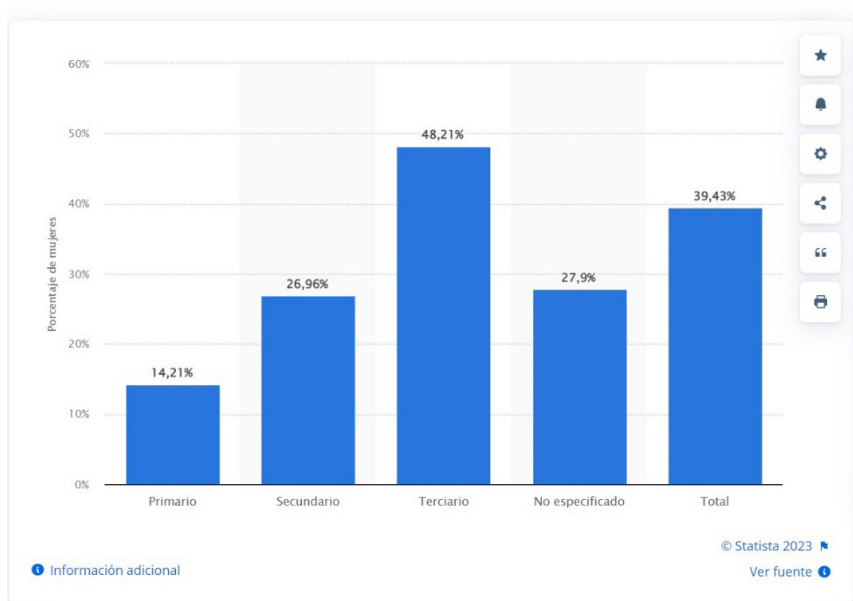
En caso de creer que se tenga este síndrome existen diferentes formas de pedir ayuda, acerquémonos a un familiar, un amigo de confianza o un profesional de la salud para determinar las soluciones antes este problema, no te hace menos persona extender la mano y pedir ayuda, ir a un psicólogo o un especialista.

## **Discriminación laboral.**

Basado en el artículo 4 de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación (2003), denominan discriminación a toda distinción, exclusión o restricción que basada en el origen étnico o nacional, sexo, edad, discapacidad, condición social o económica, condiciones de salud, embarazo, lengua, religión, opiniones, preferencias sexuales, estado civil o cualquier otra, tenga por efecto impedir o anular el reconocimiento o el ejercicio de los derechos y la igualdad real de oportunidades de las personas. Conforme al artículo 133 de la Ley Federal del Trabajo (2017) ningún trabajador en México puede ser discriminado bajo ninguna condición.

Existe diferentes organizaciones que presentan estos casos dentro de ellas, principalmente la discriminación por sexo, las mujeres seguimos siendo víctimas, es muy común que se desvalúe el trabajo por el simple hecho de ser mujer o estar embarazada o tener una edad adulta es por eso por lo que existen menos empleos para las femeninas que para los masculinos, setiende que la mujer tenga un mejor salario, pocas oportunidades de estar en puestos importantes o crear su propia empresa. La mayoría de las mujeres al nacer se guía y se enseña a realizar trabajos domésticos, siendo excluidas de aprender nuevas habilidades para generar un ingreso, esto tiende mucho a las mujeres indígenas o creyentes de la iglesia. Horbath y Gracia, (2013) como anteriormente se había comentado estamos en un país donde años atrás nos acostumbraron a realizar trabajos sencillos por la “poca” capacidad que se tenía evaluada en la mujer, como puestos de secretaria, ayudante de limpieza, recepcionista, cocinera, etc. Statista Research Department (2023) observamos una estadística (3) donde nos señala el porcentaje de las mujeres trabajadoras en México el en cuarto trimestre del 2021, por sector económico, recordando que el sector primario son las actividades de la extracción de materia prima, el secundario de la manufacturera y el terciario al servicio, dando como resultado que el 12.21% trabaja en el sector primario, el 26.96 en el sector secundario, el 48.21% el mayor porcentaje trabaja dando un servicio y el resto en no especificado.

**Figura 3.** *Porcentaje de mujeres trabajadoras en México en el cuatro trimestre 2021, por sector económico.*



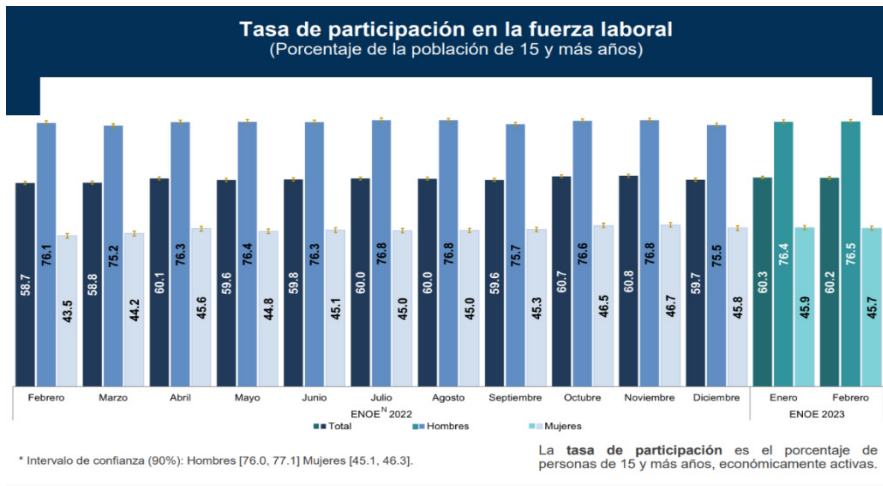
*Nota.* (Statista Research Department , 2023)

Dándonos cuenta de que el sector terciario que se trata de servicio, como atención al cliente, administración, secretaría, limpieza, etc., indica que las mujeres trabajan ahí porque es un sector en donde no se necesita tanto esfuerzo físico comparándolo con el sector primario o secundario, además es donde se necesita más preparación en estudios y conocimientos mentales. Entonces, ¿realmente el derecho de la igualdad entre hombres y mujeres está al 100% en todos los ámbitos o solo en algunos?

En la siguiente figura (4) nos damos cuenta de la tasa de participación en la fuerza laboral de la población de 15 años y más, indicándonos que en el año 2022 los hombres están más activos laboralmente comparando con las mujeres, a lo largo de los meses los intervalos varían muy poco en porcentaje en hombres y mujeres, no se cuenta con ningún mes más desfasado que otro, tienen el mismo patrón hasta a principios del 2023; en el mes de enero y febrero los hombres también predominan

la fuerza laboral por un aproximado del 30% más que las mujeres, dejando en claro con la ayuda de muestras por el INEGI que el estigma donde el hombre es la figura trabajadora y fuerte es cierta, y continua. Esperando que en el transcurso del año presente se modifiquen las columnas y se igualen o por lo menos se tenga un porcentaje más parecido entre ambos géneros.

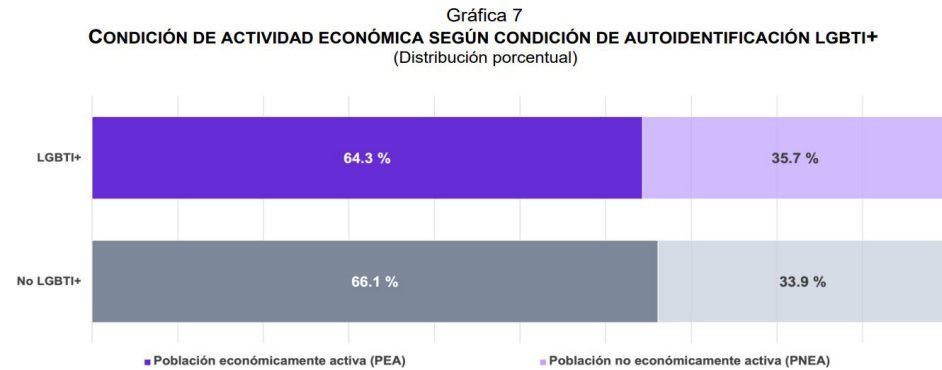
**Figura 4. Tasa de porcentaje de participación**



*Nota.* (Encuesta Nacional de Ocupacion y Empleo (ENOE), 2023)

Así como las mujeres, las personas con diferentes preferencias sexuales es menos probable conseguir un trabajo digno, pues surgen prejuicios y estigmas que no son aptos para la imagencorporativa de las empresas o que puedan generar algún tipo de conflicto entre los mismos compañeros. Como analizamos en la gráfica siguiente (5) la condición de actividad económica según condición de autoidentificación LGTBI+ donde expresa un 64.3% de la población LGTBI+ esta económica activa y un 66.1 población no LGTBI+ no está activa económicamente.

Figura 5. Condición de actividad económica



*Nota.* (Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG), 2022).

En la siguiente imagen (6) indica los grupos de ocupación de población ocupada según orientación sexual e identidad de género, comparando el grupo de LGBTI+ con los que no son, es muy parecido los números de porcentaje de ambos, variando solo un poco la cantidad, predominando las actividades de apoyo agropecuarias con un 24.6 y 26.6 por ciento y hasta el último los funcionarios, directores y jefes con un 4.6 y 4.3 por ciento.

Figura 6. Grupos de ocupación de población ocupada

Gráfica 8  
**GRUPOS DE OCUPACIÓN DE POBLACIÓN OCUPADA SEGÚN ORIENTACIÓN SEXUAL E IDENTIDAD DE GÉNERO**  
 (Distribución porcentual)

	<b>LGBTI+</b>	<b>No LGBTI+</b>
Actividades de apoyo y agropecuarios	<b>24.6%</b>	26.6%
Profesionistas y técnicos	<b>18.4%</b>	17.4%
Comerciantes	<b>16.9%</b>	16.3%
Trabajadores artesanales	<b>7.7%</b>	12.2%
Trabajadores industriales y del transporte	<b>6.2%</b>	8.8%
Trabajadores en servicios personales	<b>13.2%</b>	8.2%
Empleados administrativos y en ventas	<b>8.3%</b>	5.9%
Funcionarios, directores y jefes	<b>4.6%</b>	4.3%

*Nota.* (Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG), 2022)

El uso de tatuajes es también un factor importante en la discriminación laboral, además de cualquier perforación o deformación corporal, negando así la libertad de expresión y generando un criterio de tener poco méritos para desempeñar una actividad productiva.

La mayoría de los trabajos que no aceptan personas con tatuajes son los de servicio al cliente, ya que al ser el primer rostro que ven de la empresa prefieren tener a alguien estilizado, que, por cultura social, lo tenemos presente como la imagen de cualquier publicidad, redes sociales o televisión, el estereotipo que por años anteriores se ha formulado, cintura pequeña, grandes senos, grandes muslos, rostro afilado, si no se tiene estos aspectos se puede generar una discriminación física que va a partir de agresiones verbales, miradas juzgadoras o alejamiento de los compañeros, la mayoría de las personas requieren como perfil un cierto hábito estético fantasioso discriminando así el peso, color de cabello y estatura. La apariencia física, la preferencia sexual o cualquier otro factor no está relacionada a los conocimientos y habilidades que una persona puede tener para realizar un trabajo, es por eso por lo que existen los exámenes psicométricos para saber cómo está la persona

en sus capacidades mentales, eso es lo que decide si tiene el puesto dejando pasar sus preferencias personales.

## **Conclusiones.**

Las empresas deberían de priorizar y dar a conocer las leyes contra el acoso sexual, defender a la persona afectada y dar seguimiento a la denuncia ante las autoridades correspondientes y más una empresa que predomina el hombre trabajador, promover la cultura del respeto y la integridad, reconocer las sanciones que existen dentro de la empresa a quien incumpla y falte el respeto a un compañero, realizar un plan de prevención contra algún trabajador que sienta que está siendo acosado por alguien, iniciar un buzón de quejas donde con libertad exprese lo que sucede sin miedo a ser juzgados, promover la comunicación, confianza e igualdad entre ellos mismos y sus superiores.

Como ejemplo menciono a la empresa Yatla S.A de C.V donde manejan un programa llamado Alfresco que contiene un apartado para poner una queja o comentario con opción de anonimato sobre lo que se desea expresar, así como en el Código de Ética donde prohíbe el tratamiento violento o inhumano.

Por recomendación del autor, si presenta un abuso laboral existe un programa llamado (Vida sin Violencia , 2020) creado por el Instituto Nacional de las Mujeres, en este sitio se encontrará la información que ayuda a conocer los tipos, modalidades, repercusiones y mitos de la violencia, también se facilita el acceso a las leyes, tratados y convenciones internacionales que garantizan los derechos humanos.

A partir del objetivo del documento que era concientizar y explicar de manera extensiva el tema se tuvo como dificultad el tiempo de realización, es una limitación grande, pero el autor está dispuesto con reunión de esfuerzo para darle una investigación más profunda.

Lo más relevante de este documento son las estadísticas verídicas que nos indican el porcentaje de acoso y que tipo se genera en nuestro país día con día, visualizando que en cualquier momento estos hechos se pueden generar a las personas más

cercanas que rodean incluso a uno mismo.

El autor se refleja de una manera alarmante porque son acciones que se siguen generando continuamente en diferentes estados del país, en cualquier noticiero por lo menos hay dos noticias sobre este conflicto basándonos en las fuentes del autor, además es impresionante que, aunque existan diferentes leyes ya mencionadas en el documento se siguen generando problemas de acoso. Queda como tema abierto al juzgo de cada persona.

## Referencias

- Camacho Ramirez , A., y Mayorga, D. R. (27 de Junio de 2017). *Scielo*. Obtenido de Scielo: <http://www.scielo.org.co/pdf/prole/v20n40/v20n40a11.pdf>
- Comision Nacional de los Derechos Humanos . (Junio de 2017). *Appweb*. Obtenido de CNDH: <https://appweb.cndh.org.mx/biblioteca/archivos/pdfs/Acoso-Laboral-Mobbing.pdf>
- Economia . (21 de Octubre de 2019). *Mc Graw Hill* . Obtenido de <https://www.mheducation.es/blog/la-piramide-de-maslow>
- El Senado de la Republica . (s.f.). *Comunicaciones Senado* . Obtenido de Comunicaciones Senado : <http://comunicacion.senado.gob.mx/index.php/periodo-ordinario/boletines/11341-boletin-307-aprueba-senado-sanciones-al-acoso-laboral-y-sexual.html>
- Encuesta Nacional de Ocupacion y Empleo (ENOE). (Marzo de 2023). *INEGI*. Obtenido de INEGI: [https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/enoe\\_presentacion\\_ejecutiva\\_0223.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/enoe_presentacion_ejecutiva_0223.pdf)
- Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Genero (ENDISEG). (28 de Junio de 2022). *INEGI*. Obtenido de INEGI: [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/endiseg/Resul\\_Endiseg21.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/endiseg/Resul_Endiseg21.pdf)
- Figueroa Perea , J. G., y Rivera Reyes , G. (Marzo de 1992). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc : <https://www.redalyc.org/pdf/159/15904107.pdf>
- Horbath, J. E., y Gracia, A. (Agosto de 2013). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/111/11130276005.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas, Geografía e Informática. (2023). *INEGI*. Obtenido de [https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/enoe\\_presentacion\\_ejecutiva\\_0223.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/enoe_presentacion_ejecutiva_0223.pdf)

cion\_ejecutiva\_0223.pdf

Instituto Mexicano del Seguro Social . (19 de Septiembre de 2022). *GOB*. Obtenido de Gobierno de Mexico : <https://www.gob.mx/imss/articulos/hablemos-de-suicidio#:~:text=El%20suicidio%20es%20un%20problema,por%20cada%20100%20mil%20habitantes>.

La Ley Federal del Trabajo en Mexico . (Junio de 2017). *Appweb*. Obtenido de CNDH: <https://appweb.cndh.org.mx/biblioteca/archivos/pdfs/Acoso-Laboral-Mobbing.pdf>

La Secretaria de Desarrollo Social del Distrito Federal . (14 de Septiembre de 2012). *Fundacion en Movimiento* . Obtenido de <https://www.fundacionenmovimiento.org.mx/blog/articulos/259-datos-importantes-sobre-bullying>

La Tesis de la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nacion en Mexico . (Agosto de 2014). *CNDH*. Obtenido de Comision Nacional de los Derechos Humanos : <https://appweb.cndh.org.mx/biblioteca/archivos/pdfs/Acoso-Laboral-Mobbing.pdf>

Ley Federal del Trabajo . (23 de Octubre de 2017). *Gobierno de Mexico* . Obtenido de Gobierno de Mexico : <https://www.gob.mx/stps/prensa/orienta-stps-a-trabajadores-en-casos-de-discriminacion-laboral#:~:text=Ning%C3%BAn%20trabajador%20en%20M%C3%A9xico%20puede,causa%20que%20atente%20contra%20la>

Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminacion. (11 de Junio de 2003). *Senado del Gobierno*. Obtenido de [https://www.senado.gob.mx/comisiones/asuntos\\_migratorios/docs/legislacion/LG27.pdf](https://www.senado.gob.mx/comisiones/asuntos_migratorios/docs/legislacion/LG27.pdf)

Medicina Legal de Costa Rica. (Marzo de 2015). *Scielo*. (L. Lachiner Saborío Morales, y L. F. Hidalgo Mu, Editores) Obtenido de Scielo: [https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1409-00152015000100014](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-00152015000100014)

Organizacion Internacional del Trabajo (OIT). (2021). *Ilo.org*. Obtenido de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san\\_jose/documents/publication/wcms\\_227404.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san_jose/documents/publication/wcms_227404.pdf)

Rodriguez, S., Gonzalez, L. J., y Paulini, S. M. (20 de Octubre de 2018). *SEDICI*. Obtenido de SEDICI: [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/76763/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/76763/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Saborío Morales, L., y Hidalgo Mu, L. F. (Marzo de 2015). *Scielo*. Obtenido de Scielo: [https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1409-00152015000100014](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-00152015000100014)

Statista Research Department . (13 de Marzo de 2023). *Statista*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/1296201/porcentaje-de-mujeres-ocupadas-en-mexico/>

Vida sin Violencia . (30 de Enero de 2020). *Gobierno de Mexico* . Obtenido de Instituto

Nacional de las Mujeres: <https://www.gob.mx/inmujeres/acciones-y-programas/vida-sin-violencia>



# El impacto de la pandemia en el desempleo en México

Brenda Azucena Macias Rosas<sup>4</sup>

## Introducción

La pandemia ha traído consigo grandes impactos y cambios dentro de las actividades económicas en México, en este artículo se analizan los cambios que se han presentado antes, durante y después de la pandemia como un punto comparativo en la población ocupada y desocupada en México, haciendo énfasis en Jalisco, en el mundo del trabajo y en las problemáticas que se presentaron.

## El covid-19 y el mundo del trabajo

Según un estudio hecho por la OIT (Organización Internacional del Trabajo) en el año 2020, se esperaba que el nivel de subempleo (población ocupada que desea trabajar más horas) aumentara de una manera significativa basada en crisis anteriores, y que sus consecuencias repercutan en ajustes con reducción salarial y de los horarios de trabajo, aunque señala que las crisis económicas no suelen afectar de manera significativa el empleo, al contrario busca mantener el nivel de ingresos

---

<sup>4</sup> *Licenciatura en Administración Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas. Universidad de Guadalajara [brenda.macias3158@alumnos.udg.mx](mailto:brenda.macias3158@alumnos.udg.mx)*

con una frecuencia de trabajo informal, sin embargo las restricciones que había en el año 2020 retrasaban la circulación de bienes y personas que podría truncar el proceso de supervivencia(Observatorio de la OIT, 18 de Marzo de 2020).

De acuerdo con la CEPAL (2020) en el mismo año se estimaba que la productividad laboral en América latina y de una manera global, se mostraba un desempeño malo (de acuerdo con la productividad) durante la última década, esto crea una duda respecto a la evolución económica reciente, debido a las transformaciones tecnológicas se debería generar mayor aumento en la productividad laboral (representada en el PIB) no obstante se sostiene que el impacto que genera la digitalización se vera de forma gradual como resultado del proceso de aprendizaje para la aplicación productiva. Sin embargo, este proceso de digitalización puede ser un beneficio para la vida laboral ya que entre más digitalizado este será más fácil no depender de procesos antiguos y fomentar el trabajo desde casa.

Por otra parte Mora (2021),en un análisis de la desempleo y la ocupación menciona que el efecto que causó la contingencia sanitaria sobre la generación del empleo, se verá afectada como mínimo durante un año, en este caso hasta 2022, es importante mencionar que si no se siguen generando empleos conforme a la población, egresados, etcétera, tendremos un déficit independientemente de la pandemia, por esto es importante que las ciudades con ayuda de sus municipios utilice los recursos necesarios para complementar las ayudas del gobierno que brindo a las empresas, ya que de esta forma se podrán sostener los empleos e incluso proponía sostener estas ayudas por un año más aun cuando el gobierno nacional no las brinde, en este caso los colaboradores que se ven afectados por el desempleo, se sostengan por al menos tres meses combatiendo los efectos de la pandemia en el desempleo.

Sin embargo, esto es muy complicado puesto que los presupuestos municipales e incluso estatales tiene presupuestos sumamente limitados, por lo que necesariamente es complicado que se destine a crear empleos ya que, no es el objetivo principal de los gobiernos.

## Problemáticas en el desempleo a partir de la pandemia

El objeto de estudio de este trabajo es el desempleo que originó la pandemia del COVID 19 en México, cuáles fueron los principales sectores afectados, el porcentaje del incremento en la tasa de desempleo a partir de la pandemia, cuáles tipos de empleo (formal o informal) se han visto más afectados, cuáles han sido las medidas y soluciones que ha implementado el gobierno para poder contrarrestar esta problemática. La pandemia a causa del COVID ha generado problemáticas para el sector laboral muy graves. Se sabe que desde hace años México presenta deficiencias en este sector, sin embargo, a partir del confinamiento se han perdido las esperanzas de mejores oportunidades laborales. Tan sólo unos meses antes de que se divulgara la noticia de la existencia de un nuevo coronavirus, la tasa de desempleo en México había sido del 3.5% INEGI (2019), un porcentaje relativamente estable si lo comparamos con las tasas de años anteriores; 3.9% en 2016, 4.4% en 2014 y hasta 5.3% en 2010 (INEGI).

De 3.5% en 2019 la tasa de desempleo se disparó hasta 4.4% en 2020 y la población mexicana se vio obligada a sufrir las consecuencias no sólo económicas, también sociales de la emergencia sanitaria. Al no encontrar empleo, los mexicanos tuvieron que desempeñar actividades informales para sobrevivir. Según la encuesta del INEGI (2021) de indicadores ocupación y empleo, el número de trabajadores informales aumentó de 22.8 millones a 31 millones de 2020 a 2021, se puede decir que aumentaron los empleos, pero con ellos la informalidad (INEGI, 2022).

Son varios los factores que intervienen en las causas y orígenes del desempleo en nuestro país, las causas del desempleo radican principalmente en factores demográficos y económicos. Actualmente se suma la inestabilidad política y el mal gobierno que ha provocado bajas en inversiones extranjeras. Conforme a los datos obtenidos hasta 2023 la situación actual ha demostrado que los índices de desocupación en México son más bajos que a inicios de la contingencia sanitaria, a pesar de que aún se encuentren casos de covid-19 la población mexicana ha dejado su impacto en el pasado y sigue con sus actividades como antes de la contingencia, es importante mencionar que la pandemia trajo consigo cambios importantes en estrategias de todos los giros y estos cambios muchos fueron mejoría en bastantes actividades.

## **El desempleo en México**

En este último año el desempleo ha sido una problemática grave en todo el país, debido a que una gran cantidad de entidades y personas físicas, tuvieron una baja significativa a mediados e inicios de la contingencia, en sus ventas, provocando que éstas no pudieran continuar realizando su actividad por falta de recursos, ya que la pandemia por COVID.19 ocasionó gran incertidumbre y preocupación en la población, por las medidas establecidas.

En el municipio de Guadalajara, capital de Jalisco, se perdieron 20,249 empleos durante marzo, abril y mayo del 2020 debido al Covid-19, la tasa de desempleo en ese periodo fue de 2.9% con relación a los trabajadores registrados ante el IMSS (Romo, 2020). El desempleo es un fenómeno global que tiene sus orígenes hace muchos años atrás y que parece no tener fin. No es fácil determinar sus orígenes con certidumbre, pero es interesante indagar acerca de su aumento a partir de la emergencia sanitaria que ha sacudido al mundo desde inicios del 2020, además de evaluar la efectividad de las medidas que se han tomado para frenar los contagios, una de ellas el cierre temporal de comercios y empresas catalogadas como no indispensables

## **Repercusiones en el desempleo**

A partir de la pandemia, el creciente desempleo en México ha generado problemáticas sociales, económicas y políticas. La contingencia sanitaria tuvo un importante impacto en el empleo tanto el formal como el informal en todo el país, ya que un número considerable de mexicanos se quedaron sin empleo debido a la pandemia, tanto en negocios formales como informales, el porcentaje de empleos informales disminuyó debido a que la población perteneciente a este sector es la más propensa a quedarse sin empleo. Sin embargo, en la actualidad las estadísticas muestran que la informalidad creció en estos últimos dos años y que la formal decreció.

Además, el gobierno federal y estatal no manejo la situación de la manera más adecuada y tampoco proporcionaron la ayuda necesaria a las personas que se encontraban en situación de desempleo, cabe mencionar que el gobierno federal no movió un solo dedo, el gobierno estatal hizo un programa en donde destino créditos a la palabra por máximo 25 mil pesos, además de que tampoco implemento medidas

de precaución que tomaron los trabajadores para reducir el riesgo de contagio, estas se tomaron cuando la enfermedad ya se encontraba en México.

## **Objetivo general de la investigación**

Analizar el impacto que ha tenido la pandemia en el sector laboral y evaluar las medidas más eficientes para mitigar sus efectos negativos en el desempleo, haciendo una comparativa con la situación actual.

## **Objetivos específicos**

- Investigar el efecto social generado a partir del desempleo.
- Analizar cuáles han sido los sectores laborales más afectados por el desempleo.
- Analizar de qué manera se vieron afectados el empleo formal e informal debido a la pandemia.
- Identificar las medidas establecidas por el gobierno estatal para apoyar a los ciudadanos en situación de desempleo.
- Evaluar las medidas que se consideran más eficientes para mitigar los efectos de la pandemia en el sector laboral.

## **El desempleo y la pandemia desde distintas perspectivas**

Según Pilligua (2020) el desempleo es uno de los problemas que el gobierno trata de disminuir de tal manera que las familias puedan satisfacer sus necesidades básicas, sin embargo (Cedillo, 2019) menciona el desempleo como una realidad que puede ser experimentada en una o varias ocasiones de la vida, por otra parte Torres (2019) piensa que el desempleo es un tiempo perdido que genera pobreza y necesidades tomándolo como un problema social caso contrario a Carranza (2019) ya que mide el desempleo como una parte de la población activa que no tiene trabajo pero que está dispuesta a realizarlo, por ultimo analizando la parte de Loza, (2020) hace referencia al desempleo como un paro forzoso en el mercado de trabajo.

Asociando esto con la opinión de los autores que definen pandemia para la OMS, (2020) la palabra como tal puede provocar miedo si se usa incorrectamente, la NIH, (2020) menciona que una pandemia puede surgir desde un microorganismo

que puede transmitirse fácilmente a muchas personas y en múltiples lugares, por otra parte Ávila (2020) menciona a la pandemia como una enfermedad infecciosa que puede ser geográficamente extensa que puede afectar a varios países, Howard, (2020) menciona que la palabra pandemia significa todos y Villareal (2019) brevemente menciona que es brote global de una enfermedad.

### **El desempleo a inicios de la pandemia**

El desempleo creció notable y aceleradamente a causa de la pandemia generada por el Covid-19, el presidente de la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex) afirmó que en el estado de Jalisco se perdieron alrededor de 95, 331 empleos formales en el periodo comprendido entre marzo y julio, viendo con esto perdidos los empleos que habían sido generados en los años 2018 y 2019 en este estado.

La causa de estas pérdidas se debe a la crisis que se generó en el plano económico y en el mercado laboral, no sólo en la oferta sino también en la demanda de los productos; al no existir un alto consumo o inversión entonces la producción de bienes y servicios comenzaba a ser menor lo que ocasionó que la economía se fuera debilitando hasta ocasionar la crisis en distintas empresas y debilitó la capacidad de recuperación económica.

Conforme a los sectores más afectados fueron los servicios de alojamiento temporal, las industrias de transformación, así como la agricultura y la ganadería, considerando el rango de edad más afectado que fueron personas de 20 a 29 años los cuales se considera que tenían entre uno o dos salarios mínimos, sin embargo, las personas más vulnerables a esta problemática con:

- Personas con edad avanzada o problemas de salud, este tipo de personas eran las más vulnerables a sufrir problemas de desempleo, por esto algunas de las medidas que tomaban las empresas era mandarlos a casa.
- Por otra parte, los jóvenes representaban un índice alto de desempleo, al igual que las mujeres a pesar de que son las que mayormente desarrollan trabajos de primera línea. De esta forma los trabajadores sin protección social que son aquellos que llevan a cabo actividades por su propia cuenta

y que fueron obligados a cerrar sus servicios que no eran de primera necesidad, se vieron afectados de una manera considerable en el desempleo.

### **Incidencia en los niveles de desempleo y subempleo a escala mundial**

La OIT en 2020 analizaba un aumento de subempleo y desempleo como respuesta al impacto que ocasiono la pandemia covid-19, conforme a las cifras de 5.3 millones en un escenario favorable y 24.7 millones de personas en un caso desfavorable, sin embargo, en 2019 se tenía una referencia de 188 millones de desempleados, esto se podía aumentar hasta 13 millones según lo estimado, pero en 2008 en una crisis financiera el desempleo aumento a 22 millones de personas (OIT, 2022).

Es probable que el nivel de subempleo aumente conforme a los efectos que se tengan sobre la demanda de mano de obra que como consecuencia traiga ajustes en la materia de reducción salarial y horarios de trabajo, aunque como ya se mencionó las crisis económicas no suelen afectar de una manera considerable el empleo si esta se sabe manejar.

### **Estados con mayor afectación en la pérdida del empleo**

Basado en las encuestas que realiza el INEGI, los resultados en el año 2020 arrojaron una disminución de 3.6 millones de la PEA, que paso de los 57.3 millones a 53.8 millones, la población ocupada fue de 51 millones de personas siendo así una disminución de 4.2 millones de personas, sin embargo, otras de las cifras otorgadas por la secretaria del trabajo demostraron que en 2020 se perdieron 346 mil empleos equivalentes a los creados en 2020. Los estados de mayor afectación en este mismo año fueron:

*Tabla 1. Entidades federativas más afectadas en el desempleo 2020*

Entidad Federativa	Empleos perdidos
Quintana Roo	163 mil 847
Ciudad de México	55 mil 591
Nuevo León	23 mil 465
Jalisco	21 mil 535
Estado de México	16 mil 036
Tamaulipas	12 mil 652
En conjunto representan el 56% del total de las bajas ante el IMSS	

*Nota.* IMMS 2020

Conforme la informalidad laboral el INEGI identificó a 2.9 millones de personas ocupadas en trabajos domésticos que recibían una remuneración y de ellos la mayoría no gozaba de prestaciones laborales marcadas por la ley y tampoco se tenía acceso a instituciones de salud, esto fue un gran problema durante la contingencia sanitaria debido a que la mayoría de los jefes directos de las personas no se hacían cargo de las afectaciones que podrían surgir durante la contingencia.

En cambio, la población ocupada formal tenía los privilegios de ley que no gozaban las personas con un trabajo informal, formando una diferencia según el INEGI de 3.2 millones de personas, por lo tanto, estas personas no se vieron afectadas de la misma forma que la ocupación informal.

### Situación actual

Conforme al año 2022, las cifras arrojan que, de las personas desocupadas, por más de 3 meses buscaron el empleo y el 34.2% según el INEGI duro desempleada más de un mes hasta 3 meses, esto muestra que bajo la cifra conforme a 2021 pero de una forma mínima, quiere decir que aún no se ha podido recuperar el país en el desempleo, aunque esto se necesita comparar con 2019 para saber si las cifras son parecidas o notoriamente altas (INEGI, 2022).

Sin embargo, que la cifra haya disminuido quiere decir que se está viendo un cam-

bio, una mejoría de que la población puede conseguir trabajo con un máximo de 3 meses de desocupación, aunque en promedio es un mes. En Jalisco la población ocupada en promedio es del 97.7% según la encuesta del INEGI de Indicadores de población y empleo 2023, esto muestra un avance en los últimos meses, y ahora con la finalización de la pandemia en mayo 2023, nos muestra un antes y un después en el desempleo (INEGI, 2023).

Según el CONEVAL (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, 2023) la pobreza laboral disminuyó en el ámbito urbano en un 0.6 puntos porcentuales, esto muestra el avance que ha tenido el país con la generación de empleos, además de que el ámbito rural disminuyó en 0.7 puntos porcentuales, a pesar de que no es una cifra representativa, se ha notado un avance en este año, más que en años anteriores.

### **Descripción de los hallazgos**

En inicios de la pandemia se creó pánico en todos los países ya que la transmisibilidad del virus se fomentaba rápidamente, y se transmitía de un lugar a otro por personas externas al país, esto creó la emergencia sanitaria y la necesidad de confinamiento, cerrando y parando con la actividad productiva a fin de salvaguardar vidas, en el año 2020 la OIT esperaba que el nivel del subempleo aumentara, como había pasado en crisis anteriores, se esperaba que los efectos surgieran en la demanda de mano de obra y hubiera un ajuste en la reducción salarial y los horarios de trabajo y en ese momento se esperaba que no afectara directamente al empleo, y en efecto la pandemia trajo consigo una crisis que provocó un cambio que a su momento trajo problemas y consigo posibilidades, se implementó el home office, muchas empresas creían que no era posible trabajar a distancia, sin embargo lo lograron y muchas de ellas pudieron seguir de una manera cotidiana implementando sus medidas a la actualidad, de este modo se abrieron nuevas oportunidades y mejor desempeño laboral (Observatorio de la OIT, 18 de Marzo de 2020).

De este modo Wellerm (2020) en su artículo de efectos en tendencias y mercados laborales en la pandemia menciona que se notaba mayor impacto en el comercio, los restaurantes, hoteles y la industria manufacturera que eran comercios donde su giro no era indispensable para la subsistencia de ese momento, esto generó un gran

impacto en la economía e hizo que muchos de estos negocios que se dedicaban a este giro quebraran al no tener fondos para poder subsistir sin generar ingresos, sin embargo otros tomaron las medidas de sanidad necesarias para poder seguir con sus negocios, como en los restaurantes se implementó el servicio a domicilio, las mesas reservadas conservando su distancia, además de implementar ofertas y promociones que ayudaron a la mejor conservación de sus clientes.

En la industria hotelera de igual manera pusieron filtros de sanidad que conservaban el área limpia, además de cerrar sus áreas comunes y ofrecer mejor promoción a sus clientes. Por otra parte, los sectores que no fueron afectados negativamente fue el sector agropecuario que era indispensable para la subsistencia y que generalmente podía mantener un distanciamiento físico en el trabajo y no infringir su funcionamiento de igual manera la industria textil se benefició con la elaboración masiva de cubrebocas que en ese momento no se tenía contemplado, la realidad es que México no sabía que hacer durante una crisis económica.

### **Durante la pandemia**

En un análisis sobre los efectos de la crisis ocasionada en el empleo en México, Meza y Ruiz (2020) exponen las dificultades que se vivieron durante la pandemia en términos desde incapacidad hospitalaria (cuando los hospitales estaban saturados y no podían dar la atención requerida) y también mencionado los efectos de aislamiento por la sociedad que es caracterizada por vivir en constante interacción y provoca un panorama externo en repercusiones económicas.

Recordemos que en ese momento la enfermedad generaba pánico al no tener una manera organizada de prevenir los contagios y en donde nuestro país estaba en contra de seguir las reglas implementadas por el gobierno, además de las fuentes de información no viables que generaba aún más pánico, todo esto llevo a una crisis en varios ámbitos de la sociedad, desde la crisis económica hasta la salud mental que tuvieron que sobrellevar millones de familias, en el año 2020 en el mes de abril ya se contaba con pérdidas inmensas que se acercaban a un millón y medio de personas infectadas, para mayo había un poco más de 87 mil muertes y 317 mil recuperados en el mundo, sin embargo todo esto empeoraba con los meses en lugar de mejorar, lo que provocó un impacto grande a la economía y por ende a las em-

presas que generaban empleos y sostenían el modelo económico del país.

Se estimo en el año 2021 que las pérdidas de empleo en el año 2020 se acercaron a 11.6 millones de desocupados más que en 2019, y se redujeron los ingresos laborales de las personas porque recordemos que cuando forzaron a las empresas de carácter no esencial a cerrar por dos semanas en lo que se controlaban los contagios, los colaboradores recibían el 50% de su salario, lo que provoco crisis de igual forma en los hogares, para tratar de controlar la pandemia el gobierno tomo la medida de innovación tecnológica y de cierta firma ayudo a normalizar el uso de plataformas, como lo fue en el caso de la educación, de esta forma se conservó el empleo en muchas empresas, sin embargo en México las consecuencias de la crisis fueron considerables ya que en ese momento no se veía ningún avance, al contrario la situación cada vez se veía peor. Sin embargo, en este año la brecha laboral disminuyó de 18.9 a 15.2 millones de personas, no llego a los 11.5 millones de personas desocupadas, pero si disminuyo en gran medida.

### **Después de la pandemia**

En la actualidad se han normalizado el seguimiento de actividades como cotidianamente lo hacíamos, sin embargo, muchas de las innovaciones que se crearon a partir de la pandemia se quedaron y nos hicieron tomar conciencia de lo importante que son las medidas de sanidad no solo para el covid-19 sino también para prevenir otras enfermedades que nos rodean.

Conforme al año 2022, según el INEGI en un estudio de la población desocupada en México, menciona que de las personas desocupadas que por más de tres meses buscan empleo el 34.2% duro desempleada más de un mes y podía extenderse a los 3 meses, no obstante esta cifra es favorable conforme a la de 2021, pero de una manera mínima, esto quiere decir que aún no se ha podido recuperar al país en el desempleo, por esto mismo no se deben agotar las estrategias para conseguir el que empleo vuelva a surgir como antes de la pandemia (Souza, 2023).

## **El emprendimiento a partir de la pandemia**

Durante la crisis que se presentó a partir de la pandemia provocó que los emprendedores se volvieran más competentes y se movieran rápidamente, creando oportunidades de crecimiento para unas empresas, innovando y compitiendo. Sin embargo, es un hecho que inicios de la pandemia, (2020), el sector microempresarial se vio gravemente afectado por causas no previstas por los emprendedores y presentó dificultades para acceder a financiamientos para el capital de trabajo y esto provocó que se cerraran varias microempresas.

## **Mujeres emprendedoras en México**

Zamora (2022), menciona que las mujeres en especial las de América Latina han demostrado ser inteligentes y tener ideas innovadoras que las llevan a crear negocios que pueden llegar a representar un sostén en sus familias, por otra parte, la crisis derivada por la pandemia COVID-19, frenó en gran medida el crecimiento económico, llevando a estas mujeres a presentar dificultades de desigualdad social y de pobreza. Estas situaciones agravaron su situación además de impactar de manera negativa a los sistemas de salud y protección social, que hoy en día se han traducido como desempleo y estos efectos llevaron consecuencias en la caída de ingresos por el cierre de empresas de actividades económicas no elementales.

Sin embargo, gracias a que hay fundaciones que apoyan a este tipo de mujeres, se ha podido desarrollar el emprendimiento en gran medida, recuperando el ritmo que se tenía antes de la pandemia y volviendo a sus actividades laborales que en su momento tuvieron que dejar.

## Conclusiones

En conclusión, la pandemia ha tenido grandes cambios en el empleo informal y formal, con nuevas maneras de trabajo desde casa, entregas a domicilio, etcétera, según el giro es como se ha mantenido el impacto. En un principio no se sabía exactamente de qué se trataba este virus y de cuanto iba a durar, las medidas tomadas en 2020 con el cierre de varios negocios provocaron que varias en su mayoría microempresas cerraran y dejaran sin trabajo a muchas personas, sin embargo, haciendo una comparativa de los últimos años, podemos notar que su impacto fue representativo en el segundo trimestre de 2020, pero ya en este último trimestre su impacto bajo, poniéndose en promedio con años anteriores.

Esto representa un buen manejo de la situación en el empleo en México, a pesar de que no hubo ayuda con los desempleados por parte del gobierno en el año 2020, se logró tener innovaciones en los negocios y se tomaron las medidas de seguridad necesarias para disminuir el contagio lo mayor posible.

## Referencias

- Ávila, J. (26 de Marzo de 2020). *¿Qué es una Pandemia? Definición y fases*. Obtenido de CORONAPEDIA: <https://www.coronapedia.org/base-conocimiento/que-es-una-pandemia-definicion-y-fases/>
- Cedillo, L. (2019). Modelo de probabilidades para el análisis del desempleo en la ciudad de Machala- Ecuador. *Universidad Tecnica de Machala*, 23-37. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7475512>
- Howard, J. (11 de Marzo de 2020). *¿Qué es una pandemia?* Obtenido de Coronavirus: <https://cnnespanol.cnn.com/2020/03/11/que-es-una-pandemia/>
- INEGI. (20 de Enero de 2022). Indicadores de ocupacion y empleo 2021. *COMUNICADO DE PRENSA NÚM. 21/22*, 21. Obtenido de [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/iooe/iooe2022\\_01.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/iooe/iooe2022_01.pdf)
- INEGI. (28 de Diciembre de 2022). Indicadores de ocupacion y empleo 2022. *COMUNICADO DE PRENSA NÚM. 798/22*, 19. Obtenido de [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/enoen/enoen2022\\_12.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/enoen/enoen2022_12.pdf)

- INEGI. (2023). INDICADORES DE OCUPACIÓN Y EMPLEO. INEGI, 1-19. Obtenido de INEGI.
- Loza, G. (2020). Crecimiento y equidad: ¿ El casillero vacío? *Revista de la academia*, 2-22. Obtenido de <http://revistas.academia.cl/index.php/academia/article/view/1494>
- Meza, D., y Ruiz, J. (21 de Septiembre de 2020). *LA CRISIS OCASIONADA POR LA COVID-19 Y SUS EFECTOS EN EL EMPLEO Y LA POBREZA EN MÉXICO*. Obtenido de Revista Internacional de Salarios Dignos: <https://revistasinvestigacion.lasalle.mx/index.php/OISAD/article/view/2813/2679>
- Meza, D., y Ruiz, J. (21 de Septiembre de 2020). *LA CRISIS OCASIONADA POR LA COVID-19 Y SUS EFECTOS EN EL EMPLEO Y LA POBREZA EN MÉXICO*. Obtenido de Revista Internacional de Salarios Dignos: <https://revistasinvestigacion.lasalle.mx/index.php/OISAD/article/view/2813/2679>
- Mora, J. J. (2021). Análisis del desempleo y la ocupación después de una política estricta de confinamiento por COVID-19 en Cali. *Lecturas de Economía*, 169-189. Obtenido de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/lecturasdeeconomia/article/view/342002>
- NIH. (11 de Noviembre de 2020). *Glosario para una pandemia: el ABC de los conceptos sobre el coronavirus*. Obtenido de National Institutes of Health: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7676831/#:~:text=Pandemia%3A%20propagaci%C3%B3n%20mundial%20de%20una,comunitaria%20en%20m%C3%BAltiples%20lugares%202>.
- Observatorio de la OIT. (18 de Marzo de 2020). El COVID-19 y el mundo del trabajo: Repercusiones y respuestas. *Organización Internacional del Trabajo*, 1-18. Obtenido de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms\\_739158.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_739158.pdf)
- OIT. (01 de Febrero de 2022). OIT. Obtenido de OIT: Tras dos años de pandemia la recuperación del empleo ha sido insuficiente en América Latina y el Caribe: [ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS\\_836198/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_836198/lang--es/index.htm)
- OMS. (11 de Marzo de 2020). *La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia*. Obtenido de [https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com\\_content&view=article&cid=15756:who-characterizes-covid-19-as-a-pandemic&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0](https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&cid=15756:who-characterizes-covid-19-as-a-pandemic&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0)
- ONU. (12 de Agosto de 2021). *La pandemia de COVID-19 causa estragos en el empleo juvenil en América Latina*. Obtenido de Noticias ONU: <https://news.un.org/es/story/2021/08/1495432>
- Pilligua, L. (2020). “ANÁLISIS DE LA INFLACIÓN Y EL DESEMPLEO MEDIANTE LA

- CURVA DE PHILLIPS EN ECUADOR, PERIODO 2001- 2018”. *UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ*, 2-50. Obtenido de [http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2622/1/TESIS\\_LUIS%20MIGUEL%20PILLIGUA%20CALLE%202020%20%281%29.pdf](http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2622/1/TESIS_LUIS%20MIGUEL%20PILLIGUA%20CALLE%202020%20%281%29.pdf)
- Romo, P. (28 de Agosto de 2020). *Jalisco pierde más de 95,000 empleos por la pandemia*. Obtenido de El economista: <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Jalisco-pierde-mas-de-95000-empleos-por-la-pandemia-20200828-0028.html>
- Souza, E. (2023). El concepto de trabajo decente : el caso de México antes y después de la pandemia por la Covid-19. *UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA*, 1-21. Obtenido de <https://revistas.ucc.edu.co/index.php/di/article/view/4560>
- Torres, M. (2019). Dimensiones culturales del empleo y desempleo de jóvenes universitarios de Cali, Colombia. *Scielo*, 1-19.
- Villareal, A. (2019). PANDEMIAS Y DERECHO: UNA PERSPECTIVA DE GOBERNANZA GLOBAL. *Universidad Nacional Autónoma de México. INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS*, 23-25. Obtenido de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/12/5641/12.pdf>
- Weller, J. (2020). La pandemia del COVID-19 y su efecto en las tendencias de los mercados laborales. *CEPAL*, 7-28. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45759/1/S2000387\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45759/1/S2000387_es.pdf)



# La motivación a los colaboradores y su efecto en el desempeño.

Aurelio Daniel Reyes Jaimes<sup>5</sup>

## Introducción

La motivación es uno de los factores clave que influyen en el desempeño laboral de los empleados en cualquier organización. Cuando un trabajador está motivado, es más probable que se sienta comprometido con su trabajo, tenga un mayor rendimiento y sea más productivo. Por otro lado, la falta de motivación puede llevar a una disminución en la calidad del trabajo y a una falta de interés por parte del empleado en sus tareas diarias. En este artículo, se analizará la importancia de la motivación en el desempeño laboral y se explorarán algunas técnicas que pueden ayudar a las empresas a mantener a sus empleados motivados y comprometidos.

En la actualidad las empresas para mantenerse competitivas y en el mercado necesitan de estar siempre un paso adelante, siempre mantenerse creativas para innovar tanto en sus procesos como en sus productos y/o servicios que ofrecen, debido a eso, deben de mantener su activo más importante que es el “recurso humano”.

---

<sup>5</sup> Licenciatura en Administración Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas. Universidad de Guadalajara [aurelio.reyes1859@alumnos.udg.mx](mailto:aurelio.reyes1859@alumnos.udg.mx)

Con base, concierne decir que existe dentro de los cargos superiores de las organizaciones diciendo frases como: “trabajadores van y vienen”, “hay muchas personas queriendo el puesto que tú tienes”, “si un trabajador se va, al día siguiente se reemplaza”, y debido a lo antes mencionado, los colaboradores detectan que no mantienen la importancia y la autonomía que ellos pretender obtener dentro de su rol en la organización, sin considerar que los colaboradores hacen que la empresa esté en constante funcionamiento. Entonces, es importante utilizar las estrategias apropiadas para aprovechar al máximo y persuadir de los colaboradores para que trabajen en beneficio de la organización y no en su contra.

No hay un límite específico de motivación, ya que esto puede variar dependiendo de cada individuo y de las circunstancias en las que se encuentre. Es importante tener en cuenta que la motivación no es un recurso ilimitado y que puede agotar con el tiempo. Por lo tanto, es necesario encontrar un equilibrio adecuado en la forma en que se motive a los colaboradores, asegurándose de no sobrecargarlos y mantener un ambiente laboral saludable y sostenible. Además, es importante tener en cuenta que la motivación no es la única variable que afecta el desempeño laboral, y que otros factores como la capacitación, el ambiente de trabajo, la remuneración y la satisfacción laboral también juegan un papel importante en la productividad y la calidad del trabajo.

Tener colaboradores satisfechos con su trabajo puede aumentar la productividad de la empresa. Cuando los colaboradores están contentos con su trabajo y sienten que su contribución es valorada, es más probable que se sientan comprometidos con su trabajo y estén dispuestos a trabajar duro para alcanzar los objetivos de la empresa. Además, los colaboradores satisfechos también pueden ser más propensos a permanecer en la empresa a largo plazo, lo que reduce los costos de rotación y aumenta la estabilidad del equipo. Por otro lado, los colaboradores insatisfechos pueden estar menos motivados para trabajar e incluso pueden buscar otras oportunidades de empleo, lo que puede tener un impacto negativo en la productividad de la empresa.

## **Motivación.**

Varios expertos en ciencias han descrito la motivación como un proceso de desarrollo, dado que se controla y se determina la fuerza que se encuentra detrás de las acciones realizadas, lo que incluye la decisión del comportamiento llevado a cabo y finalmente el mantenimiento del comportamiento humano hacia la meta establecida (Restrepo de Ocampo y Estrada Mejía, 2007).

En el trabajo de M.R Jones (1995), LoShaw, Saari, and Latham (1981), Steers and P. (1979) and Vroom tuvieron gran influencia en la siguiente definición:

La motivación en el trabajo consiste en un grupo de fuerzas energéticas que se originan a partir de que va más allá de la iniciativa del individuo para iniciar un comportamiento de trabajo y determinar su forma, dirección, intensidad y duración. (p. 98)

La motivación laboral se refiere a la habilidad de una empresa para mantener a sus empleados comprometidos y ofrecer un rendimiento máximo para lograr los objetivos establecidos por la organización. Es esencial para aumentar la productividad empresarial, y hay diversos factores que influyen en el rendimiento de una empresa, así como diferentes maneras de motivar y aumentar la productividad de los colaboradores, incluyendo el trabajo en equipo, la identificación con los de la empresa, una buena relación con la gerencia y la sensación de realización en el puesto de trabajo. El líder debe estar enfocado en las metas y la visión de la empresa para que los empleados se sientan importantes y estén comprometidos con su trabajo. De esta forma, los empleados darán lo máximo de sí para el éxito de la empresa (Restrepo de Ocampo y Estrada Mejía, 2007).

Mantener motivados a los colaboradores es un ganar-ganar, ganar tanto como la empresa al alcanzar los objetivos que se plantearon y los colaboradores ganan algún bono por el resultado de su desempeño.

## **Teorías sobre la motivación en las organizaciones**

De acuerdo con investigaciones realizadas por la Universidad de Warwick y el Wall Street Journal con el Opener Institute for People en 2021, se ha encontrado que la satisfacción laboral de un colaborador tiene un impacto directo en su productividad y eficiencia. Un aumento en el grado de satisfacción laboral de un colaborador en un 12% se traduce en un aumento del 31% en su eficiencia y productividad según una investigación estadística. Existe una consecuencia positiva entre la motivación laboral y el desempeño en el trabajo.

### **La teoría de las necesidades, desarrollada por David Clarence McClelland**

La necesidad de superación está relacionada con el deseo de lograr objetivos desafiantes que proporcionen una gran satisfacción personal cuando se alcanzan. Las personas que tienen esta necesidad suelen ser competitivas consigo mismas y buscan constantemente desafiar sus propios límites y establecer nuevos estándares de logro (Toro y Esperanza, 1998).

Este tipo de necesidad se refiere al deseo de tener una mayor capacidad de controlar el comportamiento de los demás para lograr un objetivo en particular. La necesidad de poder está relacionada con el deseo de obtener reconocimiento y, por lo tanto, estas personas tienden a ser más competitivas y prefieren trabajar solas en lugar de colaborar en equipo (Toro y Esperanza, 1998).

La necesidad de afiliación se refiere al deseo de las personas de mantener una conexión emocional con otros individuos y de ser aceptados en un grupo social específico. El objetivo principal es sentirse parte de un grupo y por lo general, estas personas prefieren colaborar y trabajar en equipo en lugar de competir o tomar riesgos por sí mismos (Toro y Esperanza, 1998).

Los colaboradores de una empresa necesitan retos para poder crecer y no detenerse, y aún más cuando se sienten motivados. Vivimos en una sociedad en la cual cambia constantemente y se necesita mantenerse actualizados para estar siempre un paso delante de la competencia y para ello, hay que capacitar a todo el equipo para alcanzar ese objetivo y si se logra recompensar al equipo por ello.

Dicho lo anterior, podemos partir desde la teoría del psicólogo Abraham Maslow (1954), la motivación es el impulso que tiene el ser humano para satisfacer sus necesidades. Abraham Maslow clasifica 5 niveles de necesidad en forma de una pirámide. La idea principal de Maslow es que sólo se satisfacen las necesidades superiores siempre y cuando se hayan satisfecho las necesidades del nivel más bajo, es decir, no se puede pasar a las siguientes necesidades siempre y cuando se hayan satisfecho las anteriores. Por ejemplo, si las personas tienen como único objetivo conseguir alimento, hidratación y descanso, no se plantearán problemas para conseguir, seguridad física, de salud y económica.

Los cinco niveles planteados en la pirámide de Abraham Maslow son:

- Necesidades fisiológicas: están en la base de la pirámide. Los seres humanos tienen necesidades básicas que deben ser satisfechas para poder mantener un funcionamiento adecuado. Si una persona carece de alimentos, agua, descanso o respiración, es probable que sienta una fuerte sensación de hambre física antes que cualquier otra cosa (Elizalde Hevia, Martí y Martínez 2006).
- Necesidades de seguridad: en términos generales, los seres humanos tienden a buscar la estabilidad y a ordenar su entorno. Vivir en una situación de incertidumbre puede resultar difícil, por lo que buscamos alcanzar un mínimo de seguridad en diferentes aspectos de nuestras vidas, como la salud, el trabajo, la familia, la economía y nuestro entorno en general (Elizalde Martí y Martínez 2006).
- Necesidades de unión: después de haber satisfecho las necesidades básicas, empezarán a emerger las necesidades de conexión y afecto, es decir, la necesidad de relacionarse con los demás para crecer como seres humanos. Entonces, la búsqueda de vínculos, pertenencia, aceptación, amistad e intimidad se hará presente (Elizalde, Martí y Martínez, 2006).
- Necesidades de reconocimiento: en general, los individuos tienen la necesidad de sentirse valorados y respetados, tanto por ellos mismos como por los demás, lo que se traduce en una buena autoestima, confianza y libertad. La estimación y el reconocimiento de los demás también son importantes para satisfacer esta necesidad (Elizalde, Martí y Martínez, 2006).

- Necesidades de autorrealización: la necesidad descrita se refiere a la búsqueda constante del crecimiento personal y la realización de uno mismo. Esto se logra a través de la calidad de las relaciones interpersonales, el desarrollo de habilidades y la consecución de metas y objetivos, con un enfoque en valores morales, creatividad y plenitud.

Con ello se da a entender que no todas las personas estarán motivadas a satisfacer las mismas necesidades, por lo que está en cada una de ellas satisfacer las necesidades que crean oportunas para llegar a su propósito. También se concluye que las circunstancias tienen un efecto importante y se reconoció que a las personas la capacidad de estimar si una acción le interesa o no.

## Desempeño

Como menciona Litwin y Stringer (1968) describieron que el clima organizacional es una característica del ambiente de trabajo que es percibida subjetivamente por los miembros de la organización. El clima organizacional es el resultado de la interacción entre el sistema formal de la organización, el estilo informal de los administradores y factores organizacionales como las características del trabajo y las condiciones de empleo. Es decir, el clima organizacional se crea a partir de la percepción de los colaboradores sobre estos elementos del entorno laboral (García 2009).

El desempeño se refiere a la acción de realizar una tarea o cumplir una responsabilidad de acuerdo con un estándar específico, ya sea en el ámbito laboral, académico o cualquier otro contexto. Se mide generalmente por la capacidad de una persona para alcanzar objetivos específicos y realizar su trabajo de manera efectiva y eficiente. El desempeño puede estar influenciado por una serie de factores, como las habilidades y el conocimiento de la persona, el nivel de motivación y compromiso, así como la calidad de los recursos y herramientas a su disposición. El término “desempeño” se usa comúnmente para referirse al nivel de rendimiento que una persona alcanza en su trabajo o estudio. Este nivel se determina en función de la habilidad y el esfuerzo que la persona invierte en la tarea. Por ejemplo, si un jugador de fútbol anota tres goles en un partido, se dice que tuvo un buen desempeño en ese encuentro. Por otro lado, si un vendedor no logra vender ningún producto durante

todo un mes, se considera que tiene un bajo desempeño en su trabajo. La evaluación del desempeño es el proceso de determinar si un colaborador ha cumplido con los objetivos alcanzados. Es una técnica empleada en el ámbito laboral para premiar a aquellos que lograron alcanzar las metas establecidas y para corregir a aquellos que no lo lograron.

Existen diversos elementos que pueden influir en el rendimiento de un colaborador, que van desde la carencia de formación presentada por la compañía, hasta la motivación y entrega que el empleador ponga en su trabajo.

- Clima laboral: es el ambiente en el que se desenvuelve un colaborador puede afectar su desempeño y compromiso con la empresa. Si el ambiente laboral es negativo, con factores como hostigamiento, estrés, falta de motivación o higiene, es más probable que el colaborador pierda interés y no realice su trabajo con calidad.
- Falta de capacitación: se refiere a la situación en la que un colaborador no cuenta con la formación o capacitación adecuada para llevar a cabo su trabajo de manera efectiva y satisfactoria. En algunos trabajos es necesario tener habilidades especializadas y conocimientos específicos que se adquieran a través de cursos o experiencia. La falta de capacitación puede provocar un desempeño inadecuado y la incapacidad para alcanzar las metas y objetivos establecidos, lo que puede repercutir en una retribución menor a la esperada.
- Pasión: si al colaborador no le gusta el puesto o no siente pasión por lo que hace, no se desempeñará de manera adecuada en el trabajo.

## **El impacto de la motivación en el desempeño**

La motivación laboral puede tener un impacto significativo en los colaboradores y en la organización en general. Cuando los colaboradores están motivados, se sienten más comprometidos con su trabajo y son más propensos a poner en práctica comportamientos que conducen a un mejor desempeño, como ser más productivos y tomar iniciativas. Además, los colaboradores motivados pueden tener una actitud más positiva hacia la organización y pueden estar más dispuestos a quedarse en

el trabajo a largo plazo. En última instancia, la motivación laboral puede llevar a una mayor satisfacción laboral, una mejor calidad del trabajo y una mayor eficacia organizacional. Por otro lado, la falta de motivación laboral puede conducir a una disminución del desempeño laboral, absentismo y rotación de personal, lo que puede tener un impacto negativo en la organización.

Aunque la motivación laboral tiene muchos beneficios para los colaboradores y las empresas, también puede tener algunos aspectos negativos. Por ejemplo:

1. Exceso de trabajo: si un colaborador está muy motivado, puede estar dispuesto a trabajar horas extra ya asumir demasiado trabajo. Esto puede llevar a la fatiga y al agotamiento, lo que a su vez puede disminuir su rendimiento y su satisfacción laboral.
2. Competitividad excesiva: algunos programas de motivación laboral, como el “empleado del mes” o los sistemas de recompensas basados en objetivos, pueden crear una competencia excesiva entre los colaboradores. Esto puede generar tensiones y conflictos en el lugar de trabajo.
3. Descenso de la calidad: si los incentivos están basados únicamente en la cantidad de trabajo que se realiza, los empleados pueden funcionar en producir más en lugar de producir mejor. Esto puede llevar a una disminución en la calidad del trabajo realizado.
4. Dependencia de los incentivos: si los colaboradores se acostumbran a recibir incentivos constantemente, pueden llegar a depender de ellos para sentirse motivados. En algunos casos, esto puede llevar a cabo una disminución de la motivación si los incentivos se reducen o eliminan.

Es importante tener en cuenta estos aspectos negativos al diseñar programas de motivación laboral para asegurarse de que los beneficios superen los posibles riesgos. La evaluación del desempeño laboral permite evaluar la contribución de los colaboradores y su impacto en los resultados de la empresa. Al conocer cómo se desempeña un colaborador en su trabajo, se pueden identificar los factores que influyen en su desempeño positivo o negativo. Además, el potencial del individuo puede ayudar a resolver cualquier problema y alcanzar las metas de la empresa. Observar y conocer los obstáculos que impiden el buen desempeño de un trabajador

puede ayudar a mejorar su rendimiento.

Según Chiavenato, define el desempeño como los comportamientos observados en el colaborador, que son relevantes, para el logro de objetivos en la organización y pueden ser medios de acuerdo con las competencias de cada persona, y la contribución que dan a la empresa.

Otras ventajas que tiene realizar la prueba de desempeño laboral son:

- Establecer beneficios que vayan de acuerdo con las funciones de cada trabajador
- Ofrecer mejoras o ascensos en los puestos laborales de acuerdo con su competencia laboral.
- Encontrar problemas en la organización empresarial
- Disminuir los factores externos a la empresa que influyen en la labor de los empleados

### **Tipos de motivación**

La motivación intrínseca es la forma de motivación laboral más utilizada en las empresas. Esta motivación surge de factores internos de la persona, como la satisfacción personal del empleado en la realización de sus tareas. En este tipo de motivación, el empleado no busca un incentivo o recompensa externa, sino simplemente el reconocimiento de su buen desempeño (Sánchez, 2020).

La motivación intrínseca reside dentro del individuo, lo que significa que, si uno depende constantemente de otros para obtener motivación, esto puede terminar con el tiempo. Sin embargo, un buen líder puede ser un catalizador efectivo de motivación en el corto plazo, ya que los mejores líderes crean las condiciones adecuadas para que el equipo se motive por sí mismo (Sánchez, 2020).

El objetivo de una motivación intrínseca es fomentar el desarrollo personal y la autorrealización en el trabajo aplicando lo siguiente:

- Reconocer el trabajo realizado y agradécelo
- Ofrecer la oportunidad de escalar en la empresa, de acuerdo con su desempeño
- Realizar actividades recreativas y de integración

La motivación extrínseca se refiere a la fuerza impulsora detrás de la conducta humana que surge de factores externos, como incentivos, recompensas, elogios, reconocimiento público, entre otros. En otras palabras, la motivación extrínseca se produce cuando un individuo realiza una tarea no porque disfruta del proceso en sí mismo, sino porque espera obtener algo externo a cambio, como un aumento salarial, una promoción, una medalla, etc. motivación que se centra en los resultados finales y no en la satisfacción interna del individuo (Sánchez, 2020).

Se produce por factores externos al individuo, como puede ser un aumento de salario o un reconocimiento público. En este tipo de motivación, la persona se siente impulsada a realizar una tarea por los beneficios que pueda obtener, como una recompensa económica o una distinción por parte de otros. Además, este tipo de motivación se enfoca en el proceso y los recursos utilizados para alcanzar una meta, así como en el reconocimiento externo obtenido y el impacto logrado con la tarea realizada (Sánchez, 2020).

Es en este tipo de motivación la empresa puede actuar incentivando al colaborador con distintas técnicas como:

- Jornadas laborales más flexibles
- Comisiones o bonos económicos
- Espacios limpios y adecuados para trabajar

Según la definición del profesor Juan Antonio Pérez López, quien ha escrito libros sobre liderazgo y ética en la dirección de empresas, la motivación trascendente es aquella que genera en los profesionales una satisfacción derivada del impacto de sus acciones en otras personas. Esto puede ser ayudar a un cliente, lograr un acuerdo con un proveedor o impulsar las habilidades de un trabajador. Esta motivación complementa tanto la motivación intrínseca como la extrínseca. Este tipo de moti-

vacación suele encontrarse en organizaciones sin fines de lucro, donde cada miembro tiene una función que contribuye a un gran objetivo (Sánchez, 2020).

Si se quiere aplicar una motivación trascendente en tu equipo de trabajo, realiza lo siguiente:

- Establece un objetivo colectivo y el proceso con el que se alcanzará el bien común
- Lidera desde el ejemplo y con voluntad de servicio
- Fomentar el compromiso individual y colectivo del equipo

Hay muchos métodos que se pueden utilizar para motivar a los empleados, y la elección de los métodos adecuados del tipo de organización, la cultura empresarial, el tipo de trabajo que se realizay las necesidades de los empleados. Algunos métodos que se pueden utilizar para motivar a los empleados incluyen:

- Ofrecer un salario competitivo y beneficios laborales atractivos
- Proporcionar oportunidades de crecimiento profesional y desarrollo de habilidades
- Crear un ambiente laboral positivo y apoyar el bienestar de los empleados
- Reconocer y recompensar el buen desempeño y los logros de los empleados
- Fomentar la colaboración y la comunicación efectiva entre los empleados y la gerencia
- Ofrecer flexibilidad en el horario de trabajo y la posibilidad de trabajar desde casa
- Proporcionar herramientas y recursos adecuados para realizar el trabajo de manera efectiva.

Es importante destacar que no hay un enfoque único para motivar a los empleados, y que puede ser necesario experimentar con diferentes métodos hasta encontrar los que mejor funcionan para cada organización y su equipo de trabajo (Sánchez, 2020).

## Metodología.

Se realizó una investigación por medio de una pequeña encuesta a 20 colaboradores para comprobar si en realidad el sí mejoraría su desempeño cuando es motivado, y el grado de satisfacción que les da su empleo actual, para dar a conocer la importancia de la motivación a los colaboradores ya que, en ocasiones muchas de la empresa los tiene realmente olvidados y la empresa depende mucho de su capital humano, quizás, al grado de eliminar ese pequeño tabú en el sentido de las organizaciones lo ven como un costo y no cómo una inversión, para que los empleados se sientan cómo en casa y tengan bien puesta la camiseta de la empresa.

Desafortunadamente los resultados fueron negativos, los colaboradores, muchos se sienten estresados y agotados por la carga de trabajo, otros están ahí por la necesidad de trabajar. La presencia del estrés puede tener un efecto negativo en el desempeño laboral, lo que se traduce en una disminución del rendimiento y la capacidad para realizar las tareas destacadas. Esto puede provocar errores en los procedimientos y una falta de eficacia en el trabajo. Además, hay otros factores higiénicos que pueden tener un impacto negativo, como el insomnio o la falta de sueño, la decalidad, el clima extremo, el ruido, la iluminación inadecuada, la mala comunicación entre colegas, la nutrición, entre otros.

Todo esto ocasiona inasistencias, rotación del personal, alto nivel de absentismo, disminución del desempeño en la empresa, altos costos y mala imagen hacia la misma. Por cada 4 candidatos que ingresan a la empresa a los 6 meses, 2 ya están renunciando por la carga de trabajo y eso lleva a que los colaboradores no salgan a su hora indicada y se quedan más horas laborando sin ningún tipo de beneficio. El desempeño laboral es el rendimiento que un colaborador refleja al momento de realizar las actividades que le corresponden. De esta manera, se considera si la persona es apta o no para el puesto asignado.

Es crucial que el Departamento de Recursos Humanos de cualquier empresa realice la evaluación del desempeño laboral de manera adecuada, y para ello deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Establecer la meta o propósito de la evaluación
- Evaluar el historial y los logros pasados del colaborador para tomarlos en cuenta en la evaluación actual
- Es necesario que los criterios de referencia estén vinculados al cargo que se desempeña
- 
- Se debe comunicar claramente al colaborador qué aspectos serán evaluados y asegurarse de que esté de acuerdo con los criterios de evaluación
- Se espera que el líder encargado de aplicar la evaluación proponga soluciones para mejorar los fallos identificados en el proceso

El salario no es un factor altamente motivador en el ámbito laboral. Sin embargo, es importante que las personas no subestimen su importancia para retener a los colaboradores más destacados. Un estudio realizado en 2006 con colaboradores de una organización mostró que solo el 45% de ellos mejoraron que el salario era un factor clave para la pérdida de talentos, mientras que el 71% de los colaboradores con mejor rendimiento lo señalaba como la razón principal. Dado que el salario es importante, es necesario entender cómo pagar a los colaboradores adecuadamente, y para esto se mencionan algunas decisiones estratégicas (Barrios, 2018).

El papel de las variables personales, como la edad y el género, y las circunstancias laborales, como las características del trabajo, la situación y la experiencia laborales, es fundamental en la formación de la actitud del colaborador hacia la organización. Por ejemplo, un colaborador puede tener una personalidad excelente, pero si no tiene suficiente experiencia, su desempeño puede verse afectado negativamente. Estas variables deben ser consideradas al seleccionar al “empleado del mes”, y deben ser analizadas con más detalle.

Se considera que tanto el compromiso como la satisfacción laboral son necesarios para el correcto funcionamiento de una organización, y para fomentar esto, se utiliza un programa de reconocimiento como el “empleado del mes” para motivar a los trabajadores a sentirse más comprometidos y satisfechos en su trabajo. Sin embargo, existe una posible interpretación negativa del programa, debido a que, en lugar de ser una forma de motivación, podría ser vista como un método de control

para los colaboradores, ya que para ser elegido como “empleado del mes” se deben cumplir ciertas actitudes y comportamientos previamente establecidos por los gerentes o líderes, en lugar de permitir que los trabajadores aumenten la productividad, calidad o servicio por su propia iniciativa.

Así mismo se puede aplicar diversas técnicas para fomentar y estimular la motivación de manera efectiva:

1. **Gestión de motivadores:** es importante reconocer y premiar los logros, ya sea a través de incentivos económicos o mediante la entrega de algún tipo de recompensa, como puede ser la posibilidad de disfrutar de unas vacaciones o un viaje.
2. **Desarrollo laboral:** se debe proporcionar al colaborador la oportunidad de progresar en su carrera dentro de la organización, ya que esto lo motivará y destacará su entusiasmo por el trabajo. La posibilidad de avanzar a un puesto de mayor rango y, por ende, a un salario más alto, es un incentivo importante para el personal.
3. **Planear tareas y metas:** es crucial que cada colaborador esté al tanto de sus responsabilidades, plazos y objetivos personales, del equipo y de la organización en general. De esta manera se fomenta tanto la motivación laboral como el trabajo colaborativo.
4. **Estructurar adecuadamente el personal:** se puede generar una falta de motivación en un colaborador si se encuentra en una posición donde no puede aprovechar sus habilidades y talentos, o si se encuentra subutilizado en su puesto. Por lo tanto, es esencial asignar a cada colaborador una posición que sea acorde con sus habilidades y competencias para lograr equipos de trabajo motivados.
5. **Progreso profesional:** una forma efectiva de mantener la motivación laboral en un nivel constante es garantizar que la empresa ofrezca la capacitación y el entrenamiento necesario para facilitar la promoción laboral de los empleados. De esta manera, se les brinda las herramientas y habilidades necesarias para avanzar en sus carreras y lograr sus objetivos profesionales.

## Conclusiones

Se entiende por motivación a la fuerza que dirige y mantiene el comportamiento de un colaborador cuando tiene interés en lograr ciertas metas y/o expectativas laborales. Este esfuerzo se refleja en una actitud positiva (satisfacción) hacia su trabajo en sí, en relación al entorno y las recompensas obtenidas. A su vez, el nivel de satisfacción logrado influirá en el grado de esfuerzo que el trabajador esté dispuesto a realizar. La actitud positiva hacia el trabajo (satisfacción laboral) puede afectar la intensidad y persistencia del comportamiento laboral (motivación).

Se cree que debido al bajo desempeño de los colaboradores se debe a la falta de habilidades de influencia en sí mismos. Para una organización, es importante saber cómo un líder puede influir positivamente en la eficacia de su equipo. La capacidad del liderazgo para motivar a través de la comunicación y la interacción con los trabajadores es crucial. La habilidad comunicativa del líder afecta su capacidad de influir en el equipo y la dirección que toma dicha influencia es un aspecto muy importante.

Después de llevar a cabo una investigación, se descubrió que los incentivos de motivación en las empresas no fomentan el mejor desempeño, sino que generan una competencia poco saludable dentro de la organización. Estos incentivos son herramientas de control y los criterios de evaluación pueden ser subjetivos, como la actitud. Los premios que se ofrecen, como una foto o un día de descanso, tienen poco valor motivacional. En lugar de promover la cooperación, los empleados son alentados a competir entre sí. Por lo tanto, la eficacia de esta práctica y sus resultados satisfactorios son cuestionables.

La motivación laboral se refiere a la disposición o voluntad de un trabajador para realizar un alto nivel de esfuerzo para lograr metas organizacionales, en función de satisfacer sus necesidades individuales. Las necesidades se refieren a un estado interno que hace que ciertas acciones resulten más atractivas. La motivación laboral es importante tanto desde la perspectiva de la investigación como desde la gestión organizacional.

## **Análisis del aporte a la investigación.**

La motivación laboral es uno de los factores más importantes para el éxito en el lugar de trabajo. Cuando los empleados están motivados, son más propensos a trabajar con entusiasmo, a ser más productivos y a permanecer más tiempo en sus trabajos. Por otro lado, cuando los empleados no están motivados, su desempeño laboral puede verse afectado negativamente, lo que puede tener consecuencias significativas para la organización en su conjunto.

Entonces, ¿cómo podemos fomentar la motivación laboral en el lugar de trabajo y mejorar el desempeño laboral? Aquí hay algunas estrategias que pueden ser efectivas:

1. **Proporcionar reconocimiento y recompensas:** Los empleados que se sienten valorados y apreciados en el trabajo son más propensos a estar motivados. Proporcionar reconocimiento y recompensas puede ser una forma efectiva de motivar a los empleados. Estas recompensas pueden incluir bonificaciones, promociones, tiempo libre adicional o incluso algo tan simple como una nota de agradecimiento.
2. **Ofrecer oportunidades de desarrollo profesional:** Los empleados que sienten que tienen oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional en su trabajo son más propensos a estar motivados. Ofrecer capacitación, mentoría y oportunidades de desarrollo puede ayudar a fomentar la motivación laboral y mejorar el desempeño laboral.
3. **Crear un ambiente de trabajo positivo:** Un ambiente de trabajo positivo puede hacer que los empleados se sientan más comprometidos y motivados en su trabajo. Esto puede incluir cosas como fomentar la colaboración, ofrecer un equilibrio adecuado entre el trabajo y la vida personal y proporcionar un ambiente de trabajo cómodo y agradable.
4. **Establecer objetivos claros y realistas:** Los empleados necesitan tener una comprensión clara de lo que se espera de ellos y de lo que deben lograr en su trabajo. Establecer objetivos claros y realistas puede ayudar a motivar a los empleados y mejorar su desempeño laboral.
5. **Proporcionar retroalimentación constructiva:** La retroalimentación es una herramienta importante para el crecimiento y el desarrollo de los emplea-

dos. Proporcionar retroalimentación constructiva puede ayudar a los empleados a mejorar su desempeño y a mantenerse motivados en su trabajo.

En conclusión, la motivación laboral es esencial para el éxito en el lugar de trabajo. Al fomentar la motivación en los empleados, se puede mejorar su desempeño laboral y, en última instancia, el éxito de la organización. Al utilizar estrategias como proporcionar reconocimiento y recompensas, ofrecer oportunidades de desarrollo profesional, crear un ambiente de trabajo positivo, establecer objetivos claros y proporcionar retroalimentación constructiva, las organizaciones pueden fomentar la motivación laboral y mejorar el desempeño laboral.

## Referencias

- Barrios, J. (2 de Diciembre de 2018). *Emprendices*. Obtenido de Emprendices: <https://www.emprendices.co/origen-concepto-y-teorias-sobre-motivacion-laboral/>
- Elizalde Hevia, A., Martí Vilar, M., y Martínez Salvá, F. (15 de Agosto de 2006). *Una revisión crítica del debate sobre las necesidades humanas desde el. Enfoque Centrado en la Persona*. Obtenido de Redalyc: [chrome-extension://efaidnbmnmbpcajpcgclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/305/30517306006.pdf](https://www.redalyc.org/pdf/305/30517306006.pdf)
- Flores Estrada, M., González Huerta, M. y Leal Guerra, L. M. (2006). El empleado del mes, ¿un modo de control o motivación? *Global Media Journal México*, 3(6),0. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68730614>
- García Solarte, M. (s.f. de diciembre de 2009). *Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una aproximación Conceptual*. Obtenido de Redalyc.org: <https://www.redalyc.org/pdf/2250/225014900004.pdf>
- Restrepo de Ocampo, L. S., y Estrada Mejía, S. (s.f. de Diciembre de 2007). *Cómo influyen los factores de motivación en la satisfacción de los empleados dentro de una organización*. Obtenido de Dialnet.unirioja.es: <file:///C:/Users/desarrollo.concavus/Downloads/Dialnet-ComoInfluyenLosFactoresDeMotivacionEnLaSatisfaccio-4785374.pdf>
- Sánchez, I. (21 de Septiembre de 2020). *Tipos de motivación en el trabajo: ¡aumenta la productividad de tu equipo!* Obtenido de OCCMUNDIAL: <https://www.occ.com.mx/>

blog/tipos-de-motivacion-en- el-trabajo/

Toro, P., y Esperanza, L. (1998). Fundación Universitaria Konrad Lorenz Colombia. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 529-532.

Torres, R. (10 de Mayo de 2018). *FocoConsultores*. Obtenido de FocoConsultores: <https://fococonsultores.es/causas-y-consecuencias-falta-motivacion-laboral/>

TERCERA PARTE:

**Tendencias en comercialización**



# **Adopción del e-commerce en la zona metropolitana de Guadalajara después de la pandemia del covid-19**

Axel Nazareth Espinosa Casillas<sup>6</sup>.

## **Introducción**

Ante el creciente mercado electrónico, surge la necesidad de conocer a que se refiere el e-commerce y como puede incentivarse su crecimiento con el fin de mantener una economía competitiva en la escala global, este artículo busca atender esa problemática. El presente artículo se divide en 5 segmentos. En el primero se busca mostrar cual era la situación del comercio electrónico previamente a la pandemia de Covid-19, que impactó la economía de nuestro país en la primavera de 2020, seguido del panorama en el mismo aspecto, que se tenía a finales de 2022, después de que se disparara el e-commerce a raíz de las medidas de aislamiento y cese de las actividades no esenciales. En el segundo segmento, se hace una revisión de la literatura, al respecto de la conceptualización del E-commerce y la Adopción tecnológica, buscando crear un concepto integrando las aportaciones de distintos autores.

---

<sup>6</sup> Egresado de la licenciatura de administración del centro universitario de ciencias económico-administrativas. Universidad de Guadalajara. [alaxelomnimon13@gmail.com](mailto:alaxelomnimon13@gmail.com)

El tercer segmento, describe el proceso del diseño de la instrumentación, para la investigación del panorama del e-commerce dentro de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) en la primavera de 2023. En el cuarto segmento se revisan los resultados de la investigación, tanto de manera individual para cada reactivo del instrumento de investigación como en la interpretación de los resultados en conjunto. La quinta y última sección, se enfoca en el reconocimiento de las limitantes del artículo, recomendaciones para investigaciones futuras y posibles aplicaciones prácticas de la información recogida en el artículo.

### **Una mirada al panorama del e-commerce en México pre y post pandemia.**

Durante el segundo trimestre del 2020 se declaró el cese de actividades no esenciales, por lo que el mercado tradicional sufrió un parón en seco mientras se abría una ventana de oportunidad para subirse a la ola del e-commerce<sup>7</sup>. La ola de adopción del e-commerce ya se venía generando desde el 2013 con el surgimiento de la WEB 3.0, la cual se caracteriza por la democratización del acceso a internet y sus contenidos.

Según Ríos (2020) este proceso fue sencillo para las grandes empresas por contar con recursos económicos, técnicos y tecnológicos para realizar la adopción del e-commerce con relativa facilidad. Sin embargo, esto era completamente diferente para las MiPyMes que representaban el 72% de los empleos formales del país y el 52% del PIB, ya que solo el 6% de estas empresas estaban listas para realizar la adopción de esa tecnología en menos de un mes.

Esta cifra tan cerrada se debe a que no cuentan con los recursos económicos, técnicos y tecnológicos para realizar la adopción del e-commerce, además de no contar con conocimientos de logística para la distribución satisfactoria de sus productos y servicios. Pero, no solo es una cuestión dependiente de los productores, los

---

<sup>7</sup> El cual se define como el intercambio de bienes y servicios mediante toda la gama de dispositivos electrónicos con acceso a internet, ya sea mediante redes abiertas o cerradas. Se presenta dentro de mercados electrónicos donde se puede acceder a todo tipo de bienes o servicios, de manera legal o ilícita; que, además, presenta las ventajas de no necesitar de un espacio físico especializado para su ejecución, está disponible las 24 horas para los consumidores mientras tengan cobertura de red y reduce los costos al prescindir de la necesidad de tener puntos de venta físicos.

consumidores también presentan cualidades que pueden limitar la adopción del e-commerce.

La principal barrera es la infraestructura de acceso a internet, según Alvarado Laguna (2021) para 2019 se estimaba que 86 millones de usuarios de internet en México, lo que representa el 67.7% de la población nacional. De estos mismos, 61.9 millones usan el comercio electrónico como medio de consumo.

Ruíz (2020) critica la nueva política fiscal que grava con el IVA e ISR los productos y servicios distribuidos por medios electrónicos, esta implementación se debe a que era un nicho fiscal sin regular antes de la pandemia. La crítica viene del hecho de que, en primer término se violan los acuerdos de la OCDE que indican que aquellos países que deseen implementar un esquema de retención fiscal, deberán hacerlo con mutuo acuerdo con la iniciativa privada y darles un plazo de 12 meses para implementarlo, sin embargo del 31 de enero de 2020 en que fue anunciada esta nueva política fiscal, al 01 de junio de 2020 en el que entró en vigor, solo habían transcurrido un total de 5 meses, además de presentar fallas en el cálculo de las tarifas de pago de los impuestos, ya que toman como base de gravamen el precio total del producto cuando debería limitarse al monto de utilidad del producto.

Además, obliga a los comerciantes electrónicos a presentar informes mensuales sobre todos sus consumidores con el fin de rastrear deudores fiscales. Se cree que estas medidas frenaran el desarrollo del e-commerce justo en el momento de auge combinada con una recesión económica. La situación del e-commerce en México es estudiada año con año por dos grandes entidades privadas, las cuales ofrecen informes anuales de manera gratuita y otra versión de pago con información más detallada y focalizada a cada estado de nuestro país. Estas organizaciones son la Asociación de Internet MX (AIMX) y la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO).

La primera estudia el internet en México en general, tomando en cuenta el perfil y hábitos de los usuarios, comportamiento del e-commerce, comportamiento en marketing digital, banca electrónica, empleo electrónico, educación online, ciberseguridad e infraestructura de acceso a internet. La segunda organización se enfoca directamente a estudiar lo referente al e-commerce en México, de manera general

y enfocada según distintas regiones del país o por eventos masivos de venta, por ejemplo, el Buen Fin o el Hot Sale.

Considerando sus capacidades de metaanálisis y estadística, se usarán en este trabajo los informes de algunos de los estudios de estas asociaciones para describir el panorama del e-commerce en México, así como las características que forman el perfil de los consumidores electrónicos y sus hábitos en internet. Además, estos estudios fueron la base para el diseño de la encuesta que se realizó como instrumento de investigación para este artículo. Se presentarán los estudios en orden cronológico de publicación para tener un panorama del desarrollo de la adopción de esta tecnología en el territorio nacional. Primero veremos el estudio de la Asociación de Internet MX (AIMX, 2020), del cual se desprenden todas las cifras que se presentan a continuación.

Las cifras relevantes sobre el comportamiento del e-commerce durante 2019 y el primer trimestre del 2020. La asociación estima que el valor del e-commerce en México durante el 2019 fue de \$631.71 miles de millones de pesos y tuvo un aumento del 28.6% comparado con el valor estimado del 2018 que fue de un total de \$491.25 miles de millones de pesos, estas cifras nos muestran cómo era el panorama justo antes de la tormenta que fue la pandemia del Covid-19.

Con el impacto de la suspensión de actividades no esenciales y el aislamiento social, la adopción del e-commerce tuvo un impulso muy significativo. La asociación estimó que, para el primer semestre del 2020, el valor del e-commerce en México alcanzaría los \$375.86 miles de millones de pesos, con un crecimiento anual estimado del 19%, hoy sabemos que no fue así.

Para inicios del 2020 AIMX (2020) estimó que, en México, existen cerca de 67 millones de usuarios de internet mayores de edad, de los cuales un 80% había realizado una compra vía e-commerce en el último año y un 70% en los últimos 3 meses (a fecha de publicación del estudio). La demografía de estos consumidores electrónicos era la siguiente: 48% mujeres y 52% hombres, no habiendo una distinción importante por razón de género. Por edades, la mayor concentración de consumidores está en el rango de los 35 a 44 años con un 32%, seguido por el

rango de los 25 a 34 años con un 21%, mientras que el rango de personas mayores de 55 años apenas alcanzó un 9%, lo cual nos habla de las barreras generacionales y de alfabetismo tecnológico.

En cuanto a las compras de carácter internacional, el 40% de los consumidores realizaron al menos una compra electrónica internacional durante el último año, que a su vez estas ventas representan el 48% de ventas electrónicas totales durante el 2019. Estas ventas internacionales fueron importadas principalmente desde 2 regiones: un 74% desde Estados Unidos, según Sigmond, (2018) y Unger, (2018) se puede deber a la cercanía fronteriza, su poder económico y las facilidades de negociación que trae el TMEC. La segunda región con mayor número de importaciones fue Asia con un 40% de los compradores internacionales. En lo referente a productos que más consumen electrónicamente los mexicanos hay una gran variedad, por lo que se presenta una tabla con los productos que más se compraron durante el 2019.

**Tabla 1.** *Productos más consumidos electrónicamente en 2019*

Producto o servicio.	% compradores electrónicos.
Servicios de streaming	41%
Transporte	39%
Descargas de contenido digital	33%
Ropa y accesorios	32%
Comida rápida	31%
Viajes	29%
Boletos de eventos	24%
Alojamiento	23%
Despensa	22%
Música, videojuegos y videos (solo en formato físico)	21%
Software para computadoras	18%
Productos de salud	14%
Libros y revistas (solo físicos)	13%

Producto o servicio.	% compradores electrónicos.
Casa y jardín	12%
Dispositivos electrónicos	10%

*Nota.* Elaboración propia, con datos de AIMX (2020).

También se analizó desde que dispositivo se realizaron las compras electrónicas de los mexicanos, donde los 3 dispositivos más populares fueron los Smartphones, Laptops y Tablet, con un 85%, 60% y 38% de usuarios respectivamente. Dicha cifra nos muestra la realidad mexicana en la que el e-commerce tiene una clara tendencia por lo móvil. Para los pagos hay un clarísimo dominio por los pagos con tarjetas de crédito y débito, que son usados por el 58% y 52% respectivamente, seguidos por los intermediarios de pago como PayPal con un 27% y los pagos en tiendas de autoservicios con un 13%. Al finalizar sus compras, se evaluó la satisfacción del proceso de compra con una escala de Likert del 1 al 5, el 70% puntuó con 4 puntos, siendo la mayoría absoluta mientras que solo el 4% se consideraba completamente insatisfecho.

El segundo estudio que se analizará es el 18° Estudio sobre los Hábitos de Personas Usuaris de Internet en México de AIMX (2022), el cual nos ayuda a conocer el comportamiento de los usuarios de internet después de la pandemia. En cuanto al género, las cuotas de usuario de internet en México en 2022 son del 51.8% de mujeres y 48.2% de hombres, por lo que sigue sin existir una tendencia marcada según el género de los usuarios. El grueso de la población se concentra en el rango de edad entre los 18 y 44 años, representando el 52.4% de los usuarios de internet en el país. Si se habla de los tipos de conexión, el 25.6% se conecta exclusivamente desde una red Wifi, el 8.3% exclusivamente desde redes móviles y el 66.1% de los usuarios se conectan usando ambos tipos de redes. En lo referente a los dispositivos desde los que se accede a internet: 95.4% desde Smartphone, 42% desde computadoras, 22.8% desde Smart TV y un 15.8% desde tabletas electrónicas.

Se mencionan los momentos de conexión a internet, de donde se estima que los días de la semana en el que los usuarios más tiempo pasan en internet son el fin de semana (sábado y domingo) concentrando el 58.8% de la población; los cuales se

conectan principalmente en el horario entre las 4:00 pm y las 9:00 pm concentrando el 49.5% de los usuarios. El tiempo que los mexicanos dedican al e-commerce se segmenta por frecuencia, el 5.9% lo usan a diario, 19.7% varias veces a la semana, 38.9% una vez a la semana, 36.6% dos veces al mes y un 47.3% menos de una vez al mes.

Las redes sociales son la actividad a la que dedican más tiempo los internautas mexicanos, por lo que según Antolín y Clemente (2017) es importante poner atención a cuáles son las más utilizadas, ya que son los medios más eficientes para poner publicidad referente al e-commerce, según el estudio las redes sociales más usadas por los mexicanos son: Facebook con un 83.1%, YouTube con un 41.6%, Instagram con un 34.2% y TikTok con el 15.3%. Sin embargo, se está frente a un grave problema, ya que no se está segmentando de forma adecuada la publicidad en internet, mostrando información y comerciales que no son útiles ni relevantes para el usuario. Este problema a ha llegado al grado que un 50.5% de los usuarios consideran la publicidad en internet como algo molesto y el 29.2% consideran que los comerciales a los que son expuestos nos son ni útiles ni relevantes en su vida.

Para finalizar con el estudio, se reportó que en 2022 el 35.3% de los consumidores electrónicos, mantiene una preferencia por ir a una tienda física, lo cual supone una ventaja competitiva para los negocios que cuentan con modelos de negocios híbridos (tienda física + e-commerce). El tercer y último estudio que se analizara es el Estudio de Venta Online 2023: El panorama del canal digital en México, que fue realizado por la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO, 2023) el cual se centra exclusivamente en el metaanálisis del comportamiento del e-commerce enfocado a minoristas en México, siendo el estudio más reciente de su clase que contemple la zona geográfica de la zona metropolitana de Guadalajara.

Según AMVO (2023) el valor del e-commerce minorista de nuestro país en 2019 alcanzó la cifra de \$184 mil millones de pesos, con un crecimiento del 35% comparado con el 2018. En 2020 el valor fue de \$333 mil de millones de pesos, con un crecimiento del 81% respecto al año anterior, esto es un claro reflejo del impacto de la pandemia; si bien esta cifra de crecimiento abarca únicamente el e-commerce a menudeo, es mucho mayor al 19% que estimaba AIMX (2020) a principios de

eses mismo año. Para 2021 se tuvo un valor de \$429 mil millones de pesos, con un crecimiento del 27%, esta profunda desaceleración en el crecimiento se puede entender con el contexto del fin del aislamiento social y reinicio de las actividades no esenciales en todo el país. Finalmente, en 2022 el valor del e-commerce minorista fue de \$528 mil millones de pesos, creciendo en un 23%, esta cifra también se vio afectada por el alza de precios a causa de los escasos recursos e incertidumbre económica que desató la guerra entre Rusia y Ucrania. Con estas cifras el e-commerce a minoristas en México durante el 2022 alcanza una cuota del 13.4% de las compras minorista totales del país.

Las cifras anteriores posicionan México como el 4º lugar en crecimiento de e-commerce minorista con el 23% anual, superado solamente por Indonesia con 34%, Filipinas con 26% y la India con el 25%. Nuestro crecimiento nacional está por encima del promedio mundial que fue de un 7.4%, lo cual nos posiciona en una ventaja frente a países como Brasil con 12%, Estados Unidos con 10% y Japón con el 9%.

En lo referente a la cantidad de consumidores electrónicos, el estudio nos ofrece las siguientes cifras: en 2018 existían 38 millones de consumidores electrónicos que representaban el 66% los usuarios de internet en México. En 2019 había 51.3 millones de consumidores y representaban el 70% de los usuarios de internet. 2020 tuvo 55.6 millones de compradores que representaban el 72% de los usuarios de internet en México, el hecho de que el crecimiento de adoptantes del e-commerce sea tan bajo a pesar de la pandemia mientras que el valor de consumo creció en un 81%, nos indica que el verdadero crecimiento estuvo en el volumen de compra por individuo y no en el número de usuarios, además de que el número de usuarios del internet creció de manera desproporcional al número de usuarios del e-commerce. En 2021 había 57.8 que abarcaban el 76% de los usuarios de internet, aquí se puede notar como la rápida alfabetización electrónica animó a una mayor cantidad de usuarios de internet a adentrarse en los mercados electrónicos al ganar confianza en este tipo de medios. Finalmente, en 2022 hubo 63.3 millones de consumidores electrónicos, representando el 77% de los usuarios de internet, AMVO (2023) considera que esta desaceleración en el crecimiento del porcentaje de los usuarios de internet se debe a que del 23% restante, un 8% engloba a personas de la tercera

edad que difícilmente realizaran una compra vía internet, restando un margen de crecimiento del 15%.

El perfil demográfico de los consumidores electrónicos mexicanos en 2022 según AMVO (2023) fue el siguiente: 49% hombres y 51% mujeres; el rango de edad con mayor número de usuarios fue de 25 a 34 años con el 30% de la población, seguido de cerca por el segmento de 35 a 44 años con el 27%; al momento de realizar sus compras el 98% lo hicieron desde un Smartphone, el 79% desde una laptop, el 58% desde una PC de escritorio y el 47% desde una Tablet; el 33% de los compradores residen en CDMX, lo cual la transforma en la región con más consumidores electrónicos del país, mientras que la región Oeste-Centro ( a la que pertenece Jalisco) ostenta el segundo lugar con el 18%.

La asociación les pregunto las razones por las que preferían comprar de manera digital antes que, en una tienda física, el 58% afirmó que se debe a los envíos a domicilio, el 49% al ahorro de tiempo, el 42% a que se pueden realizar compras casi desde cualquier lugar, el 41% lo atribuyo a que se ofrecen productos de manera exclusiva y el 36% a que se ofrecen ofertas y descuentos exclusivos.

Los 5 métodos de pago en línea más utilizados son la tarjeta de débito con el 69% de los usuarios, tarjetas de crédito con el 57%, depósito bancario con el 50%, pago haciendo uso de una e-wallet con el 33% y pago en efectivo en tiendas de autoservicio con el 33%. En cuanto a la frecuencia de compra el 42% hace una compra a la semana, el 34% lo hace mensualmente, el 14% de 2 a 5 meses, el 4% cada 6 meses y el 6% solo compra digitalmente una vez al año.

En lo referente a lo que los mexicanos consumen de manera electrónica, el estudio ofrece varias cifras que en este documento se presentaran en una tabla que relaciona el tipo de producto y la frecuencia de compra entre los usuarios.

*Tabla 2. Productos más consumidos electrónicamente en 2022*

Producto	Porcentaje de compradores
Alimentos de despensa	31%
Artículos de despensa	34%
Moda	62%
Farmacia	30%
Comida a domicilio	68%
Licores	23%
Belleza y cuidado personal	46%
Mascotas	28%
Celulares	34%
Juguetería	40%
Electrónicos	40%
Artículos de oficina	27%
Cultura	39%
Electrodomésticos	33%
Herramientas	26%
Deportes	34%
Muebles	29%
Mejoras para el hogar	20%
Refacciones	21%
Videojuegos	28%
Vehículos	7%
Instrumentos musicales	11%

*Nota.* Elaboración propia, con datos de AMVO (2023).

**Tabla 3.** *Servicios más contratados electrónicamente en 2022*

Servicio	Porcentaje de usuarios
Pago de servicios	69%
Servicios bancarios	78%
Servicios de suscripción	79%
Telecomunicaciones	59%
Transporte	58%
Eventos	45%
Viajes	48%
Servicios médicos	20%
Servicios financieros	37%
Hospedaje	43%
Contenido cultural	42%
Mensajería	28%
Cursos educativos	29%
Bienestar personal	16%
Servicios especializados	20%

*Nota. Elaboración propia, con datos de AMVO (2023).*

Los usuarios declararon recibir sus compras electrónicas en las siguientes ubicaciones: 90% a su domicilio, 13% a su trabajo, 10% a casa de un amigo o familiar, 9% directamente en una tienda física y 8% en las oficinas de una empresa de paquetería. Por último, entre los incentivos que los usuarios consideran que los motivarían a comprar vía internet más frecuentemente se encuentran: 70% se motivarían si se ofrecieran envíos a domicilio sin importar el importe de venta, 61% si se ofertan descuentos exclusivos, 52% si pudieran comprar más cosas a meses sin intereses, 44% si se les dieran descuentos en compras futuras, 39% si tuvieran un cash back, 38% si existieran programas de puntos de lealtad y el 37% si se les ofrecieran regalos.

Este es el panorama de la problemática de la adopción del e-commerce en Méxi-

co, sin embargo, para entender de mejor manera este tema es necesario definir 2 variables, E-commerce y Adopción tecnológica del e-commerce; estos conceptos se definen en la siguiente sección.

### **E-commerce.**

Para la Organización Mundial del Comercio se trata de producir, distribuir, aplicar mercadotecnia, vender, arrendar o enviar productos y servicios por canales electrónicos. Sin embargo, esta descripción es demasiado general, por ello la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos lo concibe de otra manera, para esta organización el e-commerce es la compra y venta de bienes y servicios, mediante redes de computadoras con métodos diseñados específicamente para realizar órdenes de compra (Becerril, 2020). Este concepto hace referencia al hecho de que en el e-commerce no existen únicamente los canales B2B (negocio para negocio) y B2C (negocio para consumidor) ya que las facilidades del internet impulsan mucho el canal C2C (consumidor para consumidor), sin embargo, este concepto sigue siendo vago en lo que respecta a los medios de compra (Silva de Souza y Baldanza, 2018).

Efectivamente el internet es el canal de acceso al e-commerce, sin embargo, existen muchos tipos de dispositivos y plataformas en las que se puede acceder. Para contemplar estos aspectos se debe revisar el concepto de e-commerce que nos ofrecen otros autores, por ejemplo, Bauman y Bachmann (2017) lo describen como el intercambio de bienes y servicios, mediante pagos electrónicos y accediendo a ellos desde 2 tipos de dispositivos diferentes, de los que depende el tipo de comercio electrónico que se está desarrollando; desde computadoras ( e-commerce tradicional), desde un dispositivo móvil como lo son smartphones, tabletas electrónicas, notebooks y consolas de videojuegos ( comercio electrónico móvil o M-commerce) y mediante redes sociales sin importar el dispositivo de acceso ( comercio electrónico social o S-commerce).

Por su parte Camacho (2019) lo define como una tecnología disruptiva en materia económica, ya que promueve la compraventa de bienes y servicios vía internet, con ayuda de los consumidores al alimentar la Big Data<sup>8</sup>, con el uso de distintas

---

<sup>8</sup> Definida como la acumulación masiva de datos que se generan en internet, a una velocidad incontenible y con una variedad tan grande, que vuelve imposible su procesamiento con herramientas

plataformas digitales, 24/7 y con acceso desde cualquier lugar. Alvarado Lagunas (2021) lo define como la venta de bienes y servicios vía internet haciendo uso de las tarjetas de crédito; pero esta definición igualmente se queda corta en cuanto a los métodos de pago, por lo que, si bien Lechuga y (2020) no mencionan los medios de acceso y lo consideran como la venta de bienes y servicios a través de la red del internet usando distintos métodos de pago electrónico, como las tarjetas de débito y crédito, además lo reconocen como un factor de desarrollo de una revolución tecnológica.

Lozano y Robles Parra (2022) conciben al e-commerce como las actividades de negocios que se llevan a cabo con el uso del internet. Transformando sus relaciones comerciales para explotar las oportunidades que ofrece este nuevo mercado, todo bajo el marco de una economía interconectada en tiempo real.

Para finalizar se revisara el concepto que presenta Meléndez et al. (2019) que lo conciben como cualquier actividad comercial que implique el intercambio de información o divisas utilizando dispositivos electrónicos fijos y/o móviles, por lo que se debe considerar como e-commerce desde una sencilla transferencia, hasta el uso de aplicaciones complejas, además consideran que ofrece distintas ventajas respecto al comercio tradicional, principalmente la eliminación casi completas de las barreras del uso del tiempo y la restricción de un espacio físico.

Además, algunos autores proponen otros aspectos a considerar, por ejemplo, Abdelazim-Mohamed et al.(2019) argumentan que, en el mercado físico, el empaque de los productos es esencial cuidar los atributos físicos del envase, como el material, el color, la apariencia atractiva y la visualización, ya que son considerados como los atributos más influyentes, que afectan las intenciones de compra de los consumidores. En su lugar, en el e-commerce se necesita además de un buen embalaje, acceso a imágenes sobre el uso real de los productos, ejemplos de aplicación y fotografías con objetos de referencia para conocer las dimensiones del producto.

Por su parte Ayob (2021), nos reseña como el mercado del comercio electrónico tuvo sus orígenes rudimentarios en la década de los 60” s, pero fue hasta 1995 que tradicionales (Alvarado Lagunas, 2021)

---

comenzó su masificación con el nacimiento de grandes empresas intermediarias dedicadas casi de manera exclusiva al mercado minorista del e-commerce como lo son E-bay y Amazon. El autor también recalca la necesidad de perfilar al consumidor electrónico, con el fin de poder realizar una correcta segmentación de mercado y aumentar las probabilidades de éxito comercial de las empresas que desean incursionar en el e-commerce. Ayob (2021) estudió las estadísticas de ventas online de los 10 países miembros de la *Association of Southeast Asia Nations* (ASEAN), de ese estudio se concluyó que el perfil del consumidor electrónico es de una mujer, joven, con un nivel educativo de bachiller terminado o superior, trabajadora y con sueldo entre medio y alto.

Después de la revisión de la literatura, el concepto de e-commerce que se usara en este artículo, es el siguiente: El e-commerce es el intercambio de bienes y servicios mediante toda la gama de dispositivos electrónicos con acceso a internet, ya sea mediante redes abiertas o cerradas. Se presenta dentro de mercados electrónicos donde se puede acceder a todo tipo de bienes o servicios, de manera legal o ilícita. Además, presenta las ventajas de no necesitar de un espacio físico especializado para su ejecución, está disponible las 24 horas para los consumidores mientras tengan cobertura de red y reduce los costos al prescindir de la necesidad de tener puntos de venta físicos.

### **Adopción tecnológica.**

Salas et al. (2021) lo describen como la intención de usar un medio o tecnología nueva gracias a las sensaciones que transmite al consumidor final, esto último formado por las ventajas que percibe frente a otras tecnologías y la dificultad que representa utilizarla comparado con otros medios. Por su parte Meléndez et al. (2019) coinciden en la base de que se trata de la intención de usar una nueva tecnología a partir de las sensaciones de utilidad y facilidad de uso, pero agregan 2 aspectos, la confianza percibida en la seguridad de la tecnología y el control percibido sobre la tecnología, dichas conclusiones coinciden con los resultados del trabajo de Jiménez (2022).

Antolín y Clemente (2017) abonan a la discusión que para que se lleve a cabo la adopción tecnológica se debe dar la importancia merecida a los Insights emocio-

nales y el engagement con los usuarios, para que sientan el llamado a la acción de seguir usando la tecnología de manera recurrente, al respecto Márquez y Ardévol (2018), proponen a los creadores de contenido en YouTube, como mejor medio de comunicación para incentivar los insights y el engagement adecuados, en especial aquellos que producen videos que no dan una imagen demasiado profesional, el set de grabación es la habitación del protagonista o en un entorno familiar para generar conexión con el espectador, constante interacción con los consumidores de sus videos, además de tener una desarrollada habilidad de storytelling, haciendo uso de un lenguaje sencillo, con toques de vulgaridad y coloquialismos.

Para el caso específico de la tecnología del e-commerce, Bauman y Bachmann (2017) reconocen como factores de aceptación el diseño de los sitios web y plataformas de ventas online, sensación de confianza en los productores y el respeto a la privacidad. Para concluir tomamos el concepto de Adopción Tecnológica que nos dan Silva de Souza y Baldanza (2018) que lo plantean como el grado de intención de uso recurrente de una tecnología, el cual depende de las ventajas competitivas en manejo del tiempo del consumidor, facilidad de uso, compatibilidad con el estilo de vida del usuario y seguridad financiera y de protección de la información personal.

En este aspecto Salas et al. (2021) consideran que el perfil del consumidor electrónico mexicano, que ya adopto al mercado electrónico como medio de compra preferente, presenta las siguientes características: el género de los consumidores es de un 66% de mujeres y 34% de hombres, englobados dentro de la generación Millennial, los pagos los realizan casi exclusivamente por dos medios, pago con tarjeta de débito / crédito (57%) y depósitos en efectivo en bancos o tiendas de conveniencia (40%), el 58% de los consumidores se iniciaron en el canal de consumo por internet a partir de la pandemia y el 37% de los consumidores realizan más de una compra al mes.

Por su parte Meléndez et al. (2019) los perfila con algunas diferencias, el los describe con las siguientes características: 51% hombres, 49% mujeres, la edad dominante es de entre 18 a 30 años con un 53%, seguidos del segmento de 31 a 40 años con un 28%, tienen un ingreso promedio de \$6000.00 mensuales en un 43%, y el 55% de los pagos se realizan con tarjetas de débito y/o crédito, 21% depósi-

tos bancarios y 20% mediante intermediario. Además, comprobó que hay ciertos factores en el diseño de las plataformas de venta online que favorecen la adopción del e-commerce por parte los usuarios, como lo son la claridad en el contenido y diseño de un sitio Web de comercio electrónico, un alto nivel de funcionabilidad, conveniencia y desempeño de un sitio Web, contar un alto nivel de percepción de confianza por parte del consumidor, un alto nivel de alfabetismo electrónico por parte de los usuarios y una buena infraestructura de acceso a internet. Otros autores proponen factores ajenos al consumidor final que propician la adopción del e-commerce, empezando por Mohammad (2021) que propone la necesidad de considerar algunos aspectos culturales de cada país, esto sustentado en el hecho de que, si bien a nivel global el grado de adopción de esta tecnología es bajo, esta cifra esta sesgada por la gran variación de adopción entre los distintos países.

Mohammad (2021) pone como ejemplo el caso de la región europea, la cual tiene una tasa de adopción conjunta del 40% de los usuarios de internet, pero al momento de desglosarlo por países se puede ver que en Reino Unido se alcanza un 80%, pero, Dinamarca y Alemania con trabajos logran llegar al 12.6% y 7.8% respectivamente. Por ello en su estudio propone medir el grado en que los gobiernos de los países se enfocan en el desarrollo, promoción y difusión de las tecnologías de la información y la comunicación (TICS), madurez y difusión de las tecnologías conectadas a internet, eficiencia tecnológica y de emprendimiento y el grado de percepción de seguridad web tanto por parte de los consumidores como por los productores.

En un estudio posterior, en el que estuvo trabajando el autor anterior en conjunto con otro colaborador, Mohammad y Ahluwalia (2020) revisaron el modelo de adopción con base cultural usado en el trabajo previo y lo adaptaron considerando nuevas variables y analizando un total de 60 países en comparación con los 10 del estudio anterior. De este estudio se desprende que, la desigualdad social afecta el grado de adopción del e-commerce de manera negativa, ya que inhibe la democratización económica y de acceso a las tecnologías.

Mientras que, la población con pensamiento individualista y las culturas con enfoque al desarrollo económico, proyectos a largo plazo, cumplimiento de las nece-

sidades básicas y de esparcimiento, son más susceptibles a la adopción del e-commerce, pero descalifica la tolerancia a tomar riesgos y las culturas marcadamente masculinas como factores que influyan en la adopción de dicha tecnología. A lo anterior Mohammad y Ahluwalia (2020) recomendaron a los estadistas del mundo que inviertan en la infraestructura de acceso y seguridad web, con el fin de aumentar el grado de adopción del e-commerce. Ya que, este punto es piedra angular en la madurez tecnológica y la eficiencia de los medios electrónicos.

Estos puntos coinciden con lo que Ayob (2021) menciona en su estudio de perfilamiento de los consumidores electrónicos, en el que además de las características de los individuos, también considera algunas variables de carácter cultural. Este autor incluye solo 4 factores culturales en su estudio, desigualdad social, población con pensamiento individualista, tolerancia a tomar riesgos y culturas marcadamente masculinas. Después del análisis de los datos se concluyó que solo la desigualdad social no es un factor que influya de manera significativa en la adopción del e-commerce, sin embargo, esto contradice lo mencionado por Mohammad y Ahluwalia (2020) quienes consideran que la desigualdad social si es un factor que reduce el grado de adopción.

Este proceso de adopción del e-commerce por parte de los consumidores tiene algunos desafíos, por ejemplo, Oviedo y Bocanegra (2023) reconocen que las principales barreras para la adopción por parte de los consumidores dentro de los países miembros de la Alianza del Pacífico (México, Colombia, Chile y Perú) son la falta de confianza en los sistemas de pago electrónico, el analfabetismo electrónico, la carencia de tarjetas bancarias y discrepancia entre las expectativas del producto comprado y sus características reales.

Para el aspecto interior de las organizaciones Lozano y Robles (2022) proponen el siguiente enunciado “la innovación organizacional como demanda intangible de mercado, coadyuva a procesos de adopción de comercio electrónico en las organizaciones”. Con esto se quiere decir que cuando las organizaciones ceden ante la demanda del mercado electrónico, en el proceso, desarrollan nuevas prácticas que reducen costos y tiempos; aligeran la logística de distribución encargándola a proveedores o distribuidores, se reestructuran o generan nuevos puestos de trabajo

que se enfoquen en el entorno electrónico y generan relaciones con proveedores de materiales lo suficientemente estables y fuertes, como para cubrir una demanda del mercado global. Estos cambios conllevan ventajas suficientes como para motivar a las organizaciones a adoptar el e-commerce tomando en cuenta los criterios del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM).<sup>9</sup>

El uso de Chatbots<sup>10</sup> es considerado por Said (2022) como un soporte del e-commerce, que ayuda a mejorar su grado de adopción, ya que vuelve más fácil y placentero el uso de esta tecnología. Además, gracias al ahorro de tiempo al agilizar la atención de clientes y resolución de dudas, los consumidores perciben una mayor utilidad comparado con el comercio tradicional. Said (2022) menciona que los Chatbots son una tecnología que tiene ya varios años en uso por las grandes empresas para gestionar sus plataformas de e-commerce. Esta innovación ayuda a agilizar los procesos de compra, comunicación y atención al consumidor. Todo lo anterior con una Tasa de Retorno de Inversión (ROI) bastante favorable ante la atención personal.

Ahora bien, Bayona-Oré y Estrada (2020) consideran como aspectos críticos para la adopción del e-commerce los siguientes: recursos financieros de las organizaciones, costo percibido de la implementación de la tecnología, presión por parte de la demanda, apoyo gubernamental, capacidad de gestión de cambios, habilidades y experiencia en el manejo de las TICS por parte de la demanda y los comerciantes, facilidad de uso de la tecnología, utilidad generada por la tecnología y presión de agentes externos.

En lo respectivo a la adopción del e-commerce Arroyo Cañada (2018) señala que debido al gran número de conexiones durante el día y el tiempo que el usuario permanece conectado, acelera el reconocimiento de necesidades propias, oportunidades de ofertas o problemas a resolver, que son las chispas que dan origen al proceso de decisión de compra. También recomienda las estrategias híbridas (online-offline), más aún cuando existe un gran número de usuarios que utilizan

<sup>9</sup> Es la teoría de aceptación y adopción tecnológica más usado y aceptado por los investigadores

<sup>10</sup> Se definen como programas o aplicaciones, que puede imitar una conversación real con un usuario con un lenguaje natural. Se pueden usar para emular una conversación vía texto o por medios auditivos en páginas web, aplicaciones de mensajería, aplicaciones móviles o llamadas telefónicas. (Said, 2022)

el teléfono móvil dentro del punto de venta para realizar comparaciones y evaluaciones de los productos en tiempo real. Como la demostración de productos en los puntos de venta presencial para que después el consumidor busque online ofertas o promociones que representen una mejor utilidad en su compra. O bien la búsqueda y evaluación online de las características y especificaciones sobre un producto para concretar la compra en el punto de venta físico.

Además recomienda una gestión de la reputación online de las organizaciones, la que describe como “el análisis y la estrategia desarrollada para posicionar y mejorar la imagen de marca de los productos y organizaciones en Internet”, esta práctica es muy importante para aumentar el volumen ventas y la optimizar la utilidad de los negocios, puesto que las reseñas positivas que se publican, contribuyen a construir confianza en la empresa y en el canal de ventas, lo que lleva a que los usuarios muestren un mayor grado de fidelidad. Asimismo, reconoce que estas opiniones ayudan a generar una percepción más confiable para los consumidores potenciales, basada en la coincidencia de opiniones o puntuaciones.

Considerando todo lo anterior, dentro de este documento se considerará la adopción del e-commerce como el proceso paulatino, por el que tanto consumidores como productores empiezan a utilizar el e-commerce de manera regular y con buena intención de uso. Este proceso depende de varios factores que se pueden encasillar en 3 ramas: actitud e intención de uso por parte de los consumidores, condiciones de la cultura nacional de cada país e innovación organizacional por parte de los empresarios.

### **Panorama del e-commerce en la Zona Metropolitana de Guadalajara.**

Con el fin de profundizar en el tema de manera local, se realizó un breve estudio. El estudio consistió en una encuesta de 21 reactivos, la cual fue realizada con la plataforma Google Forms, la cual tuvo como segmento objetivo los habitantes de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG), con una edad a partir de los 15 años.

El instrumento fue difundido con ayuda de las redes sociales (Facebook, WhatsApp, Twitter e Instagram), transmisiones de streams (Twitch) y una plataforma

especializada para la investigación Survey Circle<sup>11</sup>, entre el 21 de marzo del 2023 y el 7 de abril de 2023, generando un muestro no probabilístico y logrando recabar un total de 97 encuestas validas.

El instrumento busca perfilar a los usuarios del e-commerce mayores de 15 años habitantes de la ZMG, así como sus hábitos de consumo electrónico e internet; por ello el diseño del instrumento se inspiró en los instrumentos usados en los estudios realizados por la Asociación Mexicana de Venta Online en 2022 y la Asociación de Internet MX en 2020 y 2022, se hizo una selección de los reactivos de dichos estudios que se consideraron pertinentes para la investigación y se aportaron otros de elaboración propia tomando en cuenta las investigaciones de Oviedo y Bocanegra.

Este instrumento aporta una visión focalizada a una zona geográfica muy específica, lo cual ambas asociaciones ofrecen con un costo; sin embargo, en el ámbito de la temporalidad ubicada en 2023, al momento de la redacción de este artículo ninguna de las asociaciones citadas con anterioridad cuentan aun con datos actuales. A continuación, se presentan los resultados de la encuesta, así como sus respectivas interpretaciones bajo el contexto de lo presentado en este artículo.

**Tabla 4.** *Reactivos del instrumento de investigación*

Reactivo	Tipo de medición.
¿Cuál es tu sexo biológico?	Dicotómica
¿Cuáles tu edad?	Opción múltiple por secciones
¿Desde qué tipo de red accedes a internet?	Opción múltiple por secciones
¿Qué día de la semana consideras que pasas más tiempo en internet?	Opción múltiple por secciones
¿En qué horario sueles usar más internet?	Opción múltiple por secciones
¿Consideras que el proceso de compra vía internet es seguro?	Dicotómica
¿Consideras que el proceso de compra vía internet es placentero?	Dicotómica

<sup>11</sup> Plataforma o red social de uso exclusivo para la difusión y colaboración en la implementación de encuestas con fines de investigación académica y comercial.

ADOPCIÓN DEL E-COMMERCE EN LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA DESPUÉS DE LA  
PANDEMIA DEL COVID-19

Reactivo	Tipo de medición.
¿Consideras que el proceso de compra vía internet es útil en tu vida?	Dicotómica
¿Desde qué dispositivos accedes a internet?	Opción múltiple por secciones
¿Realizaste una compra vía internet o un pago de servicio online antes de la pandemia de Covid-19?	Opción múltiple por secciones
¿Realizaste una compra vía internet o un pago de servicio online durante los últimos 3 meses?	Opción múltiple por secciones
¿Realizaste una compra internacional vía internet en el último año?	Opción múltiple por secciones
Si realizaste una compra internacional vía internet en el último año, ¿De región/regiones provenían los productos?	Opción múltiple por secciones
¿Qué tipo de productos compraste o pagaste vía internet durante el mismo año?	Opción múltiple por secciones
¿Desde qué dispositivos realizaste tus compras o pagos vía internet?	Opción múltiple por secciones
¿Cuál es tu método de pago preferido para tus compras vía internet?	Opción múltiple por secciones
¿Qué tan satisfecho se siente con su experiencia comprando y pagando vía internet? Considerando 1 como completamente insatisfecho y 5 como completamente satisfecho	Escala de Likert
¿Cuáles son las ventajas significativas que consideras que tiene comprar vía internet comparado con las compras en tiendas físicas?	Opción múltiple por secciones
¿Cada cuánto tiempo realizas una compra vía internet?	Opción múltiple por secciones
¿A dónde sueles dirigir los envíos de tus compras vía internet?	Opción múltiple por secciones
¿Cuál consideras tu plataforma de compra online favorita?	Opción múltiple por secciones
¿Cuáles de los siguientes incentivos consideras que te motivarían a comprar vía internet más seguido?	Opción múltiple por secciones

## Hallazgos.

Dentro de la ZMG, el consumo electrónico es adoptado de manera indistinta al género de los consumidores, se tiene una marcada tendencia a la adopción en los segmentos de edad que abarcan de los 18 a los 24 años y de los 25 a los 34 años. Los consumidores electrónicos, en su mayoría acceden a internet mediante redes fijas y móviles, principalmente desde dispositivos portátiles (Smartphones y Laptops). Los momentos de mayor flujo de compradores electrónicos se presenta los viernes, sábados y domingos de 7:00 pm a 12:00 am.

Los consumidores electrónicos de la ZMG tienen una percepción de seguridad en el proceso del 82.6%, el 79.4% lo considera placentero y el 94.8% considera al e-commerce de utilidad para su vida; su percepción de satisfacción tiene un promedio de 4.2 en una escala del 1 al 5. Al menos el 18.6% adoptaron el e-commerce a raíz del impacto de la pandemia del Covid-19. Al menos el 61.9% realizaron compras internacionales en el último año, importando los productos principalmente del continente asiático y Estados Unidos.

Los Smartphones y las Laptops, son los dispositivos predilectos para realizar las compras electrónicas. Los 5 tipos de productos que más consumen son, Ropa y accesorios, Servicios de Streaming, Comida rápida, Boletos de eventos culturales y deportivos y Dispositivos electrónicos; los métodos de pago que se prefieren son, en primer lugar, las tarjetas de débito y, en segundo lugar, las tarjetas de crédito.

Dentro de la muestra, el 69.1% entran dentro de la categoría de consumidores electrónicos activos, teniendo como plataformas de compra preferidas a Amazon y Mercado Libre. El 77.3% de los consumidores dirigen sus envíos a su domicilio, el 8.2% lo hace a su trabajo y el 8.2% a casa de un amigo o familiar. Las 3 ventajas competitivas que más perciben los consumidores, comparando el mercado electrónico con el mercado tradicional, son, la entrega a domicilio, el ahorro del tiempo y la capacidad de comprar desde cualquier lugar con acceso a internet; pero también demandan, como factores para consumir más frecuentemente, entregas gratuitas sin importar el importe de su compra y descuentos exclusivos para los puntos de venta digitales.

## **Limitaciones**

Se reconoce que el presente estudio tiene varias limitaciones, primeramente, el tamaño de la muestra podría ser mayor en trabajos futuros, con el fin de mejorar la precisión de los resultados apelando a los principios de la teoría de los grandes números; también, se podría generar un muestreo que si sea probabilístico. Se reconoce la necesidad de segmentar la muestra con razón de nivel socioeconómico, ya que como se ha visto en el trabajo de Mohammad (2021), el nivel socioeconómico y la desigualdad social son factores que influyen en la adopción del e-commerce.

También se recomienda para futuros trabajos, investigar sobre los servicios que son consumidos con ayuda del e-commerce, definir cuáles son las plataformas de e-commerce enfocadas al sector alimenticio y de transporte que más prefieren tanto los consumidores como los productores e indagar sobre los municipios donde radican los consumidores, para relacionarlo con el lugar al que dirigen sus compras, de esta manera se podría profundizar sobre el problema de la logística de distribución del e-commerce.

## **Conclusiones**

Como se ha visto a lo largo del artículo, el e-commerce, si bien no es algo novedoso a escala global, si es algo por lo que las economías en vías de desarrollo, como lo es la mexicana deben preocuparse por desarrollar e incentivar, con el fin de mantenerse vigentes y competitivas en la economía globalizada. Afortunadamente, México está en el cuarto lugar de crecimiento del e-commerce minorista, lo cual nos habla de una demanda saludable y en constante expansión. Sin embargo, muchos de los productos consumidos, son importados a falta de una oferta nacional de dichos productos; por ello se debe incentivar a las empresas nacionales a adoptar esta tecnología, ya que como se vio durante la pandemia, los consumidores prefieren consumir productos locales si tiene la oportunidad antes que los productos provenientes del extranjero o de grandes cadenas.

Este artículo, puede servir como un primer paso en la planeación estratégica de las MiPyMes y emprendedores de la ZMG que deseen adoptar estrategias de e-com-

merce o bien de negocios híbridos (puntos de venta físicos y digitales), ya que pueden conocer los momentos en los que hay una mayor afluencia por el internet, los tipos de dispositivos más usuales, por tanto, a los que convendría considerar para el diseño de sus sitios de compra online. También se ofrece una segmentación por edades, de los consumidores electrónicos, los productos que más se consumen, las acciones que se deben cuidar para que los consumidores sigan percibiendo las ventajas competitivas del mercado digital sobre el mercado tradicional, así como, los puntos a trabajar si se desean promover el aumento de la demanda por este tipo de mercado.

De igual manera, puede usarse como una llamada de atención para las autoridades, recordándoles la importancia de la extensión de la red de acceso universal al internet de calidad, ya que, no solo es un derecho humano reconocido por la ONU desde 2018, si no, que es un punto clave para la adopción del e-commerce, que, a su vez, es crítico para que la economía nacional se mantenga vigente y competitiva en un mundo globalizado. Sin olvidar la democratización socioeconómica y de acceso a los recursos, apoyar la paridad género, realizar proyectos de desarrollo a largo plazo y acciones continuistas entre los periodos de mandato de las autoridades; ya que como se revisó en el artículo se trata de variables culturales que afectan directamente el potencial económico de los países en el e-commerce.

## Referencias

- Abdelazim-Mohamed, N; García-Medina, I. B; González-Romo, Z. (2019). E-commerce vs. tienda física. El packaging como elemento de influencia en la compra. *Revista Internacional de Investigación e Innovación Tecnológica*, 7(38). <https://www.scielo.org.mx/pdf/riiit/v7n38/2007-9753-riiit-7-38-00001.pdf>
- Alvarado Lagunas, D. (2021). Determinantes del gasto en e-commerce debido a la COVID-19: un análisis empírico para los micronegocios en Monterrey, México. *Paradigma económico*, 13(1), 119-145. <https://www.redalyc.org/journal/4315/431566320005/>
- Antolín Prieto, R.; Clemente, J. (2017). YouTube como herramienta significativa para la estrategia de comunicación de marcas: caso de estudio de engagement, insight y creatividad de las cinco campañas más relevantes a nivel mundial de la platafor-

- ma de video. *Comunicación y Hombre*, 1(13), 201-216. <https://www.redalyc.org/pdf/1294/129449617011.pdf>
- Arroyo Cañada, F. (2018). INCIDENCIA DE INTERNET EN EL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA. *Revista CEA*, 4(28), 9-11. <https://doi.org/> <https://doi.org/10.22430/24223182.1044>
- Bauman, A; Bachmann, R. (2017). Online Consumer Trust: Trends in Research. *Journal of Technology Management & Innovation.*, 12(2), 68-79. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84752276008>
- Bayona-Oré, S; Estrada, R. (2020). Factores Críticos para la Adopción del Comercio Electrónico en Pymes de Turismo. *Iberian Journal of Information Systems and Technologies*, 4(28), 961-971. <https://doi.org/https://www.proquest.com/openview/8a793cf044392188fe43a595bcf6573d/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Becerril, A. (2020). Cybersecurity and E-commerce in Free Trade Agreements. *Mexican Review Law*, 13(1), 3-29. <https://www.scielo.org.mx/pdf/mlr/v13n1/2448-5306-mlr-13-01-3.pdf>
- Camacho Rodríguez, K. (2019). Reflexiones sobre la importancia de la noción de clase social en los estudios del consumo. La relación de los jóvenes con las e-compras en México. *Intersticios sociales*, 1(17), 59-78. <https://www.redalyc.org/journal/4217/421759176004/>
- Canales García, R., Román Sánchez, Y; Ovando Aldana, W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 5(12). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=457650040001>
- Jiménez Almaguer, K. (2022). La intención de usar páginas de comercio electrónico en los jóvenes universitariosv. *Iberian Journal of Information Systems and Technologies*, 8(22), 36-51. <https://doi.org/https://www.proquest.com/openview/e5e4a6afa4b-c51b64d53c0787c80fd6a/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- Lechuga Nevárez, M.; Hernández Chavarria, J. (2020). La primavera del 2020: Las repercusiones del Covid-19 en los patrones de consumo y el comercio electrónico en Durango, México. *Revista de Economía del Caribe*, 1(26). <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/318/3181675004/index.html>
- Lozano Magdaleno, J; Robles Parra, J. M. (2022). INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO. *Revista Internacional de Tecnología Ciencia y Sociedad*, 12(4), 2-11. <https://doi.org/10.37467/revtechno.v11.4481>

- Meléndez Ruiz, E; Ábrego Almazán, D; Medina Quintero, J. M. (2019). La confianza y el control percibido como antecedentes de la aceptación del e-commerce: Una investigación empírica en consumidores finales. *Nova scientia*, 10(21). <https://doi.org/10.21640/ns.v10i21.1611>.
- Mohammad, I.M. ; Ahluwalia, P. (2020). Understanding Country Level Adoption of E-Commerce: A Theoretical Model Including Technological, Institutional, and Cultural Factors. *Journal of Global Information Management*, 28(1), 1-22. <https://www.igi-global.com/pdf.aspx?tid=242963&ptid=228596&ctid=4&coa=true&isxn=9781799804109>
- Mohammad, I. M. (2021). Multi-Country Analysis of E-commerce Adoption: The Impact of National Culture and Economic Development. *Pacific Asia Journal of the Association for Information Systems*, 13(3), 86-108. <https://doi.org/10.17705/1pais.13304>
- AIMX (2020). Estudio sobre Comercio Electrónico en México 2020 Décima cuarta entrega. *Asociación de Internet MX*, 1(14), 1-40. <https://irp.cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/Estudio%20de%20Comercio%20Electro%CC%81nico%20en%20Me%CC%81xico%202020.pdf>
- AIMX (2022). 18° Estudio sobre los Hábitos de Personas Usuarías de Internet en México 2022. *Asociación de Internet MX*, 1(18), 1-34. <https://irp.cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/18%C2%B0%20Estudio%20sobre%20los%20Habitos%20de%20Personas%20Usuarías%20de%20Internet%20en%20México%202022%20%28Publica%29%20v2.pdf>
- AMVO (2023). Estudio de Venta Online 2023: El panorama del canal digital en México. *Asociación Mexicana de Venta Online*, 1-75. <https://www.amvo.org.mx/estudios/estudio-sobre-venta-online-en-mexico-2023/>
- Oviedo Facundo, M.; Bocanegra Gastelum, C. (2023). Alianza del Pacífico: comercio electrónico minorista y consumidores finales. *Revista Academia & Negocios*, 9(1), 1-12. <https://www.redalyc.org/journal/5608/560874058003/>
- Ríos Ruiz, A. A. (2020). Emergencia sanitaria y transacciones electrónicas: Covid-19 caso México. *Perfiles de las Ciencias Sociales*, 8(15), 66-82. <https://revistas.ujat.mx/index.php/perfiles/article/download/3901/2939/20446>
- Said, M. R. (2022). Modelling Chatbots Adoption for Online Shopping Amidst the Covid-19 Pandemic. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 14(4s), 329-338. <https://link.gale.com/apps/doc/A732609240/ITBC?u=udgsems&sid=bookmark-ITBC&xid=a9b2fc72>
- Salas Rubio, M.; Abrego Almazán, D; Mendoza Gómez, J. (2021). Intención, actitud y

- uso real del e-commerce. *Investigación Administrativa*, 50(127), 153-173. <https://www.redalyc.org/journal/4560/456065109010/>
- Sigmond, K. (2018). El comercio electrónico en los tratados de libre comercio de México. *Revista IUS*, 12(41), 359-377. <https://www.redalyc.org/journal/2932/293258387019/>
- Silva de Souza, D; Baldanza, R. (2018). The e-consumer in light of the perceived value theory: A study on the acceptance of mobile commerce. *Base Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS*, 15(3), 238-256. <https://www.redalyc.org/journal/3372/337260224006/>
- Unger, K. (2018). Innovación y TLCAN. Una tarea pendiente. *El trimestre económico*, 85(2), 223-251. <https://www.redalyc.org/journal/313/31358145001/>



# La aplicación de i.a. En los modelos de negocios en la actualidad

Pablo Ahiram Ramírez Dávalos<sup>12</sup>

## Introducción

Nunca antes un avance tecnológico ha causado tanto revuelo como lo está haciendo la Inteligencia Artificial(IA), desde ChatGPT que está re-estructurando la manera de evaluar en las escuelas de Estados Unidos ya que esta herramienta le facilita a los estudiantes la realización de sus tareas. Usuarios en internet que han sido virales en aplicaciones como TikTok dando de qué hablar por crear canciones “falsas” por medio plataformas de audio que utilizan IA donde lograron imitar las voces de Drake y The Weeknd( la canción se conoce como “*Heart on my Sleeve*”), y consiguieron engañar a muchos con esta supuesta colaboración, hasta la noticia que dió vuelta al mundo y que incluso medios periodísticos profesionales de gran renombre se comieron esa nota informativa falsa donde se ve una imagen del ex presidente de EU, Donald Trump, siendo arrestado por varios oficiales.

Esta imagen fue creada por una plataforma de IA que crea imágenes con las ca-

---

<sup>12</sup> Licenciatura en Administración Centro Universitario de Ciencias Economico Administrativas. [ramirez.ahiram@gmail.com](mailto:ramirez.ahiram@gmail.com)

racterísticas que el usuario le solicite. Las distintas maneras en como las personas y empresas han logrado aplicar la IA ha traído consigo un sinnúmero de cambios en el mundo y sobre todo en los negocios donde cada vez más tiene mayor protagonismo con la expectativa de mayor productividad con menor coste, automatizando tareas repetitivas donde comunmente hay una persona detrás.

Vemos en internet como los usuarios en redes mencionan este término por todos lados, pero realmente ¿Qué es la inteligencia artificial? Y ¿Cómo afecta a los negocios en la actualidad? El autor presenta en este artículo de investigación exploratorio de carácter cualitativo como las empresas han implementado la inteligencia artificial en sus modelos de negocios.

En el documento se comentan los acontecimientos importantes que han dado la definición de IA como la conocemos hoy, así como también la importancia de la innovación tecnológica en los modelos de negocios y a modo de subtítulos los siguientes 3 argumentos que sostienen la postura del autor:

- IA en la optimización de procesos y automatización de tareas
- IA para la obtención de información de interés
- IA como agilizadora de la interacción entre cliente- empresa

## **Desarrollo**

Hoy en día la Inteligencia Artificial (IA) está en la boca de todos, con las noticias que tenemos sobre la invención y desarrollo de plataformas que utilizan IA para solucionar problemas específicos hasta productos que esta tecnología forma parte de su valor agregado, parece ser que la IA salió de la nada como si de magia se tratara sin embargo es todo lo contrario, por más disruptiva y novedosa que sea la IA como se conoce actualmente, la realidad es que este concepto ha ido evolucionando con el paso del tiempo, y aunque no existe como tal una definición concreta de que es IA, para este trabajo utilizaremos la mencionada por

Bourcier (2003) donde define que “la inteligencia artificial es una rama de la informática que intenta reproducir las funciones cognitivas humanas como el razo-

namiento, la memoria, el juicio o la decisión y, después, confiar una parte de esas facultades, que consideramos signos de inteligencia, a los ordenadores” (p.88).

El desarrollo de la tecnología ha traído consigo las piezas fundamentales para poder ver el día de hoy aplicaciones de la IA en nuestra vida, a continuación, un breve repaso de los acontecimientos importantes:

- En 1842, Ada Lovelace, una matemática e informática pionera, creó el primer algoritmo (un conjunto de operaciones ordenadas para realizar un cálculo matemático) diseñado para ser procesado por una máquina. A pesar de que esta tecnología todavía no existía, Lovelace reflexionó sobre la posibilidad de que las máquinas pudieran ejecutar tareas que no solamente tengan que ver con operaciones numéricas sino también realizar tareas con mayor dificultad como componer música compleja. Décadas después, su deducción se ha hecho realidad gracias al desarrollo de la Inteligencia Artificial (IA) (Astrosabadell,2020).
- En su obra literaria de ciencia ficción “Rossum’s Universal Robots” publicada en 1921, el dramaturgo checo Karel Čapek estableció en su libro la idea de una especie de seres artificiales a los que denominó “robots”, palabra que viene del término “robota” que significa “esclavo” (Generalitat Valenciana,2019).
- Se estima el origen histórico de la inteligencia artificial en los años 30 con Alan Turing, considerado el padre de la IA. No obstante, el punto de partida se establece en 1950 cuando Alan publicó un artículo en la revista Mind titulado “Computing machinery and intelligence”, donde propuso la prueba de Turing para determinar si una máquina podía pensar. A partir de entonces, esta prueba se convirtió en un referente fundamental en la investigación de la IA (Efimoff,2020).
- En 1956, John McCarthy, Marvin Minsky y Claude Shannon acuñaron formalmente el término “inteligencia artificial” durante la conferencia de Dartmouth, que fue financiada por la Fundación Rockefeller. En esta conferencia se definía la IA como “la ciencia e ingenio de hacer máquinas inteligentes, especialmente programas de cálculo inteligente”(Génova 2018).
- En el mismo año de la conferencia en Dartmouth, Newell, A. y J.C Shaw

crearon el que se considera el primer programa de inteligencia artificial llamado “Logic Theory Machine”. Este programa se basa en la lógica simbólica (que es el acto de crear un lenguaje artificial basado en símbolos convencionales) y tiene la capacidad de encontrar demostraciones de teoremas matemáticos a través de la combinación de operaciones simples. El reto era encontrar la combinación correcta de operaciones para demostrar un teorema, pero los autores idearon un enfoque heurístico (que es una metodología científica) que les permitió encontrar una solución en la mayoría de los casos. Su método permitió recortar el árbol de búsqueda de manera inteligente y eficiente, aunque no siempre era exitoso (Newell, y Shaw,1957).

- En 1943, Warren McCulloch y Walter Pitts propusieron el primer modelo matemático de la neurona. (Padrón,A.2000).
- En 1961, el robot industrial Unimate, inventado por George Devol, se convirtió en el primer robot en trabajar en una línea de montaje de General Motors (Molina,2017).
- En 1969, Marvin Minsky y Seymour Papert publicaron un libro donde exploraron las ventajas y limitaciones de los perceptrones que es el término técnico a lo llamado coloquialmente “neurona artificial” siendo la principal limitación la incapacidad de implementar la función lógica XOR, esta función representa la función de la desigualdad ya que da como resultado VERDADERO si todos los datos que entraron son desiguales, pero si no lo son entonces es FALSO( una manera de recordarlo es “ uno o el otro, pero no ambos”(Mantegna,2020).
- Durante el periodo de 1974 a 1980, la investigación en inteligencia artificial experimentó numerosos fracasos y falta de interés y financiación. En 1986, un artículo influyente de Rumelhart, Hinton y Williams popularizó el algoritmo de retropropagación para entrenar redes neuronales multicapa (Mantegna,2020).
- Sin embargo, de 1987 a 1993, el interés y la financiación volvieron a disminuir (invierno de la inteligencia artificial) (Mantegna,2020).
- En 1997, el supercomputador Deep Blue de IBM logró vencer al campeón mundial de ajedrez Gari Kasparov, después de una derrota en 1996. Este acontecimiento ha sido fundamental para algunos expertos de la IA como

un punto de inflexión en el que comenzó a hablarse de la esta tecnología lejos de los círculos académicos e investigativos (Iglesias,2020).

- En 2002, se lanzó el primer robot comercial exitoso para el hogar, la Roomba, una aspiradora autónoma. (Misiego,2017).
- En 2009, Fei-Fei Li creó ImageNet, una base de datos online totalmente gratis de más de 14 millones de imágenes que los expertos de IA comenzaron a usarla como su fuente de información para entrenar redes neuronales en la catalogación e identificación de objetos en imágenes (Saca,2019).
- En 2012, se utilizó una red neuronal convolucional (el autor introduce este término en uno de sus argumentos) para ganar el concurso de reconocimiento de imágenes en ImageNet con un rendimiento sobrehumano por primera vez. (Saca,2019)
- En 2014, Ian Goodfellow introdujo las redes generativas adversarias (el autor explica este término en uno de sus argumentos) para generar instancias sintéticas de datos, ampliamente utilizadas en la generación de imágenes, video y voz. Ese mismo año, Amazon lanzó Alexa, un asistente virtual inteligente con interfaz de voz (Calcagni,2020).
- En 2015-2016, se lanzaron dos librerías de código abierto, TensorFlow y PyTorch, que se popularizaron rápidamente como el software por defecto para desarrollar proyectos de aprendizaje automático (Abeliuk,2020).
- En 2017, la IA de Google, AlphaGo, venció al campeón mundial Ke Jie en el complejo juego de mesa Go (Abeliuk,2020).
- En 2018, Google desarrolló BERT, la primera “representación de lenguaje bidireccional y sin supervisión” que puede utilizarse en una variedad de tareas de lenguaje natural, como responder preguntas (Abeliuk,2020).

Las computadoras les han dado la oportunidad a las empresas de almacenar y procesar grandes cantidades de datos, donde los datos según Gadomski (1999) son “*todo aquello que puede ser procesado o transformado mediante procesos mentales o computacionales*”, sin embargo, estos datos antes no eran vistos como fuentes de información para tomar decisiones y mantenerse a la vanguardia. Para este documento el autor expone el concepto de información como lo define Aamodt y Nygård (1995).

Las organizaciones poseen Inteligencia Artificial (IA) en cierto grado, todo depende de lo actualizadas y modernas que estén, sin embargo, con el uso de la tecnología van generando datos que se convierten en históricos para la compañía o incluso en tiempo real. Claro es que, para generar datos, convertirlos en información y facilitar el trabajo de los altos ejecutivos para tomar acciones que optimicen los procesos del negocio es todo un desafío.

Es tal la importancia de los datos que recaban mediante tecnologías de la información, que en la actualidad se considera el principal activo de las organizaciones, estas influyen en la capacidad que tienen las empresas para identificar las necesidades, gustos y comportamientos del cliente y poder modificar el modelo de negocios en pro de aumentar sus niveles de productividad (Jiménez, 2017).

Según el informe sobre la inteligencia artificial de Catalunya publicado por ACCIÓ en 2019, se prevé que, en 2030, la inteligencia artificial provoque un incremento adicional de un 14% en el PIB mundial, lo que se traduce en 15,7 billones de dólares. Es, en definitiva, una de las tecnologías con más potencial de la actualidad. La innovación tecnológica debe ser definida como “la primera aplicación de la ciencia y la tecnología en una nueva dirección, seguida de un éxito comercial y es una constante en los modelos de negocios para mantenerse competitivos en el mercado, tan solo con observar el pasado nos damos cuenta de que hace 20 años existían empresas aparentemente solidas que hoy en día han ya dejaron de existir. Las tecnologías de la información que, según Thompson y Strickland, (2004) definen las tecnologías de información y comunicación, como *“aquellos dispositivos, herramientas, equipos y componentes electrónicos, capaces de manipular información que soportan el desarrollo y crecimiento económico de cualquier organización”*. Cabe destacar que en contextos donde hay tantas variables involucradas como los que deben enfrentar hoy en día las organizaciones, sólo los que utilicen todos los recursos y medios que estén a su disposición, y aprendan a aprovechar toda ocasión de obtener ventaja del mercado visualizando siempre los posibles riesgos y amenazas, podrán lograr el objetivo de ser exitosas.

Estas tecnologías de la información han sido parte de la innovación, sin embargo, hay un sinfín de factores que llevan a una empresa al éxito, es por eso que enfocar

la organización a crear nuevas formas de satisfacer a los clientes, optimizar los procesos de producción y tomar mejores decisiones para dar un mejor performance que las demás empresas, hará que perdure la organización.

Para lograr esta finalidad las organizaciones analizan conjuntos de variables que afectan directamente a la empresa, dependiendo de en qué sector se encuentren y la rapidez con la que se adaptan, van a realizar nuevos ajustes en el modelo de negocios, esto es lo que permitirá su sobrevivencia (Toniut, 2020).

Ya sea porque haya surgido con los resultados de las estrategias, o porque se planteó en papel, todas las organizaciones cuentan con un modelo de negocios. El autor toma de este documento como base la definición de Osterwalder y Pigneur (2009) donde mencionan que “Un modelo de negocio describe las bases de cómo una organización crea, proporciona y captura valor”.

Los clientes cambian su comportamiento, las tendencias van y vienen, y repensar que es importante para la organización y permitirse adaptarse a ello, reajustando componentes del modelo de negocios, haciendo crecer la organización a partir de las necesidades del mercado sin perder la calidad que caracteriza su producto/servicio es prioridad en la dirección de la empresa. Mantenerse estático y no adaptar el modelo de negocio a la nueva necesidad del cliente es indudable la falta de crecimiento de la organización, o peor aún, esto podría significar el cierre de operaciones.

Ejemplo de esto es el popular caso que es estudiado en las escuelas de negocios sobre Netflix vs Blockbuster donde el modelo de negocios de Blockbuster se enfocaba en la renta de películas y series formato VHS aunque la mayoría de sus ingresos provenían de las penalizaciones a los clientes que no entregaban los VHS a tiempo, sin embargo no vieron posible que los VHS fueran remplazados tan rápidamente con el avance de la tecnología y justo esos avances los aprovechó Netflix empezando a hacer el mismo modelo de negocios que Blockbuster pero con DVD's que su costo era significativamente menor aparte de que ellos no cobraban penalizaciones (y esa fue la razón principal por la que el fundador de Netflix creó la empresa) con esos avances Netflix decidió arriesgarse y en vez de rentar por DVD's lo hizo a ma-

nera de suscripción, donde le ofrecían una cantidad ilimitada de películas y series al usuario, con el paso del tiempo y el incremento de ventas quisieron aliarse con Blockbuster ofreciéndose por 50 millones de dólares pero estos fueron rechazados ya que nunca pensaron que fueran a crecer con ese modelo de negocios. El resto es historia, para el año de 2013 Blockbuster dejó de existir y Netflix estaba valuada en 42 mil millones de dólares.

## Optimizar procesos y automatización de tareas

Para los humanos reconocer a una amigo o familiar es sencillo cuando vemos su rostro: vemos sus ojos, su cabello, la sonrisa, también escuchamos su hablar y definitivamente sabemos que esa persona es quien pensamos, sin embargo, para las máquinas, una imagen es solamente una sucesión de unos y ceros y para que les den sentido a esos datos se han creado algoritmos para darle la capacidad a los sistemas de analizar imágenes.

“Para iniciar sesión, selecciona todas las imágenes que tengan un automóvil”. ¿Te ha pasado que, al querer entrar en alguna plataforma, te piden que selecciones ciertas imágenes de acuerdo con la palabra que te otorgan? Bueno, así es como aprenden las máquinas a poder reconocer patrones, nosotros como usuarios alimentamos esa base de datos, ordenando manualmente la relación entre imágenes con la palabra. Algo tan común para nosotros que es buscar en Google imágenes la imagen de un Husky Siberiano y sale exactamente lo que buscamos, es realmente un trabajo realizado por IA gracias a todos los patrones que ha reconocido por los millones de búsquedas que se realizan minuto a minuto.

Esta disciplina científica del reconocimiento de patrones que para el ser humano puede ser sencillo, pero para una computadora es complejo tiene como objetivo según Theodoridis y Koutroumbas, (1999) *“de clasificar objetos en un número específico de categorías o clases. Dependiendo de la aplicación, estos objetos pueden ser imágenes, sonidos, olores, en general, señales producto de mediciones que deben ser clasificadas. Estos objetos se denotan con el término genérico de patrones”*. está generando una ola de innovación como en la ciudad de Schenzhen-Longgang al norte de Hong Kong existe un centro de control SMART CITY donde recaban en tiempo real datos de todo el distrito: cortes de luz, de agua, cantidad de pacientes

en hospitales, etc. Esto ayuda a la planificación urbana y gestión del distrito. Toda la ciudad es escaneada a través de tecnología de monitoreo inteligente donde por medio de esta tecnología logran identificar rápidamente actividades ilegales como proyectos de construcción prohibidos para detenerlos inmediatamente, otro uso es en las cámaras de vigilancia en vías públicas y restaurantes, donde las personas son reconocidas y si es que cometen un delito o alguna acción prohibida como pasar un semáforo en rojo, inmediatamente penalizan a la persona bajándole puntos al marcador que el Gobierno ha creado para determinar cuáles ciudadanos son potencialmente peligrosos. Como si fuera película, estos centros de control cuentan con pantallas gigantescas donde se muestra toda la información. En China la vigilancia total la ven de otra manera, ya que la delincuencia ha disminuido radicalmente. El 54% de las cámaras del mundo se encuentran en China, lo que equivalen a 540 millones de cámaras, esto representa un total de 372.8 cámaras de vigilancia por cada 1000 habitantes.

Por otro lado en el sector automotriz, sobre todo en el campo de la conducción autónoma, es donde más se utiliza este concepto de visión artificial, empresas como TESLA complementan sus coches con IA en el computador y este, mediante técnicas para aplicar la visión artificial, reconoce su entorno utilizando la función Autopilot que hace que el sistema planifique y tome decisiones relacionadas a la mecánica y del vehículo y desenvolverse en su entorno, como puede ser que entienda en que carril de la carretera se encuentra; los carros que se encuentran alrededor, si está en un semáforo en alto, en siga, cuando hay un coche enfrente, cuándo dar vuelta a la izquierda, detección de líneas de carretera, etc. (Gastegui, 2022).

El objetivo de Tesla es que un coche conduzca solo, la complejidad técnica y lo disruptiva de la tecnología representa todo un problema. Y así ha habido muchas marcas que lo intentan también, pero Tesla es diferente, a diferencia de sus competidores ellos utilizan otra estrategia: el sistema Autopilot. Este sistema utiliza IA para entender el mundo que le rodea y es tan potente que con tan sólo 8 cámaras y su software logran reconocer todo el mundo exterior ¿Cómo lo hacen? Bueno, ellos utilizan una arquitectura de neuronas llamada HYDRA (se llama así porque tiene muchas “cabezas” justo como el animal mitológico).

HYDRA cuenta con un cuerpo central formado por redes neuronales convolucionales donde las redes neuronales convolucionales se distinguen de otras redes neuronales por su rendimiento superior con entradas de señales de imagen, voz o audio, entonces estas pueden procesar las imágenes de las 8 cámaras alrededor del vehículo y reconocer los patrones para hacer la labor de conducción y esta información que se tradujo a patrones se guardan en las diferentes cabezas, entonces por ejemplo una cabeza contiene los patrones para reconocer los semáforos; otro a las personas, otro el carril donde se encuentra el coche, etc. Con toda esta información compilada en cada una de las cabezas se tiene que poner en un solo lugar toda esa información obtenida, este lugar se llama TRANSFORMERS, que mediante mecanismos van aprendiendo a decidir qué parte de las imágenes corresponden con que zonas del espacio y así lograr configurar una visión artificial realmente completa recopilando datos, estructurarlos en información y tomando decisiones en tiempo real.

Algo igual de importante que estructurar los datos, es guardarlos. Para poner en contexto la importancia de guardar esta información se va a comparar con el comportamiento de una persona cuando maneja: cuando una persona está manejando por la carretera y llega un coche en el carril del lado, la persona sabe que no puede pasar por ese carril, la probabilidad de que suceda un accidente es muy alta, este proceso de observar, analizar, tomar la decisión y guardar la información de una persona que lo hace en cuestión de milisegundos, con una computadora no es así de intuitivo.

La computadora tiene que guardar la información que va recopilando en tiempo real, cada fotograma de las 8 cámaras se va recopilando y a la vez guardando, la memoria es igual de importante en las redes neuronales que utiliza la IA de la función Autopilot de Tesla porque contiene la información de cada objeto así todavía este captado en cámara como que pueda ser cubierto por otro objeto o que este mismo objeto esté en movimiento ya no sea captado por la visión artificial, como puede ser por ejemplo cuando el coche está en semáforo en rojo en un cruce principal y vaya capturando datos de como los coches van pasando frente a él, entendiendo que estos objetos se encontraban ahí por unos instantes pero luego desaparecieron, o también si algún coche llega a tapar la visión artificial que capturó

fotogramas donde observó peatones, Autopilot sigue considerando a los peatones detrás de estos objetos que los cubren. En pocas palabras analiza la temporalidad de los patrones, guardando en la memoria lo que ve y lo que ha visto el coche y situando cada elemento en un espacio tridimensional (reconstruir un mapa preciso en tiempo real de coches que pasan cercanos, carriles, peatones y demás objetos) con la velocidad a la que se mueven. En cuestión de milisegundos el computador resuelve la pregunta ¿Cuál es la mejor decisión si quiero incorporarme a la carretera? Haciendo miles de simulaciones a tiempo real para tomar la mejor decisión, maniobrando en el momento más seguro para hacerlo.

### **Obtención de información de interés**

Los sistemas y aplicaciones basadas en IA sostienen su existencia en la capacidad de convertir los datos recopilados en información que sea accionable. Sin necesidad de un ejecutivo que toma una decisión, la IA lo hace por si sola, esto quiere decir, que, de todas las situaciones posibles, la IA escogerá la más optima, no solo se trata convertir los datos del pasado en información, sino que, con esos datos, poder predecir el futuro.

Es el caso de la aplicación de Spotify, esta plataforma de música mundialmente conocida pone a disposición del usuario miles de canciones, programas de radio, podcasts, etc. Mientras el usuario escucha lo que prefiere, el algoritmo de Spotify está entrenado para recabar esos datos, encontrar patrones, categorizarlos y crear listas de reproducción que van a fin del gusto del usuario, todo esto basado en lo que el usuario consume, y existen diversas maneras de como lo hace Spotify, tiene listas de reproducción por género, grupo musical, época, etc.

Spotify le apuesta 100% a la personalización de su contenido, y con el debut de su “DJ Spotify” utilizando IA, una vez más se mantiene a la vanguardia aplicando herramientas tecnológicas innovadoras dentro de su modelo de negocios, pero ¿Qué es DJ Spotify?

Dj Spotify es una nueva manera de escuchar música dentro de la plataforma, el DJ sabe el gusto musical del usuario, todo gracias al análisis previo de las reproducciones de este, y empieza a escanear las canciones del momento que van acorde a

las preferencias del usuario, o incluso también crearte una lista de reproducción de música de cualquier época, esto nunca se había logrado tan personalizable y todo gracias a la combinación de:

- La tecnología de personalización de Spotify: que te da una lista recomendada de reproducción de música basada en lo que ya han recabado de información de los gustos musicales del usuario.
- Generative IA (IA Generativa): A través del uso de la tecnología de OpenAI (Organización centrada en la investigación y desarrollo de inteligencia artificial) ponen en la mano de sus editores de música para darle al usuario datos importantes de los artistas, música o géneros que el usuario escucha. Le dan mucho peso al expertise de sus editores. Donde complementan la experiencia humana de los editores con el uso de herramientas tecnológicas de IA.
- Voz en off de IA: Spotify adquirió la plataforma de voz de IA “Sonantic” que crea voces ultra realistas a través de texto, a diferencia de los asistentes virtuales como Siri o Alexa, la voz del DJ va a ser útil para los usuarios al darles una experiencia más inmersiva en sus gustos musicales, dándole un valor agregado innovador a su servicio de música. (Spotify,2023).

Otro caso donde se recopila información de interés mediante la IA es en las “Casas domóticas”: las casas domóticas son hogares que tienen un sistema eléctrico centralizado donde la tecnología juega un papel importante que permite gestionar y controlar de manera remota herramientas de seguridad, accesos, uso de energía, limpieza, etc. Garantizando un confort total para los usuarios de la casa.

Estas cada vez han sido más populares y es más común la utilización de dispositivos que pueden recabar datos y mediante una plataforma están interconectados para ofrecer un hogar “inteligente”. Estos dispositivos inteligentes o Smart (Smartphones, SmartTV, etc) logran reconocer los hábitos de los habitantes del hogar y llevar a cabo tareas de manera más efectiva como pueden ser de mantenimiento o limpieza, un ejemplo de ello es que las aspiradoras inteligentes pueden activarse en un momento del día que no haya nadie en la casa. Es aquí donde las empresas han enfocado sus productos a poder realizar este tipo de tareas de manera automática,

remota y amigable para los usuarios, desde las bocinas inteligentes que mediante comandos de voz acatan instrucciones de quien hable, las smartTV's o televisiones inteligentes que pueden ser configuradas mediante aplicaciones de manera remota por el celular y agendar programas de televisión a ciertas horas si así lo desea el usuario, hasta dispositivos inteligentes de seguridad como chapas inteligentes compuestas con alarmas, detectores de incendios, cámaras de vigilancia, y no solo se refiere a seguridad frente a delitos sino también que a través de alarmas configuradas artificialmente se pueden detectar fugas de gas, de agua o incendios.

### **Agilizar la interacción entre cliente- empresa**

Plataformas PLN (Procesamiento de Lenguaje Natural) son aquellas que pueden ejecutar comandos mediante el uso de la voz, un gran ejemplo de este uso son las bocinas Alexa de la empresa Amazon o Siri para los productos Apple, estos son ejemplos de Asistentes Personales Virtuales (APV) basados en PLN que también, en el ámbito empresarial, han dado un giro en la atención al cliente utilizando chatbots (APV) para atender simultáneamente a los clientes de las organizaciones en tiempo real dando soluciones orgánicas y optimizando el proceso del soporte al cliente.

Ejemplo de esto es el chatbot creado por META (el conglomerado conformado por empresas grandes como por ejemplo Facebook, Instagram y Whats App) que utilizan las cuentas de negocios dentro de la plataforma de Facebook, estas generan respuestas predeterminadas a preguntas frecuentes del usuario. La importancia de un chatbot radica en comprender mejor el comportamiento, emociones y actitudes de los clientes, es relevante utilizar los chatbots porque todos los datos que surgieron de la interacción quedan almacenados, es de gran importancia automatizar la interacción ya que se permite recabar la información del cliente e identificar sus necesidades mediante las opciones que despliega la herramienta (chatbot). (Lluga, M Darío, A., Vaca, J. y Jorge Enrique, 2022). El uso de los chatbots se popularizó cuando sucedió la pandemia, las empresas pequeñas, medianas y grandes, al no poder seguir operando de manera física se vieron obligadas a modificar sus interacciones con los clientes, esto los llevó a utilizar chatbots para dar abasto a la demanda y satisfacer los intereses.

Por consiguiente, Medina, Beltrán, y Maigua (2021); y Muldrew (2021) concuerdan que la función de un chatbot se despliega en estas tres diferentes categorías:

- Medios de interacción como páginas web, aplicaciones móviles, mensajes (sms), e-mail, otros.
- Experiencia de usuario como puede ser a través de texto, voz, video, entre otros.
- Ejecución de respuesta mediante Procesamiento de Lenguaje Natural (PLN), Generación de Lenguaje Natural (GLN) que transforma datos estructurados en texto narrado y también mediante Interfaces de programación de aplicaciones (APIs por sus siglas en inglés) que permite la interacción entre software y usuario.

Las ventajas del chatbot van desde la reducción de costos administrativos, comunicación asertiva y rápida hasta brindar atención en tiempo real, esto da como resultado un incremento de ventas al poder identificar en que parte del proceso de compra se encuentra cada cliente, atención personalizada ya que otorga respuestas dependiendo las preguntas del cliente y optimización de recursos de la organización.

Aunque también claro está, sobre todo en la etapa de pandemia fue primordial el uso del chatbot para evitar contagios por contacto, cuidar las vidas humanas y evitar que se cierren de manera total o parcial sectores economicos a nivel nacional y/o mundial.

En pocas palabras la importancia de un chatbot radica en ayudar a las empresas a conocer y comprender con mayor claridad las emociones, intereses y personalidades de su cliente y mediante la recopilación de datos, estructuración de información y dar retroalimentación a los clientes que provee la inteligencia artificial de los chatbots.

A continuación, una lista de los chatbots creados cronológicamente:

- Eliza (chatbot que intenta emular a una psicóloga)
- ChatterBot (programa de conversación de entretenimiento basado en videojuegos)
- Alice (char para mejorar la atención al cliente)
- Clippy (interfaz de IA, famoso por ser un clip con ojos animado que veías en la paquetería Office cuando pedías ayudas)
- Siri (sistema de reconocimiento de voz)
- Watson (herramienta basada en inteligencia artificial para la atención al cliente)
- Cortana (asistente de productividad personal de Windows)
- Alexa (agente de voz desarrollado por Amazon)
- Google Assistant (asistente personal de Google)
- DialogFlow (herramienta de Google que permite la creación de chatbots capaces de entender el lenguaje natural), entre otros.

Un ejemplo de la aplicación de un modelo de lenguaje para la interacción entre cliente-empresa es Chat GPT (Generative Pre-Trained Transformer por sus siglas en inglés) donde se aplica IA en el lenguaje natural para resolver problemas complejos, este procesamiento de lenguaje natural es lo que ha destacado a Chat GPT de otros chatbots. Ha sido pre entrenado utilizando enormes cantidades de texto en distintos idiomas, La forma de utilizar este chatbot es mediante la plataforma de la empresa OpenAI, aquí se ingresa un texto a modo de pregunta, orden o simplemente para iniciar una conversación de la manera más humana posible. El sistema utiliza toda la información contenida en sus datos de pre-entreno para dar respuestas coherentes y relevantes, a su vez, mientras interactúa con el usuario, Chat GPT utiliza técnicas de machine learning para desarrollar su capacidad de aprendizaje, comprensión de preguntas y generar mejores respuestas. La arquitectura de este modelo se llama Chat GPT 3.5 y en marzo del 2023 se dió el lanzamiento de Chat GPT4 ¿Cuál es la diferencia? que ChatGPT 3.5 es un modelo de texto a texto, esto quiere decir que tú le escribes la instrucción a modo de texto y te da un resultado también a modo de texto.

En ChatGPT4 el modelo es de datos a texto, esto quiere decir que tu como usuario puedes mandar una imagen y darle una instrucción y a partir de ahí el chatbot va a

interpretar, por ejemplo, puedes mandarle una foto de los alimentos que tienes en tu refrigerador y darle la instrucción que te de recetas de comida con los alimentos de la imagen. algo también bastante importante es la cantidad de datos que puede, recabar, analizar y las respuestas que puede generar, la versión anterior mientras más chateas con el bot menos probabilidades tiene de mantenerse al día ya que su memoria de corto plazo es de alrededor de 8 mil palabras, sin embargo, para la nueva versión está cerca de las 64 mil palabras.

Las herramientas para mejorar la interacción cliente-empresa que utilizan inteligencia artificial para dar soluciones y acompañar en el proceso de compra a los clientes como son los chatbots antes mencionados y las capacidades de estos son entonces una posibilidad para innovar el modelo de negocio de las organizaciones y mantenerse a la vanguardia.

## Conclusiones

Como el autor mencionó al inicio del documento, la definición de inteligencia artificial tiene muchos matices esto debido a las diferentes aplicaciones que se tiene, aparte del funcionamiento de cada una de las herramientas que las empresas dedicadas a la creación y desarrollo de sistemas de inteligencia artificial lanzan al mercado, es por eso por lo que se utilizó una definición en concreto para fines prácticos y poder realizar con mayor claridad el artículo exploratorio.

Este tema es de gran importancia porque no solo afecta la evolución de la tecnología sino también a la sociedad y a las organizaciones, es por eso por lo que es de interés primordial observar cómo se ha introducido dentro de los modelos de negocios de las empresas.

Un reto grande con el que se encontró el autor de este artículo está justamente relacionado con la temporada que se encuentra el desarrollo de la IA, considera que nos encontramos como sociedad en un “verano de la inteligencia artificial” y esto significa ver mejoras considerables cada vez más seguido, y poder darle un espacio a cada una de ellas aquí en este documento es prácticamente imposible. Es por eso por lo que el autor escogió investigar sobre casos que han sido impactantes en los

últimos años, e incluso, al realizar esta investigación, seguían saliendo más invenciones relacionadas con el uso de IA en los modelos de negocio.

## Referencias

- Aamodt, Agnar y nygård, M.(1995). “Different roles and mutual dependencies of data, information, and knowledge—an AI perspective on their integration”,Data & Knowledge Engineering. pp 191-222
- Abeliuk, A., Gutiérrez. (2021). Historia y evolución de la inteligencia artificial. 14-20 pp
- Astrosabadell.org (2020) Ada Lovelace, la primera programadora. [https://astrosabadell.org/pdf/es/bio/dones/Lovelace\\_Ada\\_es.pdf](https://astrosabadell.org/pdf/es/bio/dones/Lovelace_Ada_es.pdf)
- Calcagni, L. y Dr. Ronchetti, F (2020). Redes Generativas Antagónicas y sus aplicaciones. Universidad Nacional de la Plata. [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/101507/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/101507/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Efimoff, A. (2020). Computing machinery and Intelligence - 70 years. National University of Science and Technology MISIS
- Gadomski, Adam,A.(1999). Meta-ontological assumptions: information, preferences and knowledge universal interrelations (cognitive IPK architecture).Meta-Knowledge
- Generalitat Valenciana (2019). Robots industriales y cobots en prevención de riesgos laborales. [https://www.femeval.es/dam/jcr:fd091e5f-3c97-42fd-9981-680e8232a645/GUIA\\_ROBOTS.pdf](https://www.femeval.es/dam/jcr:fd091e5f-3c97-42fd-9981-680e8232a645/GUIA_ROBOTS.pdf)
- Génova, F. (2018). El desafío de la inteligencia artificial. Instituto Emmanuel Mounier pp 65-96
- Iglesias, P (2020). Kasparov, Garry.Revista Empresa y Humanismo. Vol 23 n°2, pp 139-142
- Lindgren, P., Valter, P. y Prasad, R. (2017). Advanced business model innovation. Journal of Wireless Communication, 4, 71.
- Lluga, M., Darío, A. y Vaca, J. (2022). Chatbot una herramienta de atención al cliente en tiempos de COVID-19: un acercamiento teórico. Uniandes EPISTEME. Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación. <file:///Users/air/Downloads/Dialnet-ChatbotUnaHerramientaDeAtencionAlClienteEnTiemposD-8591153.pdf>
- Mantegna, M. Vazquez, M. (2020). Inteligencia ARTEficial: creatividad computacional, inteligencia artificial generativa y derechos de autor. Universidad de San Andrés, Argentina. <https://repositorio.udes.edu.ar/jspui/bitstream/10908/17998/1/%5BP%-5D%5BW%5D%20Tesis%20M.%20Prop.%20Intellect.%20Mantegna%2C%20>

[Micaela.pdf](#)

- Medina, P., Beltrán, C., y Maigua, J. (2021). Agente conversacional para consultas sobre servicio médico en una clínica privada. 3C Tecnología, 10(2), 47-71
- Meléndez, P., Padrón-Godínez, A. (2000). EL MODELO NEURONAL DE McCULLOCH Y PITTS Interpretación Comparativa del Modelo.
- Misiego, A. Uriarte, O (2017). Visión Artificial y su aplicación en la automatización de tareas de limpieza. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/24308/TFM-P-573.pdf?sequence=1>
- Molina (2017). Historia de la robótica. <http://el.uy/doc/robotica/profesormolina.com.ar.%202017.%20Historia%20de%20la%20rob%C3%B3tica.pdf>
- Newell, A. J. C., Shaw (1957). Programming the logic theory machine. Western joint computer conference. pp230-240
- OCDE (1971), «Conditions du succès de l'innovation technologique», París.
- Saca, F., Dr. Cruz, A. y Dr. Ramírez, A. (2019). Clasificación de imágenes usando redes neuronales convolucionales. Universidad Autónoma Metropolitana. [http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/6123/Clasificacion\\_de\\_imagenes\\_Lopez\\_Saca\\_F\\_2019.pdf?sequence=1](http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/6123/Clasificacion_de_imagenes_Lopez_Saca_F_2019.pdf?sequence=1)
- Spotify(2023). Spotify Debuts a New AI DJ, Right in Your Pocket. <https://newsroom.spotify.com/2023-02-22/spotify-debuts-a-new-ai-dj-right-in-your-pocket/>
- Theodoridis S. y Koutroumbas K. (1999). Pattern Recognition. Academic Press – London
- Toniut, H. (2020). El uso del modelo de negocio para la innovacion empresarial: aportes de los principales autores. [https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr22/PBR\\_22\\_08.pdf](https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr22/PBR_22_08.pdf)
- Torres, A. Diaz, L. (2019). Aplicaciones de la inteligencia artificial en los modelos de negocios digitales. Escuela Superior de Comercio Santo Tomás (IPN) y Escuela Superior de Cómputo (IPN).
- Valter, P., Lindgren, P., Prasad, R. (2018). Advanced Business Model Innovation Supported by Artificial Intelligence and Deep Learning. Springer Science+Business Media, LLC, part of Springer Nature. Pp 1-16. <file:///Users/air/Desktop/Advanced%20Busines%20Model%20Innovation%20Supported%20by%20AI%20and%20DL.pdf>



*Generaciones en balance*  
*Ahorro, pensiones y la transformación del mundo laboral hacia la*  
*sustentabilidad y las nuevas tendencias comerciales*

Se terminó de editar en junio 2025 por  
la Universidad de Guadalajara a través del  
Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas  
Periférico Norte N° 799, Núcleo Universitario Los Belenes,  
45100, Zapopan, Jalisco, México.

# [ Generaciones en balance ]

Ahorro, pensiones y la transformación del mundo laboral hacia la sustentabilidad y las nuevas tendencias comerciales.

Generaciones en Balance ofrece una mirada integral y crítica a los desafíos que enfrentan las actuales y futuras generaciones en temas de educación financiera, sostenibilidad del sistema de pensiones y cambios en el mundo laboral y comercial. A través de una cuidadosa selección de investigaciones y ensayos, este libro analiza desde la desigualdad de género en el sistema de pensiones y la escasa cultura del ahorro entre jóvenes, hasta las transformaciones laborales impulsadas por la pandemia, la tecnología y el comercio digital.

Es una obra que entrelaza economía, sociedad y tecnología, dirigida tanto a investigadores como a tomadores de decisiones, docentes y estudiantes interesados en comprender el nuevo equilibrio entre generaciones en un entorno económico en constante cambio. Bajo la editorial de la Universidad de Guadalajara, este volumen representa una valiosa contribución al debate sobre el futuro financiero, laboral y comercial en México y América Latina.

Con un enfoque multidisciplinario, los capítulos reunidos en esta obra permiten comprender cómo las decisiones individuales y colectivas en materia de ahorro, trabajo y adopción tecnológica configuran nuevas dinámicas de inclusión, equidad y competitividad. Este libro no solo invita a la reflexión, sino que impulsa acciones concretas para construir un porvenir más justo, sostenible y adaptado a los retos del siglo XXI.



**UNIVERSIDAD DE  
GUADALAJARA**

Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco

ISBN 978-607-581-583-1



9 786075 815831