

UNIVERSIDAD DEL PAPALOAPAN

CAMPUS TUXTEPEC

LICENCIATURA EN CIENCIAS EMPRESARIALES

**“LA MOTIVACIÓN DE LOS COMERCIANTES AMBULANTES DE SAN JUAN
BAUTISTA TUXTEPEC ANTES Y DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19”**

TESIS

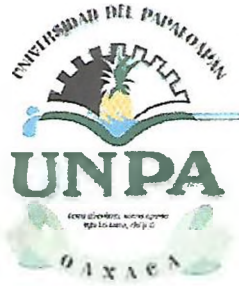
**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS
EMPRESARIALES**

PRESENTA:

ANDREA PAOLA ARAU SILVA

DIRECTORA: DRA. BEATRIZ ACOSTA URIBE

SAN JUAN BAUTISTA TUXTEPEC, OAXACA. MÉXICO, 2023.



UNIVERSIDAD DEL PAPALOAPAN CAMPUS TUXTEPEC

ACTA DE REVISIÓN DE TESIS

En la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca, el día **02 de mayo de 2023** a las **12:00 hrs.**, los miembros de la Comisión Revisora de tesis designada por la Jefatura de Carrera de la Licenciatura en Ciencias Empresariales se reunieron en la **sala de juntas del Edificio de Ciencias Empresariales** de la Universidad del Papaloapan, con la finalidad de examinar la tesis titulada o **"LA MOTIVACIÓN DE LOS COMERCIANTES AMBULANTES DE SAN JUAN BAUTISTA TUXTEPEC ANTES Y DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19"** presentada por la alumna **Andrea Paola Arau Silva**, con número de matrícula **17050149** aspirante al Título de **Licenciado en Ciencias Empresariales**.

Después de intercambiar opiniones, los miembros de la Comisión manifestaron que la tesis **satisface** los requisitos señalados por las disposiciones reglamentarias vigentes, otorgando su **aprobación** para que el aspirante pueda proceder con el proceso de titulación.

Tuxtepec, Oaxaca, a **02 de mayo de 2023**.

ATENTAMENTE
LA COMISIÓN REVISORA

Dra. Beatriz Acosta Uribe
Profesor Investigador Titular "B"
Universidad del Papaloapan
Director de Tesis

Dra. Nelly Eblin Barrientos Gutiérrez
Profesor Investigador Cátedras CONACYT
Universidad del Papaloapan
Revisor de Tesis

M.A.D. Laura Cobos Vivaldo
Profesor Investigador Asociado "B"
Universidad del Papaloapan
Revisor de Tesis



UNIVERSIDAD DEL PAPALOAPAN

CAMPUS TUXTEPEC

Tuxtepec, Oaxaca; a 03 de mayo de 2023
Oficio No. JCCE/009/05/2023

Asunto: Autorización de
impresión de tesis.

M. E. Yesenia Barrientos Arenal
Jefa del Departamento de Servicios Escolares
Universidad del Papaloapan

Con base en el dictamen de la Comisión Revisora, se autoriza la impresión del trabajo de tesis de la alumna **Andrea Paola Arau Silva**, con número de matrícula 17050149, titulado "LA MOTIVACIÓN DE LOS COMERCIANTES AMBULANTES DE SAN JUAN BAUTISTA TUXTEPEC ANTES Y DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19", dirigido por la Dra. **Beatriz Acosta Uribe**; para ser presentado como trabajo de tesis para obtener el título de **Licenciada en Ciencias Empresariales**, toda vez que cumple satisfactoriamente con la reglamentación establecida para tal fin.

El Jurado de Examen Profesional estará compuesto por los siguientes profesores:

Dra. Nelly Eblin Barrientos Gutiérrez (Presidente, Universidad del Papaloapan-Cátedras CONACYT)
M.A.D. Laura Cobos Vivaldo (Secretaria, Universidad del Papaloapan)
Dra. Beatriz Acosta Uribe (Vocal, Universidad del Papaloapan)
M.A. Meyver De Los Ángeles Andrade López (Primer Suplente, Universidad del Papaloapan)
M. A. Jessica Isabel Rodríguez Martínez (Segundo Suplente, Universidad del Papaloapan)

Sin más por el momento le enviamos un cordial saludo.



José Julián Aguilar Láinez
Jefe de Carrera de la Licenciatura en
Ciencias Empresariales
Universidad del Papaloapan

Atentamente

*Terra uberrima, mens aperta
Bou Lo-tama, chí jí jú*

Vo. Bo.



M.C. Héctor López Arjona
Vice Rector Académico
Universidad del Papaloapan

c.c.p. Dra. Beatriz Acosta Uribe. Directora de tesis, para su conocimiento
c.c.p. Andrea Paola Arau Silva. Alumno, para su conocimiento
c.c.p. Archivo

Hoja de Originalidad

El presente trabajo no ha sido aceptado o empleado para el otorgamiento de título o grado diferente o adicional al actual. La tesis es resultado de las investigaciones del autor, excepto donde se indican las fuentes de información consultadas. El autor otorga su consentimiento a la **Universidad del Papaloapan** para la reproducción del documento con el fin del intercambio bibliotecario siempre y cuando se indique la fuente.

Agradecimientos

A mi Alma Mater, por la formación profesional que me brindó y por brindarme los retos que me ayudaron siempre a mejorar, estoy orgullosa de pertenecer aquí.

A la Dra. Beatriz Acosta Uribe, por dirigir esta tesis. Agradezco infinitamente todo el esfuerzo, la dedicación y paciencia que tuvo conmigo y esta investigación, por la confianza que me dio desde el minuto uno y por siempre animarme a seguir adelante. Estoy completamente segura de que esta tesis no sería lo que es sin usted, muchas gracias.

A los profesores, M.A.D.N. María Dolores Esquivel Hernández, M.A.D. Laura Cobos Vivaldo, M. A. Jessica Isabel Rodríguez Martínez y Dra. Nelly Eblin Barrientos Gutiérrez, por tomarse el tiempo para leer esta investigación capítulo tras capítulo y ofrecerme sus puntos de vista, ideas y consejos para hacer de esta tesis una más completa.

A todos mis profesores, quienes durante estos cinco años se esmeraron en ofrecerme sus conocimientos y experiencias para mi formación profesional.

A mi familia en general, por apoyarme y siempre creer en mí, y por sus consejos que me han ayudado a formarme en varios aspectos de mi persona.

Finalmente, a todos aquellos que han sido grandes ejemplos y modelos a seguir para mí. Aquellas personas que sin conocerme o saber de mi existencia, se han vuelto parte fundamental de mí, inspirándome a seguir adelante y a siempre mejorar, quienes en mis momentos más bajos me han animado con su música, actuación, libros y persona en general.

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mis padres Narciso Arau Reyes y Dinorah Silva Román y a mi hermano Roberto Arau Silva, por estar conmigo y apoyarme en todo momento. Gracias mamá por ser mi mayor ejemplo y soporte, nunca me has detenido, al contrario, siempre me has animado a seguir y a luchar por lo que quiero. Gracias papá por estar, aconsejarme y quererme.

A mis abuelos Roberto Silva Ñeco y Dulce María Román Velázquez, por ser quienes me han apoyado en toda mi travesía universitaria, sin ellos no habría logrado todo lo que he logrado. Gracias por siempre apoyarme y llevarme por un buen camino.

A mi tía Irma Román Velázquez, porque al igual que mis abuelos siempre ha sido esa persona que ha estado conmigo en esta travesía, quien me ha aconsejado y apoyado cuando más lo he necesitado.

A mis mejores amigos, quienes caminaron este largo camino conmigo y estuvieron en las buenas y en las malas. A Isai Campechano Ayala y Stephanie May Aguirre, muchas gracias por ser mis principales pilares y porque no hay personas que me conozcan mejor que ustedes dos, gracias por no dejarme caer, por siempre apoyarme y alentarme a superar cada obstáculo. A Yaredith Soriano Sánchez, Maricela Leyva Cobos y Edith Montaña Carlos, infinitas gracias por ser quienes me mostraron el verdadero significado de la amistad y del trabajo en equipo. Gracias a los cinco por ser los mejores amigos que uno puede pedir.

Y a todos aquellos que creyeron en mí, que me motivaron y apoyaron en todo momento.

Índice

Resumen	14
Abstract	15
Introducción	16
Comercio	21
El comercio formal.....	21
El comercio informal.....	22
Motivación	54
Importancia del estudio de la motivación.....	55
Motivación laboral	57
Teorías de Motivación	58
Comparación de las teorías de la motivación con la teoría de Herzberg	75
La motivación del sector informal y su relación con la teoría de Herzberg.....	77
Panorama de San Juan Bautista Tuxtepec Oaxaca.....	83
General	83
Uso de suelo y vegetación	84
Cultura	85
Gastronomía	86
Población total.....	86
Extensión	86
Actividades productivas.....	87
Análisis de dinámica poblacional.....	87
Niveles de Pobreza	88
Datos económicos de Tuxtepec	90
Mercados y comercio informal en San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca.....	91
<i>Mercados establecidos.</i>	92
Comercio informal	93
Marco normativo del Comercio Informal	101
<i>La motivación y el comercio informal</i>	105
Planteamiento del problema	108
Justificación	111
Objetivo	113
Objetivos específicos.....	113
Metodología.....	114
Resultados.....	126
Motivación de los comerciantes ambulantes antes del Covid-19.....	127
Diferencias entre la motivación y las variables demográficas de los vendedores ambulantes antes de la pandemia.....	129
Motivación de los comerciantes ambulantes durante el Covid-19.....	133
Diferencias entre la motivación y las variables demográficas de los vendedores ambulantes durante la pandemia	136
Motivación de los comerciantes ambulantes antes vs. durante el Covid-19	140
Análisis de Correspondencia Canónica (CCA)	141
Conclusiones	150
Bibliografía.....	158

Índice de tablas

Tabla 1.	Tipología de vendedores en la calle	26
Tabla 2.	Ventajas y desventajas del comercio informal.....	31
Tabla 3.	Actividades económicas del sector terciario.....	38
Tabla 4.	Indicadores socio-demográficos estratégicos de informalidad laboral 2015-2020	40
Tabla 5.	Indicadores laborales estratégicos de informalidad laboral 2015-2020* ¹	42
Tabla 6.	Actividades económicas del sector terciario en Oaxaca.....	48
Tabla 7.	Indicadores socio-demográficos estratégicos de informalidad laboral en 2015-2020 de Oaxaca	49
Tabla 8.	Indicadores laborales estratégicos de informalidad laboral 2015-2020 de Oaxaca* ¹	51
Tabla 9.	Factores importantes del establecimiento de metas para mejorar el desempeño laboral.	62
Tabla 10.	Variables de la teoría de Herzberg.	72
Tabla 11.	Comparación de cuatro teorías de la motivación.	76
Tabla 12.	Escalas de la teoría de Herzberg en el comercio informal.	79
Tabla 13.	Valor de la producción anual de acuerdo a los sectores productivos no agropecuarios 2020.	87
Tabla 14.	Estructura de la población del municipio de San Juan Bautista Tuxtepec de acuerdo a los grupos de edad y sexo.	88
Tabla 15.	Características principales e indicadores económicos de los establecimientos informales y formales del sector privado y paraestatal que tuvieron actividades en 2018 de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca.	90
Tabla 16.	Comercios establecidos en el municipio de San Juan Bautista, Tuxtepec, Oax.	94
Tabla 17.	Giros de los comerciantes ambulantes afiliados a ALCACUP.....	98
Tabla 18.	Datos demográficos y laborales distribuidos por el sexo de los participantes antes de pandemia Covid-19.	116
Tabla 19.	Datos demográficos y laborales distribuidos por el sexo de los participantes durante la pandemia Covid-19.	117
Tabla 20.	Resultados del alfa de Cronbach de las escalas.....	118
Tabla 21.	Análisis estadísticos utilizados para probar la hipótesis de trabajo.	120
Tabla 22.	Valoraciones para evaluar el nivel de motivación.	126
Tabla 23.	Media y desviación estándar de los enunciados del instrumento antes de pandemia del Covid-19.	128
Tabla 24.	Estadístico ANOVA de los factores respecto al nivel de estudios antes de la pandemia del Covid-19.	130
Tabla 25.	Estadístico ANOVA de los factores respecto a los grupos etarios antes del Covid-19.	131
Tabla 26.	Estadístico t de student de los factores respecto al puesto de trabajo antes del Covid-19.	132
Tabla 27.	Estadístico ANOVA de los factores respecto a la antigüedad laboral antes del Covid-19.	132

Tabla 28.	Media y desviación estándar de los enunciados del instrumento durante la pandemia del Covid-19.....	134
Tabla 29.	Estadístico ANOVA de los factores respecto al nivel de estudios durante el Covid-19.	137
Tabla 30.	Estadístico ANOVA de los factores respecto a los grupos etarios durante el Covid-19.	138
Tabla 31.	Estadístico t de student de los factores respecto al puesto de trabajo durante el Covid-19.	139
Tabla 32.	Estadístico ANOVA de los factores respecto a la antigüedad laboral durante el Covid-19.	140
Tabla 33.	Estadístico t de student de los factores respecto al tiempo de administración del cuestionario.....	141

Índice de gráficas

Gráfica 1.	Promedio de tasa de informalidad laboral 2005-2022.	34
Gráfica 2.	Tasa de informalidad laboral mensual 2019-2022.	36
Gráfica 3.	Población ocupada por condición de informalidad 2015-2020.	37
Gráfica 4.	Población ocupada por condición de informalidad 2015-2020 de acuerdo al sector de actividad económica.	38
Gráfica 5.	Población ocupada por condición de informalidad en Oaxaca 2015-2020. .	46
Gráfica 6.	Población ocupada por condición de informalidad distribuida por trimestre en Oaxaca 2019-2020	47
Gráfica 7.	Población ocupada por condición de informalidad 2015-2020 de acuerdo al sector de actividad económica en Oaxaca.	47
Gráfica 8.	Motivación de los vendedores ambulantes antes de la pandemia del Covid-19.	127
Gráfica 9.	Motivación de los vendedores ambulantes durante la pandemia del Covid-19.	133
Gráfica 10.	Análisis de Correspondencia Canónica de los factores motivacionales e higiénicos y las variables independientes con respecto al antes y durante la pandemia del Covid-19.	143
Gráfica 11.	Análisis de Correspondencia Canónica de los factores motivacionales e higiénicos y la variable antigüedad laboral con respecto al antes y durante la pandemia del Covid-19.	145
Gráfica 12.	Análisis de Correspondencia Canónica de los factores motivacionales e higiénicos y la variable días laborados con respecto al antes y durante la pandemia del Covid-19.	146
Gráfica 13.	Análisis de Correspondencia Canónica de los factores motivacionales e higiénicos y la variable edad con respecto al antes y durante la pandemia del Covid-19.	148

Índice de imágenes

Imagen 1.	Fuentes de motivación.....	55
Imagen 2.	Bases del modelo de expectativa de Vroom	59
Imagen 3.	Bases del modelo de expectativa de Vroom	60
Imagen 4.	Modelo de Heider	64
Imagen 5.	Jerarquía de las necesidades humanas de Maslow.....	66
Imagen 6.	Jerarquía de las necesidades Maslow y Alderfer.	68
Imagen 7.	Factores higiénicos y de motivación.	73
Imagen 8.	Teoría Motivación-Higiene de Herzberg.....	73
Imagen 9.	Situación motivacional de acuerdo a las teorías de Maslow, Alderfer, McClelland y Herzberg.....	77
Imagen 10.	Factores higiénicos y de motivación.....	79
Imagen 11.	Teoría de Herzberg en el comercio informal.....	80
Imagen 12.	Teoría Motivación-Higiene de Herzberg en el comercio informal.....	81
Imagen 13.	en el Estado de Oaxaca.	83
Imagen 14.	Evolución de la pobreza y pobreza extrema en el Municipio de Tuxtepec... ..	89
Imagen 15.	Evolución de la pobreza por dimensiones.	89
Imagen 16.	Producción bruta total por personal ocupado total en San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca.....	91
Imagen 17.	Casco urbano de Tuxtepec, Oaxaca, de acuerdo al Municipio.	98
Imagen 18.	Casco urbano de acuerdo a la delimitación del estudio.....	99
Imagen 19.	Factores higiénicos y de motivación antes de la pandemia de Covid-19.	152
Imagen 20.	Factores higiénicos y de motivación durante la pandemia de Covid-19.	153
Imagen 21.	Teoría Motivación-Higiene de Herzberg en el comercio informal antes y durante la pandemia de Covid-19.	155

Resumen

El comercio informal es aquel que se compone de todas aquellas actividades laborales que no están registradas legalmente, generalmente no pagan impuestos, no están controladas ni protegidas por ninguna ley, no cuentan con salarios y horas de trabajo establecidos (Iranzo y Huggins, 2007). Son múltiples los factores que motivan a las personas a incursionar en este sector, Salazar (2003) menciona que permite desarrollar identidad y vínculos, además de conformar una salida de la condición de pobreza. Castells (1989), Harris y Todaro (1970) señalan las rigideces que se generan en el mercado laboral.

Herzberg reconoce que la motivación es resultado de las diferencias que existen entre las personas acerca del trabajo y del valor que le asignan en sus vidas. Dicho autor consideró que existen dos factores que motivan a las personas en sus áreas de trabajo: los factores de higiene que se relacionan con sentimientos de insatisfacción y los factores motivacionales que se asocian con experiencias satisfactorias de los empleados (Correa, 2012).

La presente investigación tiene como objetivo identificar los cambios en los factores de motivación de acuerdo a la teoría de Herzberg (1959) que tienen los individuos del sector informal de la zona centro de la ciudad de Tuxtepec con respecto a la motivación que solían tener al incursionar en dicho sector antes y durante la pandemia del COVID-19. Se elaboró un instrumento distribuido en factores higiénicos y motivacionales que fue administrado a comerciantes informales en los períodos noviembre 2019-enero 2020 y agosto 2022.

Los resultados reportaron que existía mayor satisfacción en los factores motivacionales y una no insatisfacción en los factores higiénicos de los comerciantes informales antes de la pandemia del COVID-19. Mientras que, durante la pandemia, aunque la satisfacción en los factores motivacionales se mantuvo, los factores higiénicos reportan un cambio significativo, puesto que la insatisfacción de los comerciantes informales aumentó. Además, se observó que las circunstancias que detonaron la estadia en dicho sector informal fueron la antigüedad laboral y el nivel de estudios. Los resultados permiten concluir que los comerciantes ambulantes se mostraron más insatisfechos en los factores higiénicos durante la pandemia de Covid 19. Por ello se sugiere la actualización del marco normativo de los comerciantes informales, el fomento de programas de capacitación, la creación de mercados, entre otras acciones a fin de obtener un mejor control del comercio informal por parte de las autoridades gubernamentales y para encaminar a la formalización de dichos comerciantes.

Abstract

Informal commerce is composed by all those work activities that are not legally registered, generally do not pay taxes, are not controlled or protected by any law, and do not have established salaries and working hours (Iranzo and Huggins, 2007). There are many factors that motivate people to enter this sector, Salazar (2003) mentions that it allows them to develop identity and bonds, as well as providing a way out of poverty. Castells (1989), Harris and Todaro (1970) point out that rigidities are generated in the labour market.

Herzberg recognises that motivation is a result of the differences that exist between people about work and the value they assign to it in their lives. He considered that there are two factors that motivate people in their work areas: hygiene factors that are related to feelings of dissatisfaction and motivational factors that are associated with satisfying employee experiences (Correa, 2012).

The present research aims to identify changes in motivational factors according to Herzberg's Theory (1959) that the individuals in the informal sector in the downtown area of the city of Tuxtepec have with respect to the motivation they used to have when they entered into this sector before and during the COVID-19 pandemic. For this purpose, an instrument was developed and administered to informal traders in the periods November 2019-January 2020 and August 2022.

The results reported that there was higher satisfaction on motivational factors and no dissatisfaction on hygiene factors among informal traders before the COVID-19 pandemic. Whereas, during the pandemic, although satisfaction in motivational factors remained the same, hygiene factors reported a significant change, as dissatisfaction of informal traders increased. Additionally, it was observed that the circumstances that triggered the permanence in the informal sector were length of service and level of education. The results lead to the conclusion that street traders were more dissatisfied with hygiene factors during the Covid 19 pandemic. Therefore, it is suggested that the regulatory framework for informal traders be updated, training programmes be promoted, and markets be created, among other actions, in order to obtain better control of informal trade by government authorities and to encourage the formalisation of these traders.

Introducción

El comercio informal comprende todas las formas de empleo informal, es decir, empleo sin protección social o laboral dentro y fuera de las empresas informales, incluyendo autoempleo en pequeñas empresas no registradas y empleo asalariado en trabajos no protegidos. De esta manera, la problemática que representa el ubicarse en un empleo de este tipo se relaciona con falta de identidad jurídica; condiciones de trabajo deficientes; falta de afiliación al sistema de protección social; mayor incidencia de accidentes y enfermedades laborales; y limitada libertad de asociación (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2015; Ovando, Rivera y Salgado, 2021; Rivera, López y Sánchez, 2018).

En México, por lo menos una de cada dos personas que trabaja se encuentra en situación de informalidad. Brandt (2011 citado en Velázquez, 2020) menciona que el país presenta diferentes contextos para un mismo problema, por ejemplo:

1. Un comercio es informal si no declara su actividad, ni cumple con las leyes aplicables.
2. Los comercios pueden estar registrados y, aun así, no cumplir con todas sus obligaciones.
3. Hay comercios, normalmente formales y de gran tamaño, que prefieren contratar trabajadores por cuenta propia, para evitar el pago de impuestos.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo Nueva Edición (ENOEN) que realiza el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática [INEGI] (2021a) para el cuarto trimestre (octubre-diciembre) de 2020, con el 78.50%, Oaxaca ocupa la primera posición a nivel nacional con la tasa de informalidad laboral más alta de México. Dicho estado ha registrado altas tasas de informalidad durante muchos años; siendo una problemática que aún persiste y los gobernantes no han logrado implementar políticas públicas para generar fuentes de empleo, mejorar las condiciones laborales de las personas que se desempeñan en la informalidad, o un proceso de transición adecuado de la economía informal a la formal (García, 2021).

Por su parte, el comercio en San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca es la actividad más importante y de mayor crecimiento en el municipio y este se encuentra integrado por la mayoría de las formas del mismo (H. Ayuntamiento de San Juan Bautista Tuxtepec, 2008). Dentro de este, el comercio informal de Tuxtepec es obligado a contar con un permiso que

proporciona la Dirección de Desarrollo Económico por medio de una cédula, así como pagar una cuota diaria por derecho de piso (Anónimo, 2019).

Diversas investigaciones coinciden en citar que la edad, el género, el estado civil y el ingreso son causas de la informalidad, sin embargo, Castells (1989), Harris y Todaro (1970) señalan, como los motivos prioritarios, las rigideces que se generan en el mercado laboral; aspectos como la carencia de tecnología y el bajo nivel educativo motivan su fragmentación y crean uno dual (Robles y Martínez, 2018). Por su parte, la Cámara Nacional de Comercio [CANACO] (1988 citado en Medrano, 2013) menciona que el gobierno mexicano supone que la existencia del comercio informal debe su origen como actividad a la necesidad de fungir como intermediario entre los productores de artículos de primera necesidad y los consumidores localizados en las áreas marginadas y, debido a su condición socioeconómica, difícilmente tienen acceso a establecimientos formales de comercio para poder abastecerse de dichos productos.

De acuerdo a Petri y Govern (2006, en Lope, Reyna y Hernández, 2013) la motivación es el concepto que se usa para describir las fuerzas que actúan sobre un organismo o en su interior para que inicie y dirija la conducta. Las teorías motivacionales sugieren que, cuando las necesidades y los motivos son fuertes, se reflejan en el tipo de conducta que suele considerarse relacionada con la personalidad. Dichas teorías se pueden dividir en dos grupos: las de contenido y las de proceso (Naranjo, 2009). Las primeras estudian y consideran aspectos que pueden motivar a las personas (Abraham Maslow, Clayton Alderfer, David McClelland, Douglas McGregor y Frederick Herzberg). En cuanto a las segundas, estudian y tienen en cuenta el proceso de pensamiento por el cual las personas se motivan (Víctor Vroom, Stacey Adams y Edwin Locke).

La Teoría de Herzberg centra su atención en el trabajo en sí mismo como fuente principal de satisfacción. Esta teoría subrayó la importancia de las características del puesto y las prácticas organizacionales debido a que Herzberg consideraba que el trabajo es la actividad más importante del individuo (Batista, Gálvez e Hinojosa, 2010; Robbins y Coulter, 2005). De acuerdo a esto, concluyó que la satisfacción laboral y la insatisfacción laboral son producto de dos tipos de experiencias distintas (modelo de dos factores), es decir, Herzberg estableció que los factores que generan insatisfacción en los trabajadores son de naturaleza totalmente diferente a la de los factores que producen satisfacción (Brunstein, Romero y Albarrán, 2007). Herzberg basó gran parte de su estudio de los factores, planteando de antemano que la eliminación de fuentes de sufrimiento, no generan placer,

como se venía pensando, que el placer y el sufrimiento eran puntos encontrados. Por un lado, los factores que generan satisfacción se conocen como intrínsecos, motivadores o satisfactores. Por otro lado, los factores que producen insatisfacción se consideran como extrínsecos, de higiene, insatisfactores o de apoyo (Bonillo y Nieto, 2002). De esta manera, los factores de higiene son aquellos que se relacionan con sentimientos negativos o de insatisfacción, debido al contexto del puesto, mientras que los factores motivacionales son los que se asocian con experiencias satisfactorias de los empleados, y en los que se atribuían a condiciones internas del puesto (Correa, 2012).

La importancia de teoría de Herzberg recae en que esta teoría identifica las metas y los incentivos que satisfacen las necesidades de los trabajadores. Es decir, Herzberg aclara las metas y los incentivos que tienden a satisfacer las necesidades o motivos que otras teorías de contenido simplemente identifican, de manera que, en una situación de motivación, si se sabe qué metas se quieren alcanzar, se puede predecir cuáles son las necesidades más fuertes (Hersey, Blanchard y Johnson, 2008).

En base a lo anterior, la presente tesis busca identificar los cambios en los factores de motivación de acuerdo a la teoría de Herzberg (1959) que tienen los individuos del sector informal de la zona centro de la ciudad de Tuxtepec con respecto a la motivación que solían tener al incursionar en dicho sector antes y durante la pandemia del COVID-19.

El trabajo se divide en seis capítulos:

En el primer capítulo se presenta información referente al comercio informal, sus definiciones, modalidades, características, ventajas y desventajas, como la relación de dicho comercio informal en América Latina, México y Oaxaca antes y durante la pandemia del COVID-19.

En el capítulo 2 se presenta información sobre la motivación, sus definiciones, importancia de estudio y las teorías de la misma, así como la relación entre la motivación y el comercio informal.

El tercer capítulo tiene que ver con el marco teórico contextual, en donde se presenta un panorama general de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca con el fin de conocer sobre su uso de suelo y vegetación, cultura, gastronomía, actividades productivas, economía y población, así como su comercio informal y el marco normativo del mismo.

En el capítulo 4 se presenta el planteamiento del problema, el cual se distribuye en la justificación y viabilidad del trabajo, las preguntas de investigación que guían al objetivo general y a los objetivos específicos del mismo. Igualmente se menciona la metodología y las técnicas utilizadas para llevar a cabo la investigación, en donde se define el tipo de estudio la misma, se plantea la hipótesis de trabajo, se describe tanto a los participantes, antes y durante la pandemia y se especifica el instrumento utilizado. Finalmente se detalla la conducción del estudio.

En el capítulo 5 se exponen los resultados, los cuales son divididos en tres apartados. Los primeros dos exponen los resultados referentes a la motivación de los comerciantes ambulantes antes y durante la pandemia del Covid-19, dichos apartados se subdividen en dos subapartados: la descripción del análisis de frecuencias y los estadísticos t de student y ANOVA. El tercer apartado muestra los resultados para determinar diferencias estadísticas entre la motivación de los comerciantes ambulantes antes y durante la pandemia del Covid-19 y el Análisis de Correspondencia Canónica.

Finalmente, en el capítulo 6 se exponen las conclusiones de la investigación realizada y se proponen acciones que podrían realizarse en base a la información obtenida.

CAPITULO I

COMERCIO

Comercio

El comercio ha existido desde el momento en que los seres humanos comenzaron a intercambiar bienes y servicios entre sí. Desde los primeros tiempos del trueque hasta la creación de monedas y el establecimiento de rutas comerciales, los seres humanos han buscado formas de facilitar el intercambio de bienes y servicios construyendo un proceso de distribución para reunir a vendedores y compradores. En la actualidad, es común utilizar el término comercio para hacer referencia a las compras y ventas a gran escala, es decir, la venta o compra de un solo artículo por parte de un consumidor se define como una transacción, mientras que el comercio puede referirse a todas las transacciones relacionadas con la compra y venta de ese artículo (Chen, 2022).

El Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte [SCIAN] (2002) denomina como comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para uso, venta o transformación. En este sentido, el comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio de forma habitual.

De acuerdo con Chavarría y Chavarría (s.f.) el comercio se encuentra fragmentado en dos sectores: formal e informal. El primero involucra a todas aquellas actividades que concentran la fuerza laboral en la estructura económica integrada por diferentes unidades económicas de producción de bienes y servicios (industria, servicios, comercio, construcción y agricultura), que cumplen con las normas establecidas por el Estado en materia laboral, fiscal y legal, con el fin de regular las relaciones de producción y empleo; mientras que el segundo, presenta las mismas características que el sector formal, diferenciándose de éste por el hecho de realizarse dentro de un ambiente oficialmente no regulado. De manera más específica:

El comercio formal

El comercio formal es aquella actividad comercial que se rige por el código de comercio y las leyes laborales y sociales, así respeta la reglamentación que el estado le ha estipulado. Para Moser (1978) y Peattie (1980) las empresas económicas que participan en el comercio formal son aquellas que además de contar con un registro ante el Estado, tienen la característica de desarrollar contrataciones de personal bajo condiciones explícitas en cuanto a derechos y deberes, líneas de autoridad y formas de contratación y despido. En esta nueva forma de desarrollar el comercio los trabajadores que participan en la actividad económica están protegidos por las leyes laborales existentes, puestas en vigor por sus

propias organizaciones y por el Estado (Moser, 1978; Peattie, 1980; Portes, 1995 citados en Cruz, 2010).

El comercio formal tiene un sistema organizado de empleo con reglas escritas claras de contratación, acuerdo y responsabilidades laborales. Así como una relación estandarizada entre el empleador y el empleado que se mantiene a través de un contrato formal (Fundsforngos, 2009).

En dicho sector comercial, se espera que el empleado trabaje en horas fijas y reciba salarios fijos además de incentivos y beneficios. Trabaje en un ambiente de trabajo digno y tenga derecho a beneficios como licencias, ahorros, préstamos, etc. Tenga una asociación o sindicato organizado donde se atiendan sus quejas oficiales. Además, está cubierto por beneficios de protección social como seguro de vida, seguro de salud, pensión, gratificación (Fundsforngos, 2009).

El comercio informal

La economía informal se origina por el escaso capital humano y la abundancia de recursos naturales que estimulan especializaciones en sectores de baja productividad, estancando el crecimiento, y surgiendo como consecuencia de la ineficiencia de las leyes, así como de los altos costos de tiempo, dinero e información que implica la legalidad. Dicho fenómeno cobra fuerza en la década de los setentas como consecuencia del aumento crónico del desempleo y en la década de los ochenta se desarrolla y consolida como un sector de la economía (Brunner y Elacqua, 2003; Ghersi y De Soto, 1987; Pérez, 2011).

Uno de los primeros términos utilizados para enmarcar a toda la economía informal fue el de *sector informal*, el cual hacía referencia a todas aquellas empresas, trabajadores o actividades que operan fuera de los límites de la legalidad o normatividad que rigen la actividad económica (De Soto, 1989 en Loayza, 2010). Por lo tanto, el término *sector informal*, solo hace referencia a una parte de toda la economía informal, precisamente a los micronegocios urbanos, que no están registrados ante la autoridad tributaria (INEGI, 2014). Dicho de otra manera, la economía informal no se limita a ser solo un sector y tampoco incluye a las actividades ilícitas, más bien hace referencia a los puestos de trabajo que no brindan ningún tipo de garantía o beneficio a sus trabajadores, como lo serían un pre aviso al despido, vacaciones anuales pagadas, licencia por enfermedad (pagada), ahorro para el retiro y seguro social (INEGI, 2014).

En la actualidad, los conceptos de economía informal y de sector informal han hecho una transición hacia el concepto de comercio informal, para referirse a los micronegocios urbanos dedicados a la venta de productos que tienen alta demanda donde la población se requiere un tipo de mercancía, la venta minorista o las actividades no registradas por el Estado.

Definiciones del comercio informal.

Existe una gran variedad de definiciones para *comercio informal*, tratar de seleccionar una sola definición sería imposible, debido a que existen diversas perspectivas y formas de cómo agrupar a esta economía, de la misma manera y dependiendo al autor de estudio este término puede ser también conocido como economía informal, sector informal o comercio informal (Alba, Lins y Mathews, 2015). En el siguiente apartado se destacan algunas definiciones relevantes, iniciando por el término de economía informal, continuando con el sector informal, para concluir con el comercio informal.

En la XV Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo [CIET] el consenso logrado por la Organización Internacional del Trabajo [OIT] define a la economía informal como un conjunto de unidades económicas orientadas a la producción de bienes y servicios que tienen por objetivo la creación de empleos y la generación de ingresos, operando típicamente con un nivel de organización bajo y con relaciones laborales internas, cuando existen, basadas en empleo casual, parentesco o relaciones personales y sociales, más que con acuerdos contractuales y garantías formales (INEGI, 2014).

El Centro de Estudios Económicos del Sector Privado [CEESP] (Chavarría y Chavarría, s.f.) define a la economía informal como aquella que comprende un conjunto de actividades legales cuyo registro escapa de las regulaciones fiscales y laborales de forma completa o parcial, y que es la parte de la economía subterránea que adquiere legitimidad debido al alto costo de las leyes gubernamentales y sus regulaciones.

Por otra parte, Román (2017) considera que la economía informal cuenta con una eminente modalidad urbana caracterizada por la facilidad de entradas y salidas, producción a pequeña escala, y en consonancia con la OIT mantiene una naturaleza empresarial familiar en donde los trabajadores tienen largas jornadas laborales. Martínez, Caamal, Ávila y Pat (2018) coinciden con la OIT al mencionar que dicha economía se caracteriza por la realización del trabajo fuera de las regulaciones del gobierno, es decir, fuera de las leyes laborales y tributarias existentes.

El concepto de sector informal fue utilizado por primera vez por la OIT en 1972, definiéndose como la suma de las actividades realizadas por empresas organizadas de acuerdo con una racionalidad económica particular, cuyo objetivo es garantizar la subsistencia del grupo familiar (Guergil, 1988).

De acuerdo al Programa Regional de Empleo sobre América Latina y el Caribe [PREALC] (1985) el sector informal está compuesto de una fuerza de trabajo que es creada por las limitaciones estructurales que han sido puestas al sector formal. Dice que el origen del sector informal ha dado como consecuencia un crecimiento urbano, que es capaz de absorber la mano de obra.

Finalmente, el comercio informal es aquel compuesto por todas aquellas actividades laborales que no están registradas legalmente y que por tanto no pagan impuesto, que tienen muy pocas posibilidades de crecer económicamente y que sobre todo son manuales. Como son actividades que se hacen generalmente sin recibir ningún permiso o autorización del gobierno, son actividades que no están controladas ni protegidas por ninguna ley (Iranzo, 2007 citado en Gallardo, 2021).

El comercio informal no tiene reglas o acuerdos escritos, existe meramente en la comprensión verbal, generalmente no tiene salarios establecidos ni horas de trabajo fijas y depende principalmente de las ganancias diarias. En la mayoría de los casos, el ambiente de trabajo es congestionado y antihigiénico. Así como que los trabajadores en este tipo de economía por lo general no logran reunirse y abordar sus problemas a través de una asociación o un grupo, tienen bajos niveles de conciencia sobre los esquemas de protección social, no pueden ahorrar y no ven la necesidad de asegurarse (Fundsforngos, 2009).

Con lo anteriormente mencionado se observa que de acuerdo a las definiciones tanto la economía informal, el sector informal y el comercio informal tienen en común la generación de empleo e ingresos fuera de las regulaciones del gobierno y la protección de las leyes, no obstante su principal diferencia radica en que tanto la economía informal y el sector informal son unidades económicas que además de incluir la transferencia o intercambio de bienes, se orientan a la producción de éstos, mientras que el comercio informal son unidades económicas orientadas únicamente a la venta o intercambio de bienes y servicios. En este sentido, para efectos del presente trabajo se entenderá como comercio informal a aquél que no se ubica bajo el marco legal e institucional, en otras palabras, es el empleo carente de protección laboral por no situarse bajo el amparo legal que ofrece la formalidad.

De esta manera, la problemática que representa el ubicarse en un empleo de este tipo se relaciona con falta de identidad jurídica; condiciones de trabajo deficientes; falta de afiliación al sistema de protección social; mayor incidencia de accidentes y enfermedades laborales; y limitada libertad de asociación” (OIT, 2015; Ovando et al, 2021).

Modalidades en el comercio informal.

Elizarrarás (s.f. citado en Cruz, 2010) y Pérez (2011) mencionan que el comercio informal se puede clasificar en comercio ambulante y mercado informal. Y en los últimos años ha surgido otra modalidad: el comercio en línea (Organización para la Cooperación Económica y Desarrollo [OECD, por sus siglas en inglés] 2019).

- Comercio Ambulante

El comercio ambulante agrupa a todas aquellas personas que desarrollan actos de comercio pero que no tienen un lugar definido para hacerlo. Para ellos, al tener productos pequeños y de fácil movilización cargan con ellos y las ofrecen al público en diversas partes de la vía pública al margen de las disposiciones legales, siendo una práctica heterogénea (Pérez, 2011).

En el comercio ambulante se ofertan bienes y/o servicios al público en general sin contar con una estructura permanente para ello, y al mismo tiempo, puede ser fijo si ocupa un espacio público/privado definido, o bien, móvil si transita de un lugar a otro para mercadear. El tipo de bienes y/o servicios que suelen ser comercializados por dicho comercio ambulante va desde la oferta de alimentos procesados o preparados, recuerdos o regalos (suvenires), artefactos de uso cotidiano y artículos para el ocio y la recreación, hasta servicios de toda índole como el boleo de zapatos y la limpieza de automóviles. Algunas se relacionan con otras prácticas ilegales, como la venta de piratería, mercancías robadas y/o artículos que no fueron sometidos a controles de calidad o salubridad (Lezama, 2018). El comercio ambulante presenta dos modalidades: a) el comercio fijo en la vía pública y, b) el comercio semifijo en la vía pública

- Comercio Fijo en la Vía Pública: Este se caracteriza porque los comerciantes que participan en este rubro ya se han adueñado prácticamente de la vía pública. Estos, colocan sus puestos casetas, ya sea de metal o de concreto de manera fija en las banquetas y aceras de las calles (Elizarrarás, s.f. citado en Cruz, 2010).

- Comercio Semifijo en la Vía Pública: Las personas que trabajan bajo esta modalidad, están caracterizadas por tener puestos fáciles de instalar y de quitar, es decir, a la hora que empiezan a vender se instalan, recogiendo éste una vez terminada la venta. Esta es una práctica que se reproduce todos los días por parte de este grupo de personas (Elizarrarás, s.f. citado en Cruz, 2010).

La OIT (2005) desarrolló una tipología de los comerciantes o vendedores en la calle: el tipo de bien que venden, el lugar donde venden, la estructura del lugar donde venden (tipo de instrumento que utilizan) y el estatus de empleo:

Tabla 1. *Tipología de vendedores en la calle*

Tipo de bien ¿Qué venden?	
1. Frutas y vegetales 2. Dulces y golosinas 3. Cigarros y cerillos 4. Bienes manufacturados	5. Alimentos cocinados 6. Helados y paletas 7. Periódicos y revistas 8. Bienes de segunda mano
Ubicación ¿Dónde Venden?	
1. Mercado al aire libre 2. Estaciones de tren, metro y parada de autobuses 3. Esquinas y banquetas 4. En el Hogar	5. Sitios en construcción 6. Concentración de vendedores en áreas particulares. 7. Complejos deportivos
Tipo de mobiliario utilizado ¿En qué venden?	
1. Canastas o botes puestos en el piso o que se cargan en la cabeza o el cuerpo 2. Mantas u otro material esparcido en el suelo 3. Bancos o mesas 4. Carpas fijas, puestos o kioscos	5. Bicicleta 6. Carro que se empuja con ruedas 7. Puesto con ruedas 8. Pórtico o anuncio en la ventana
Estatus ¿son independientes o dependientes?	
1. Autoempleados independientes: con o sin empleados 2. Trabajadores semiindependientes, ejemplo agentes por comisión	3. Empleados dependientes: Asalariados para otros vendedores en calle o comerciantes al mayoreo o al menudeo

Fuente: OIT, 2005

- Mercado Informal

Las limitaciones que la vía pública impone a los ambulantes llevan a estos a la búsqueda de alternativas que le permitan su abandono. Estas limitaciones vienen dadas,

fundamentalmente, por la falta de seguridad de los “derechos de dominio”, la baja productividad de la actividad originada en la diversificación necesaria dada la escala pequeña de las operaciones. La precariedad de sus instalaciones y su carácter transitorio le impide añadir servicios a sus clientes, por ejemplo, venta a crédito o reparaciones. En general, a partir de la asociación o agrupamiento espontáneo de comerciantes, se han consolidado asentamientos barriales en zonas de gran transitabilidad. Estos asentamientos han sido, con mayor o menor intensidad, combatidos por los estados locales o municipios. En todos los casos, con suerte dispar, se ha intentado su reubicación en predios, mercados o ferias acondicionados al efecto, intentando una mejora urbana y la formalización de la actividad (Chemes y Etchevarría, 2018).

El mercado informal prospera desde mercados contruidos informalmente, que en nuestro país se equipara a la construcción legal de mercados municipales públicos, pero que el control y registro de los comerciantes que en él se desarrollan, se disfrazan en la informalidad (Pérez, 2011).

- Comercio en línea

De acuerdo a la Cámara Nacional Comercio Servicios Turismo de Chile [CNC] (2020) derivado de confinamiento causado por la pandemia del COVID-19 el canal digital pasó a ser para algunos comercios la única alternativa de ventas y donde los que ya tenían instalado este canal corrieron con ventaja, otros se apresuraron en subirse al carro digital y también aparecieron muchos nuevos emprendedores que aprovecharon la fuerza de las redes sociales para vender sus productos, de esta manera el 2020 es considerado como el año del comercio digital, pues la pandemia potenció fuertemente el e-commerce.

Desde mediados de la década de 1990, el comercio electrónico ha sido una prioridad en la agenda de aquellos responsables de formular políticas. En 1998, la OECD y el gobierno de Canadá organizaron de manera conjunta una Conferencia Ministerial sobre Comercio Electrónico en Ottawa, a la que se convocaron líderes de gobiernos nacionales, directores de las principales organizaciones internacionales, líderes de la industria y representantes de los grupos de interés social, laboral y del consumidor, con el fin de debatir el desarrollo del comercio electrónico mundial (OECD, 2019).

El comercio en línea o e-commerce es un sector que utiliza Internet para vender productos o prestar servicios, pero que en la mayor parte de los casos omite la regulación tributaria, así como la seguridad de los consumidores y de los propios empresarios y empleados

(Soto, 2012). La comunidad de políticas comerciales tiende a adoptar una visión mucho más amplia del comercio electrónico. El Programa de Trabajo sobre Comercio Electrónico de la Organización Mundial del Comercio [OMC] (1998) define el comercio electrónico como la producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos. En el contexto del comercio de servicios, la OMC define el comercio electrónico como: 1) la prestación de servicios de acceso a Internet, 2) la entrega electrónica de servicios y 3) el uso de Internet como canal de servicios de distribución, mediante el cual se compran bienes y servicios por Internet, pero se entregan posteriormente a los consumidores en forma no electrónica (OMC, 1998).

En México, el e-commerce también ha representado una enorme oportunidad para los emprendedores. Si bien en 2020 las tiendas en línea eran un modo de sobrevivencia, ahora son básicas para la competitividad y expansión de un negocio. De esta manera, el último reporte de la Asociación Mexicana de Venta Online [AMVO] afirma que seis de cada 10 pymes venden por Internet (Tec Review, 2022).

El e-commerce seguirá creciendo y su penetración continuará ascendiendo, cada vez son más los negocios que están optando por el canal digital y la pandemia que estamos atravesando ha acelerado fuertemente el proceso ante la inhabilidad de operar los locales físicos. Sin embargo, tal crecimiento pone en escena también una nueva amenaza: la informalidad online, un comercio ambulante VIP que se mueve en redes nacionales e internacionales. En este contexto existen dos tipos de amenazas, una relacionada con la venta de productos piratas y de contrabando a través de Internet y la otra, la venta de productos que sin ser “ilegales” se comercializan sin pagar ningún tipo de impuesto. En este sentido existen también distintas modalidades, la compra completa a través del canal digital, desde la elección de pago, o el uso de redes sociales para promocionar distintos bienes, pero luego se pacta personalmente con el vendedor la compra (CNC, 2020).

Lo anterior, representa un gran desafío para las políticas públicas en cuanto a la fiscalización, ya que al no ser un canal presencial es mucho más difícil de detectar. Si bien hay plataformas digitales que cumplen con todas sus obligaciones tributarias, otras no pagan impuestos e incluso venden productos que infringen la propiedad intelectual, por lo que son simplemente otra cara más del comercio ilegal en los países (CNC, 2020).

Características del comercio informal.

La OIT (2020) y el PREALC (1989) definen que el comercio informal se caracteriza por:

- Realizar trabajos en lugares pequeños o amontonados por las aglomeraciones de los transeúntes.
- Horarios de trabajo que sobrepasan las horas laborables establecidas de acuerdo a ley.
- Poca o nula financiación en entidades bancarias.
- Condiciones inseguras y sin protección social.
- Los participantes en estas actividades económicas son de bajos recursos.
- El Estado tiene poco o ningún control sobre estas actividades, pues al estar fuera de la regulación, no existen datos estadísticos que las estimen.
- En la compra de insumos y en la venta de servicios y productos compran caro y venden barato dado que no pueden competir con el sector formal.
- El dueño de los medios de producción trabaja directamente en el proceso productivo, apoyado de su familia a fin de no pagar un salario.
- Debido a sus márgenes de baja ganancia en muchos de los casos no existe reinversión.
- Las actividades son autónomas o complementarias del llamado comercio formal.
- Las actividades que se desarrollan en este sector son en pequeñas cantidades de inversión o de capital y limitada producción, sin apoyo de las autoridades.

El comercio informal incluye a los trabajadores por cuenta propia que ocasionalmente emplean asalariados y generalmente no se inscriben en registros oficiales, fiscales o de seguridad social, y parte de los dueños de los negocios informales pueden ocupar uno o más asalariados de manera continua, cumpliendo parcialmente con reglamentaciones o requisitos gubernamentales (Salas, 2005).

Por lo que los comerciantes informales buscan maximizar sus ganancias, evitando las normas legales, y realizando sus actividades de una forma insegura, siendo sometidos a una explotación sin beneficios como trabajadores, con horarios de trabajo no respetados y con las entidades bancarias cerradas para este grupo de personas (Guerrero y Feria, 2020). Así mismo, la poca o nula participación del estado encargado de aumentar trabas legales mientras favorece a los altos mandos causa a su vez un menor crecimiento y crisis económica, consecuentando de dicha manera que la población se introduzca en la informalidad (Lasso, 2000 y Pérez, 2011).

Ventajas y desventajas del comercio informal.

El comercio informal influye negativamente en el desarrollo de la economía por la evasión de impuestos y la reducción de la recaudación fiscal, lo que equivale a establecer una tasa impositiva sobre el sector formal induciendo bajo crecimiento y menor bienestar (Bustamante, Díaz y Villarreal, 2009). Asimismo, Pardo (2019) señala que las principales consecuencias del comercio informal son que los trabajadores en esta modalidad se encuentran totalmente desprotegidos, al igual que sus familias. Además, al estar estos negocios exentos de impuestos y libres del sistema fiscal, se perjudica directamente al presupuesto público del estado. Practican la competencia desleal frente a otras empresas similares que están en el lado de la economía formal cumpliendo con sus obligaciones tributarias. Por último, la falta de controles sobre la economía informal hace que se convierta en un vivero para la actividad delictiva. El dinero que mueven pequeños y no tan pequeños negocios en situación de invisibilidad administrativa puede ser utilizado para financiar organizaciones criminales, por lo que la estabilidad laboral y económica que aportan a parte de la población puede quedarse en nada si se compara con los problemas de inseguridad que pueden estar alimentando de fondo.

Entre los beneficios directos del comercio informal se mencionan la flexibilidad, la autonomía y la independencia relativa de sus participantes, además, algunos beneficios indirectos para los consumidores tales como: mayor acceso a la compra de productos, precios más bajos y, a veces, ciertas facilidades en el pago. De igual manera, al ser una economía de fácil acceso para trabajadores menos cualificados, se produce una reducción de la tasa de desempleo a nivel global, sobretudo en épocas de crisis económicas. Asimismo, los trabajadores en la sombra adquieren habilidades y aprendizajes que posteriormente les servirán para trasladarse al lado de la economía formal (Pardo, 2019, ver tabla 2).

Tabla 2. *Ventajas y desventajas del comercio informal*

Ventajas	Desventajas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Reducción de la tasa de desempleo a nivel global 2. Flexibilidad, autonomía e independencia de los participantes 3. Mayor acceso a la compra de productos 4. Precios más bajos 5. Facilidades en el pago 6. Oportunidad de trabajo para personas sin o con poca experiencia y/o estudios 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evasión de impuestos 2. Reducción de la recaudación fiscal 3. Bajo crecimiento económico 4. Menor bienestar social 5. Reducción del presupuesto público 6. Trabajadores desprotegidos 7. Práctica de competencia desleal 8. Alta actividad ilícita 9. Problemas de inseguridad

Fuente: Elaboración propia.

Información económica del comercio informal en América Latina, México y Oaxaca antes y durante la pandemia de la COVID-19

Escenario económico en América Latina

La OIT (2002) plantea que el comercio informal juega un papel importante en la generación de ingresos, debido a la facilidad con la que se puede acceder a ella y a los bajos niveles de exigencia en materia de educación, calificaciones, tecnología y capital. La mayoría de las personas que se incorporan en dicho sector no lo hacen por elección, sino por la necesidad de sobrevivir y de tener acceso a actividades que permitan obtener ingresos básicos.

De acuerdo a la OIT (2003), los trabajadores por cuenta propia marcan una presencia que bordean el 25.00%; en el comercio alcanzan cerca de 30.00% y en general en los servicios llegan a un 47.00%. En América Latina, el empleo informal pasó, en el transcurso de la última década, del 52.00% al 58.00%.

En 2017, se mostraron las mayores tasas de informalidad, en el Estado Plurinacional de Bolivia, Honduras y Guatemala superaban el 70.00%, Paraguay, el Ecuador y El Salvador tenían tasas de entre el 60.00% y el 70.00%. En el caso de Perú, Colombia, la República Dominicana y México dichas tasas se situaron entre el 50.00% y el 60.00%. Mientras que

Argentina, Panamá y Chile contaron con tasas de entre el 40.00% y el 50.00%. Las tasas más bajas de informalidad las presentaron Brasil y Costa Rica, las cuales se ubicaron entre el 30.00% y el 40.00%, Uruguay presentó la menor tasa de la región, de tan solo un 23,60% (Ibarra, Acuña y Espejo, 2021).

El brote de la enfermedad por coronavirus 2019 (COVID-19), causado por el virus del síndrome respiratorio agudo severo tipo-2 (SARS-CoV-2) y declarado como una pandemia en marzo de 2020, puso al desnudo las desigualdades económicas, sociales y políticas entre los países y al interior de los mismos. Actualmente; la emergencia sanitaria por COVID-19 no se encuentra del todo superada; pero si controlada; con esta situación la población se enfrenta a un cambio de escenario que requiere de adaptación en distintos ámbitos en la vida; específicamente en los modelos de negocios (Dolores et al, 2021).

De acuerdo a la Red Mundial Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando [WIEGO, por sus siglas en inglés] (2021) la crisis del COVID-19 tuvo un impacto negativo en los medios de sustento de todos los grupos ocupacionales. Aunque muchas personas trabajadoras continuaron laborando, brindando servicios y vendiendo bienes de primera necesidad, lo hicieron bajo alto riesgo personal, con ingresos reducidos y porque algún factor les permitió seguir, no pudiendo dejar de trabajar debido a la imposibilidad de subsistir sin sus ingresos. En cambio, otras personas no pudieron trabajar en absoluto por factores como despido, por las restricciones del gobierno o por la falta de demanda de sus servicios y/o productos.

El comercio informal es un sector que se ha visto seriamente dañado. Los estragos de la pandemia han afectado a por lo menos 2.000 millones de trabajadores informales que hay en el mundo (el 61.00% de la población económicamente activa). A pesar de que la mitad continuó trabajando vendiendo productos de primera necesidad (WIEGO, 2021).

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2020) menciona que la contracción experimentada en el trabajo por cuenta propia y el trabajo familiar no remunerado contribuyó en parte, a la reducción de la informalidad, así como la situación experimentada por microempresarios informales. No obstante, se espera que en el mediano plazo la informalidad aumente tanto por la pérdida de empleos formales que pasarán a la informalidad debido a la necesidad de los grupos familiares de generar ingresos en un contexto de alto desempleo. Prueba de ello lo demuestran los datos del tercer trimestre de 2020 de 6 países (Brasil, Chile, Costa Rica, México, Paraguay y Perú), los cuales indican

que la informalidad ha presentado un incremento, dando cuenta de una lenta recuperación en el empleo informal, pero con puestos de baja calidad (sin acceso a créditos, beneficios de las medidas y estímulos fiscales, sin protección básica y social, etc.), estimando así que los ingresos de los trabajadores informales de la región experimentarán los mayores descensos a nivel global y con ello se observarán tendencias crecientes en la pobreza y en la pobreza extrema (Velásquez, 2021).

Escenario económico en México

Es necesario puntualizar que, aunque la informalidad significa estar desprotegido en cuanto a la relación laboral se refiere, en México por lo menos una de cada dos personas que trabaja se encuentra en dicha situación. Brandt (2011 citado en Velásquez, 2020) menciona que el país presenta diferentes contextos para un mismo problema, por ejemplo:

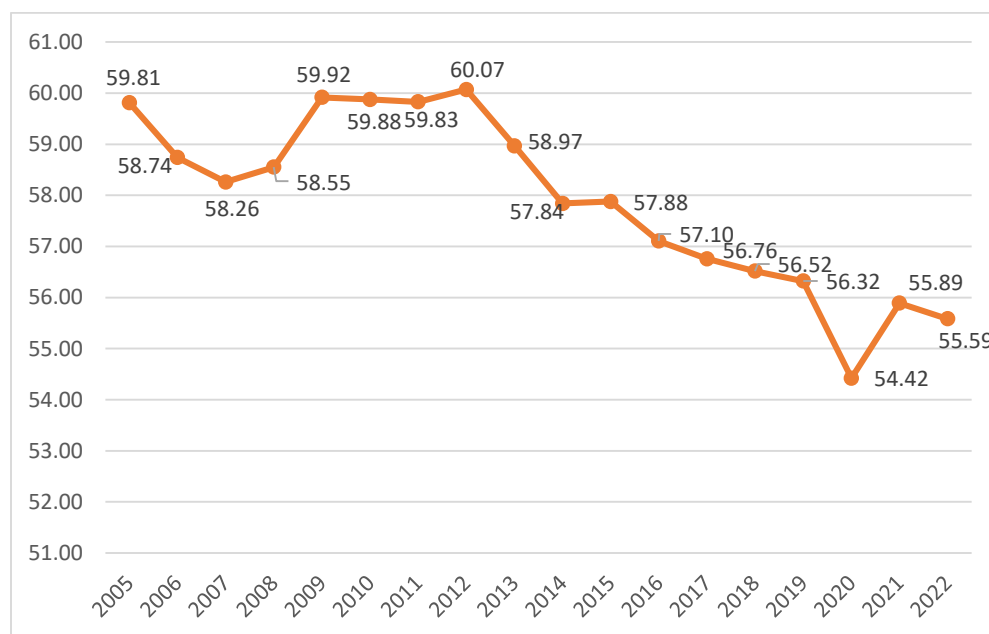
1. Un comercio es informal si no declara su actividad, ni cumple con las leyes aplicables.
2. Los comercios pueden estar registrados y, aun así, no cumplir con todas sus obligaciones.
3. Hay comercios, normalmente formales y de gran tamaño, que prefieren contratar trabajadores por cuenta propia, para evitar el pago de impuestos.

Los puntos anteriores presentan una situación de informalidad laboral en diferentes niveles, lo que supone que el enfoque del comercio informal no debe basarse simplemente en las unidades económicas (sector informal) sino también en las relaciones laborales, lo que complica distinguir entre lo formal e informal (Velásquez, 2020).

Por otra parte, con la apertura comercial, las empresas mexicanas ahora promueven la flexibilización laboral como la eliminación de las normas de protección a los trabajadores, con la intención de reducir costos laborales, por lo que no se orientan por una política de incremento de productividad y competitividad globales. A pesar que la competencia económica mundial exige mayores niveles tecnológicos, el tipo de mercado laboral que se crea en México está caracterizado por una fuerza de trabajo barata, sin protección social y de fácil acceso (contratación y despido). Todos estos factores pueden conducir al empleo informal, pues en lugar de efectuar la producción con mano de obra regular, cada vez más empresas la descentralizan y organizan el trabajo acorde con la idea de especialización flexible: crean unidades de producción pequeñas, flexibles y especializadas, algunas de las cuales no se registran o son informales (Martínez, 2005).

En este sentido, en México la mayor importancia del comercio informal se visualiza en el hecho de que alrededor de 40.00 o 50.00% del trabajo se realiza en condiciones de informalidad: 11 millones de personas (27.00% de la población ocupada), constituyen el mundo de la economía informal, a lo que se agrega una proporción importante de los 17.5 millones que se dedica a los quehaceres domésticos. Lo anterior refleja que gran parte de la población económicamente activa se desempeña en el sector informal, y su participación en el PIB no visible es considerable (Martínez, 2005).

La gráfica 1 muestra las tasas de informalidad laboral a partir de 2005 y hasta 2022 (Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE, información hasta marzo de 2020); Encuesta Telefónica de Ocupación y Empleo (ETOE, información de abril a junio de 2020); Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (Nueva edición) (ENOE(N), información a partir de julio de 2020). Dichos valores mostraron los niveles más elevados de informalidad de 2005 hasta 2012, siendo este último año el más alto (60.07%). A partir de 2013 la tasa de informalidad comenzó a descender, mostrando el pico más bajo en el 2020 (54.42%), coincidiendo con las restricciones sanitarias de la pandemia COVID-19. No obstante, tal como lo comenta INEGI (2021a) comenzó a incrementarse paulatinamente la informalidad, a medida que el gobierno relajaba dichas restricciones.

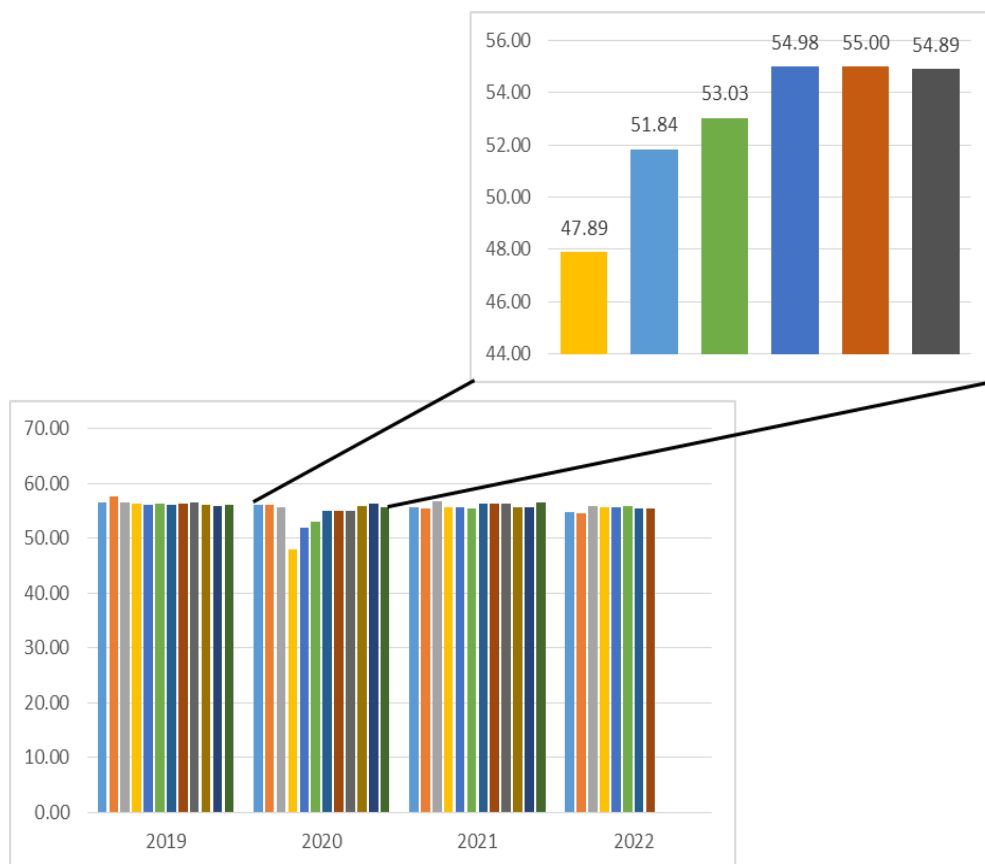


Gráfica 1. Promedio de tasa de informalidad laboral 2005-2022.

Fuente: Elaboración propia a partir del Banco de Información Económica (BIE) (INEGI, 2022)

En términos comparativos entre 2019 y 2020, la participación de la economía informal pasó de 23.1% a 21.9%, reflejo de los cambios en la composición del comercio informal que pasó de 11.4% a 11.0%, así como las Otras Modalidades de la Informalidad (OMI) que pasaron de 11.7% a 10.9%, siendo este componente el más afectado durante 2020 por la pandemia de COVID-19. De acuerdo con cifras preliminares, la contribución de 21.9% del PIB informal se generó por 55.6% de la población ocupada en condiciones de informalidad (INEGI, 2021c).

Aunado a lo anterior, la gráfica 2 muestra las tasas de informalidad laboral mensual 2019-2022. Las barras simbolizan cada uno de los meses del año. Así, puede apreciarse que en la mayoría de los meses se presentan tasas sostenidas que oscilan entre 55.34% a 57.50%, excepto en los meses de abril a septiembre de 2020, justo cuando se declaró la emergencia sanitaria por la pandemia de la COVID-19. En relación con eso, el mes de abril fue el que reflejó la tasa más baja de dicho periodo (47.89%), no obstante, inmediatamente, en el mes de mayo hubo un incremento significativo (3.95%), respecto a abril. Los meses de junio y julio mostraron un ligero aumento de 1.19% y 1.95%, respectivamente. Pese a ello, los meses de agosto y septiembre reflejaron un nulo o un decremento en dicha tasa (0.02 y -0.12, respectivamente). Fue hasta el mes de octubre que la tasa regresó a los niveles de los años anteriores (55.86%) y así continuó hasta agosto del presente año (55.46%).

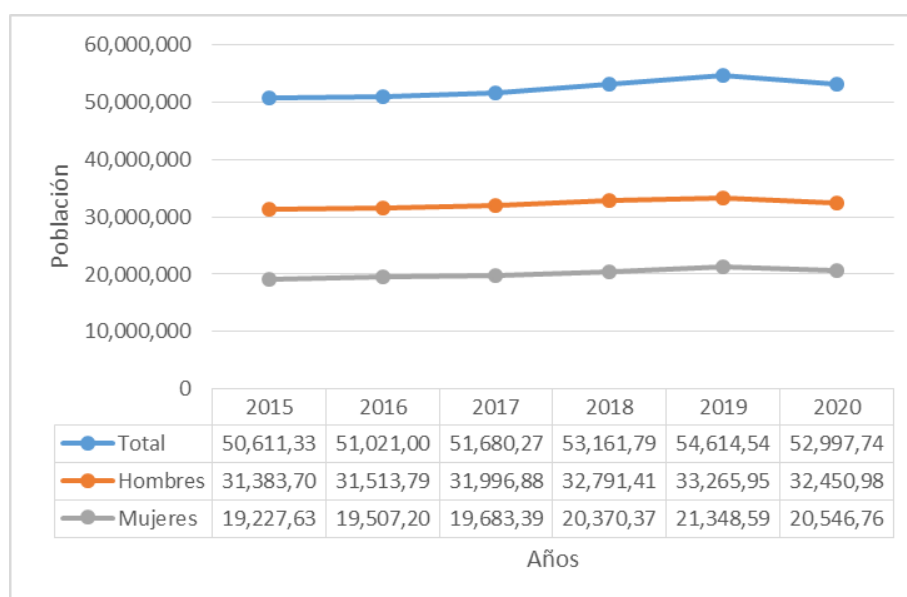


Gráfica 2. Tasa de informalidad laboral mensual 2019-2022.

Fuente: Elaboración propia a partir del Banco de Información Económica (BIE) (INEGI, 2022)

Los indicadores básicos de informalidad laboral, resultado de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2015-2020 (INEGI, 2021a) muestran información relativa al total de la población ocupada por condición de informalidad, así como a dicha población distribuida por el sexo. A este respecto y tomando como referencia el 2015, puede observarse un leve incremento en 2016 (0.80%). En 2017 dicho incremento fue de 2.11%, presentándose los mayores incrementos en 2018 (5.03%) y 2019 (7.90%). En 2020, se reflejó un leve decremento (4.71%, ver gráfica 3).

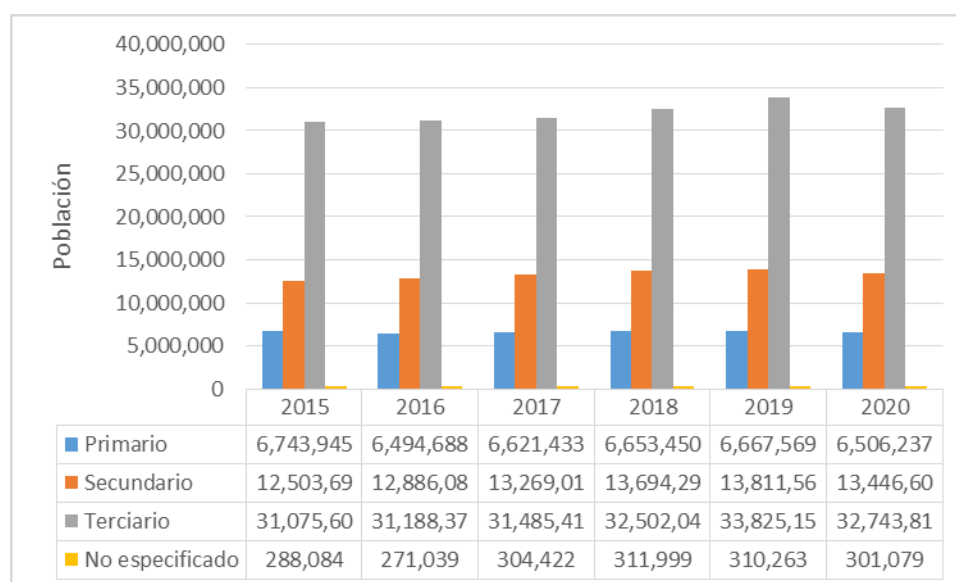
Por su parte, entre 2015 y 2020, el promedio de participación de los hombres en la informalidad fue de 61.59% y solo el 38.41% corresponde a las mujeres. En este último grupo, puede apreciarse un leve incremento en 2019 y 2020, los cuales oscilan entre 0.67% y 0.35%, respectivamente.



Gráfica 3. Población ocupada por condición de informalidad 2015-2020.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (INEGI 2021a)

A decir de la población ocupada por condición de informalidad de acuerdo al sector de actividad económica durante el periodo 2015-2020, puede mencionarse que la mayor presencia de dicho grupo se ubica en el sector terciario, oscilando entre el 60.92% y el 61.93%. Asimismo, puede aseverarse que dichas cifras se mantuvieron pese a la pandemia de la COVID-19 (ver gráfica 4).



Gráfica 4. Población ocupada por condición de informalidad 2015-2020 de acuerdo al sector de actividad económica.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Informalidad laboral. Indicadores estratégicos. Trimestre 1/2015 a Trimestre 4/2020

Al concentrarse específicamente en el sector terciario, el comercio es el que concentra casi a la tercera parte de dicha población, seguido de servicios diversos, servicios sociales y, restaurantes y servicios de alojamiento. Al revisar si hubo algún cambio durante el 2020, puede observarse un ligero incremento en el sector comercio, en este aspecto, dicho cambio se reflejó desde 2019 al incrementar 0.78% respecto a 2018 y en 2020 el incremento fue de 0.11% respecto a 2019 (ver tabla 3).

Tabla 3. Actividades económicas del sector terciario.

	Comercio	Restaurantes y servicios de alojamiento	Transportes, comunicaciones, correo y almacenamiento	Servicios profesionales, financieros y corporativos	Servicios sociales	Servicios diversos	Gobierno y organismos internacionales
2015	31.28%	11.76%	8.02%	11.32%	13.13%	17.23%	7.27%
2016	30.98%	12.14%	8.26%	11.47%	12.92%	17.03%	7.20%
2017	30.30%	12.33%	8.40%	11.52%	13.35%	17.16%	6.93%
2018	30.48%	12.36%	8.62%	11.80%	13.19%	16.71%	6.85%
2019	31.26%	12.89%	8.32%	11.48%	12.61%	16.61%	6.84%
2020	31.37%	11.60%	8.41%	11.54%	13.27%	16.10%	7.71%

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Informalidad laboral. Indicadores estratégicos. Trimestre 1/2015 a Trimestre 4/2020

En cuanto a los indicadores socio-demográficos estratégicos de informalidad laboral 2015-2020, puede mencionarse que casi la mitad de la población que se encuentra en la

informalidad se ubica entre los 25 y 44 años y la tercera parte entre los 45 y 64 años y, una muy pequeña proporción en aquellos que tienen 65 años y más. Del mismo modo, no se mostraron cambios sustanciales durante el confinamiento.

Una tercera parte de las personas que se incorporan a la informalidad tiene como nivel de escolaridad, el nivel medio superior y superior y, la otra tercera parte secundaria completa. La otra tercera parte, se ve representada por aquellos que tienen primaria completa y primaria incompleta. Puede advertirse, el incremento paulatino del primer grupo a medida que pasa el tiempo, el cual ha sido de 1.36% en promedio. Sin embargo, la mayor fluctuación se presentó en 2020, cuyo incremento fue de 1.96% respecto a 2019 (ver tabla 4).

Tabla 4. Indicadores socio-demográficos estratégicos de informalidad laboral 2015-2020*1

Grupos de edad										
	Frecuencia					Porcentaje				
Año	15 a 24	25 a 44	45 a 64	65 y más	No especificado	15 a 24	25 a 44	45 a 64	65 y más	No especificado
2015	8,796,840	24,486,845	14,725,849	2,575,192	26,607	17.38%	48.38%	29.10%	5.09%	0.05%
2016	8,697,658	24,522,568	15,025,154	2,571,804	23,003	17.11%	48.23%	29.55%	5.06%	0.05%
2017	8,692,425	24,729,715	15,588,702	2,633,681	35,757	16.82%	47.85%	30.16%	5.10%	0.07%
2018	8,759,990	25,130,886	16,420,178	2,797,833	52,904	16.48%	47.27%	30.89%	5.26%	0.10%
2019	8,999,454	25,445,215	17,165,655	2,954,963	49,261	16.48%	46.59%	31.43%	5.41%	0.09%
2020	8,328,006	24,980,726	16,875,771	2,778,172	35,069	15.71%	47.14%	31.84%	5.24%	0.07%
Nivel de instrucción										
	Frecuencia					Porcentaje				
Año	Primaria incompleta	Primaria completa	Secundaria completa	Medio superior y superior	No especificado	Primaria incompleta	Primaria completa	Secundaria completa	Medio superior y superior	No especificado
2015	6,545,761	9,713,496	17,358,304	16,958,721	35,050	12.93%	19.19%	34.30%	33.51%	0.07%
2016	6,360,333	9,404,458	17,394,066	17,648,579	32,752	12.51%	18.50%	34.21%	34.71%	0.06%
2017	5,926,254	9,359,162	17,672,661	18,677,488	44,714	11.47%	18.11%	34.20%	36.14%	0.09%
2018	5,638,185	9,260,830	18,205,159	20,008,952	48,665	10.61%	17.42%	34.24%	37.64%	0.09%
2019	5,626,068	9,203,204	18,772,154	20,964,777	48,346	10.30%	16.85%	34.37%	38.39%	0.09%
2020	5,133,619	8,578,422	17,888,438	21,355,417	41,849	9.69%	16.19%	33.75%	40.29%	0.08%

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Informalidad laboral. Indicadores estratégicos. Trimestre 1/2015 a Trimestre 4/2020

*1 De acuerdo con INEGI, los datos absolutos de las encuestas en hogares se ajustan siempre a proyecciones demográficas

De acuerdo con los indicadores laborales estratégicos de informalidad laboral 2015-2020, puede mencionarse que más del 60.00% de la población que se encuentra en la informalidad son trabajadores subordinados remunerados que cuentan con un salario, mientras que un poco más de una quinta parte son trabajadores por cuenta propia. Durante el 2020, puede observarse un ligero incremento en los trabajadores subordinados y remunerados (asalariados), dicho cambio se refleja al incrementar 0.98% respecto a 2019, por su parte los trabajadores por cuenta propia tuvieron un ligero decremento, al disminuir 0.08% respecto al 2019.

Una cuarta parte de las personas que se incorporan a la informalidad tiene como nivel de ingresos más de 1 hasta 2 salarios mínimos, una quinta parte se ve representada por aquellos que tienen más de 2 hasta 3 salarios mínimos y, una muy pequeña proporción de aquellos que tienen más de 3 hasta 5 salarios mínimos. Puede advertirse, el incremento paulatino del primer grupo desde el 2017, el cual ha sido de 2.82% en promedio. No obstante, la mayor fluctuación se presentó en 2019, cuyo incremento fue de 3.69% respecto a 2018.

En cuanto a la jornada laboral, puede advertirse que poco menos de la mitad de la población que se encuentra en la informalidad mantiene una jornada de 35 a 48 horas, una cuarta parte cuenta con una jornada de más de 48 horas y una quinta parte de 15 a 34 horas. Solo una pequeña parte tiene una jornada laboral de menos de 15 horas. No obstante, en el 2020 se presenta un ligero incremento en el primer grupo, es decir, en la población que labora de 35 a 48 horas. En este aspecto, dicho cambio se reflejó desde 2019 al incrementar 0.59% respecto a 2018 y en 2020 el incremento fue de 0.57% respecto a 2019 (ver tabla 5).

Tabla 5. Indicadores laborales estratégicos de informalidad laboral 2015-2020*1

Posición en la ocupación													
	Trabajadores subordinados y remunerados (Asalariados)	Trabajadores subordinados y remunerados (Con percepciones no salariales)	Empleadores	Trabajadores por cuenta propia	Trabajadores no remunerados	No especificado		Trabajadores subordinados y remunerados (Asalariados)	Trabajadores subordinados y remunerados (Con percepciones no salariales)	Empleadores	Trabajadores por cuenta propia	Trabajadores no remunerados	No especificado
2015	32,286,470	2,087,597	2,198,416	11,351,476	2,687,374	0		63.79%	4.12%	4.34%	22.43%	5.31%	0.00%
2016	32,759,842	2,001,608	2,243,059	11,334,985	2,500,694	0		64.44%	3.94%	4.41%	22.30%	4.92%	0.00%
2017	33,462,520	2,035,552	2,356,805	11,411,340	2,414,063	0		64.75%	3.94%	4.56%	22.08%	4.67%	0.00%
2018	34,356,464	2,059,647	2,555,060	11,810,345	2,380,276	0		64.63%	3.87%	4.81%	22.22%	4.48%	0.00%
2019	35,225,154	2,006,793	2,617,911	12,284,324	2,480,368	0		64.50%	3.67%	4.79%	22.49%	4.54%	0.00%
2020	34,703,327	1,717,923	2,514,691	11,877,551	2,184,252	0		65.48%	3.24%	4.74%	22.41%	4.12%	0.00%

Nivel de ingresos														
	Hasta un salario mínimo	Más de 1 hasta 2 salarios mínimos	Más de 2 hasta 3 salarios mínimos	Más de 3 hasta 5 salarios mínimos	Más de 5 salarios mínimos	No recibe ingresos	No especificado	Hasta un salario mínimo	Más de 1 hasta 2 salarios mínimos	Más de 2 hasta 3 salarios mínimos	Más de 3 hasta 5 salarios mínimos	Más de 5 salarios mínimos	No recibe ingresos ²	No especificado
2015	7,006,937	12,720,085	10,661,229	7,365,727	3,244,395	3,630,189	5,982,771	13.84%	25.13%	21.06%	14.55%	6.41%	7.17%	11.82%
2016	7,750,876	13,452,719	10,627,270	6,466,853	3,039,939	3,392,298	6,110,233	15.25%	26.46%	20.90%	12.72%	5.98%	6.67%	12.02%
2017	7,438,868	13,854,269	10,832,803	6,581,795	2,643,291	3,258,220	7,071,034	14.39%	26.81%	20.96%	12.74%	5.11%	6.30%	13.68%
2018	8,487,202	14,974,125	9,776,061	6,835,320	2,385,536	3,198,612	7,504,935	15.96%	28.17%	18.39%	12.86%	4.49%	6.02%	14.12%
2019	10,733,405	17,302,990	9,950,408	4,644,451	1,851,650	3,251,116	6,880,530	19.65%	31.68%	18.22%	8.50%	3.39%	5.95%	12.60%
2020	12,117,654	18,289,302	8,162,119	3,546,659	1,465,334	3,004,532	6,412,145	22.86%	34.51%	15.40%	6.69%	2.76%	5.67%	12.10%
Duración de la jornada de trabajo														
	Ausentes temporales con vínculo laboral	Menos de 15 horas	De 15 a 34 horas	De 35 a 48 horas	Más de 48 horas	No especificado		Ausentes temporales con vínculo	Menos de 15 horas	De 15 a 34 horas	De 35 a 48 horas	Más de 48 horas	No especificado	
2015	1,213,927	3,322,942	9,091,344	22,443,555	14,211,679	327,886		2.40%	6.57%	17.96%	44.34%	28.08%	0.65%	
2016	1,289,921	3,188,059	8,843,568	22,746,904	14,389,832	381,904		2.54%	6.27%	17.39%	44.74%	28.30%	0.75%	
2017	1,147,570	3,071,946	8,888,231	23,716,782	14,381,769	473,981		2.22%	5.94%	17.20%	45.89%	27.83%	0.92%	
2018	1,230,544	3,137,281	8,996,674	24,435,457	14,858,386	503,450		2.31%	5.90%	16.92%	45.96%	27.95%	0.95%	
2019	1,284,428	3,357,297	9,562,182	24,928,330	14,977,508	504,805		2.35%	6.15%	17.51%	45.64%	27.42%	0.92%	
2020	1,855,094	3,572,827	9,579,981	23,880,049	13,715,140	394,654		3.50%	6.74%	18.08%	45.06%	25.88%	0.74%	

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Informalidad laboral. Indicadores estratégicos. Trimestre 1/2015 a Trimestre 4/2020

*1 De acuerdo con INEGI, los datos absolutos de las encuestas en hogares se ajustan siempre a proyecciones demográficas

Escenario económico estatal

De acuerdo al Instituto Mexicano para la Competitividad [IMCO] (2021), los estados de Oaxaca, Chiapas y Tlaxcala, se encuentran dentro de los 5 estados con mayores tasas de informalidad laboral (con niveles mayores al 70%) y también están dentro de los 5 estados con menores niveles de ingresos laborales.

En Oaxaca, la tasa de informalidad es de 81.8% y el ingreso promedio de quienes reportaron recibir un ingreso por su trabajo es de \$5,095 pesos mensuales. En contraste, Nuevo León tiene una tasa de informalidad laboral de 36.7% y un ingreso promedio de \$10,239 pesos al mes; tiene la segunda tasa de informalidad más baja del país y el segundo ingreso más alto. Además de Nuevo León, Baja California, Baja California Sur y Chihuahua también se encuentran dentro de los 5 mejores lugares a nivel nacional tanto en informalidad como en nivel de ingresos (García, 2021).

En ciertos estados, el impacto de la informalidad laboral es mayor, no sólo por la cantidad de trabajadores que no tienen acceso al cumplimiento pleno de sus derechos laborales, sino por la diferencia entre los ingresos que perciben, respecto a sus pares con empleo formal. A nivel nacional, por cada \$100 pesos que un trabajador formal gana por sus labores, uno informal percibe sólo \$55. Sin embargo, en entidades como Oaxaca, CDMX, Campeche o Puebla los trabajadores informales ganan 50% o menos de lo que un trabajador formal gana (IMCO, 2021).

El desempleo y la informalidad han sido problemas recurrentes en la economía oaxaqueña en las últimas décadas. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo Nueva Edición (ENOEN) que realiza el INEGI, para el cuarto trimestre (octubre-diciembre) de 2020, con el 78.50% Oaxaca ocupa la primera posición a nivel nacional con la tasa de informalidad laboral más alta de México, seguido de Guerrero con el 77.29% y Chiapas con el 76.43%; a diferencia de los estados de Nuevo León con el 35.58%, Coahuila de Zaragoza con 36.68% y Chihuahua con 37.25% que registraron las tasas más bajas de informalidad laboral durante el cuarto trimestre del 2020 (INEGI, 2021a).

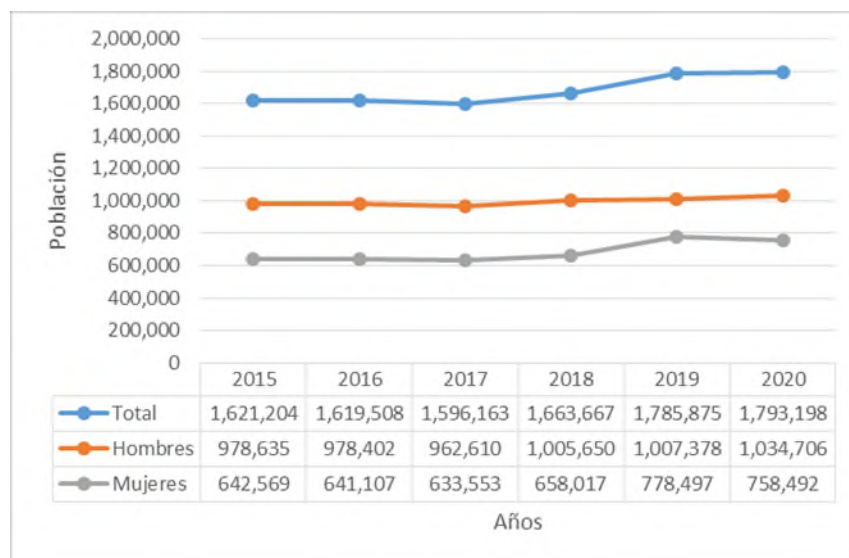
Oaxaca es una entidad que ha registrado altas tasas de informalidad durante muchos años; es una problemática que aún persiste y los gobernantes no han logrado implementar políticas públicas para generar fuentes de empleo, mejorar las condiciones laborales de las personas que se desempeñan en la informalidad, o un proceso de transición adecuado de la economía informal a la formal (García, 2021).

El estado de Oaxaca registró una disminución de 5, 000 personas en su población económicamente activa (PEA), pasando de 1,885,000 a 1,880,000 personas; así lo mostraron los resultados del cuarto trimestre de 2020 de la ENOEN, lo cual se refleja en una Tasa de Participación Económica de 61.4% respecto a la población de 15 años y más, cifra (-) 2.4 puntos porcentuales inferior a la del mismo trimestre de 2019 (Zavala, 2021).

En el caso de Oaxaca, derivado de la pandemia de Covid-19, se perdieron empleos en muchos establecimientos y al mismo tiempo se registró la tasa más alta de informalidad laboral durante el año 2020. Prueba de ello es que en el tercer trimestre del 2020 se incrementó la tasa de desocupación estatal al 3.07%, y en el cuarto trimestre disminuyó 1.39% en comparación con el tercero, pero un factor que contribuyó a que el estado registrara tasas de desocupación comparativamente bajas con el resto del país, fue la elevada participación en la informalidad, con tasas que llegaron a alcanzar el 78.5% al cierre del año anterior, y donde desempleados y población en edad laboral encontraron una fuente de ingresos para poder subsistir, aunque esto implicara no tener acceso a instituciones de salud y sin las prestaciones de ley (García, 2021).

La gráfica 5 permite visualizar una comparación de la población ocupada por condición de informalidad en el Estado de Oaxaca de 2015 al 2020, en la cual se observa que en el año 2019 se tuvo un aumento del 4.54% de la población con respecto al 2018, en el 2020 dicha población siguió en aumento por 0.45%.

Entre 2015 y 2020, el promedio de participación de los hombres en la informalidad ha sido de 61.35% y solo el 42.28% corresponde a las mujeres. En este último grupo, puede apreciarse un leve decremento en 2020, el cual es de 4.51%, mientras que el primer grupo tuvo un incremento desde 2016, incremento que oscila entre el 1.00% y el 2.48%.

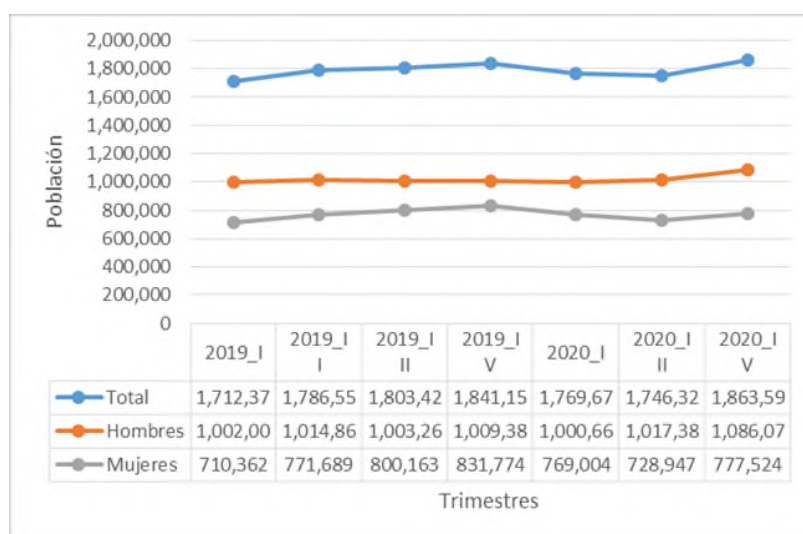


Gráfica 5. Población ocupada por condición de informalidad en Oaxaca 2015-2020.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (INEGI 2021a)

La gráfica 6 presenta una comparación de la población ocupada por condición de informalidad distribuida por trimestre en el Estado de Oaxaca 2019-2020, en la cual se observa una caída del sector del 4.17% de la población en el primer trimestre de 2020, justo cuando estaba comenzando la pandemia de Covid-19, con respecto al trimestre anterior. Del primer trimestre del 2020 al tercer trimestre de dicho año existe una disminución del 1.36%, no obstante, durante el cuarto trimestre se ve un aumento del 6.85% de la población informal. Se podría suponer dicho comportamiento debido que, a finales del 2020 el sector comercial retoma sus labores y con ello el aumento del comercio ambulante, principalmente.

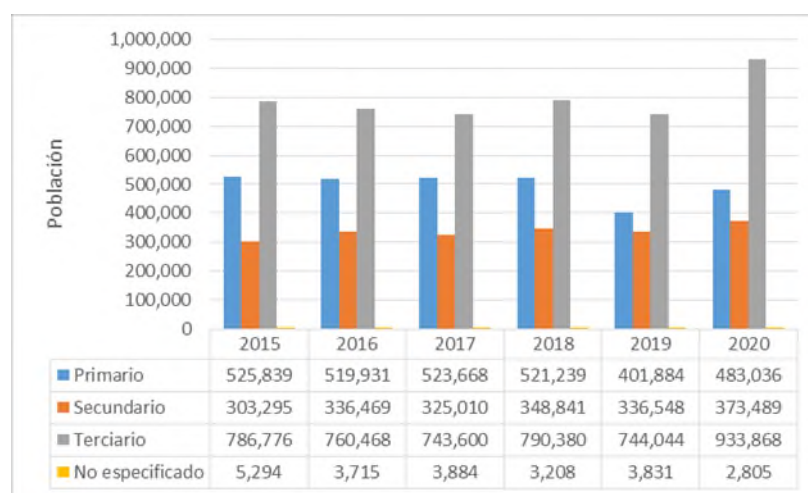
Con respecto al sexo, entre el primer trimestre de 2019 y el cuarto trimestre de 2020, el promedio de participación de los hombres en la informalidad ha sido de 59.51% y únicamente el 44.96% corresponde a las mujeres. En el primer grupo, puede apreciarse un leve decremento del 0.51% del cuarto trimestre de 2019 al primer trimestre de 2020, sin embargo, del primer trimestre de 2020 al cuarto trimestre de dicho año existió un aumento del 4.99% de la población masculina. Mientras que en el caso de la población femenina esta ha ido disminuyendo en un 3.17% desde el cuarto trimestre del 2019 al mismo del 2020.



Gráfica 6. Población ocupada por condición de informalidad distribuida por trimestre en Oaxaca 2019-2020

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (INEGI 2021a)

La población ocupada por condición de informalidad de acuerdo al sector de actividad económica durante el periodo 2015-2020, puede mencionarse que la mayor presencia de dicho grupo se ubica en el sector terciario, oscilando entre el 47.51% y el 52.08%. Dichas cifras se mantuvieron pese a la pandemia de la COVID-19 (ver gráfica 7).



Gráfica 7. Población ocupada por condición de informalidad 2015-2020 de acuerdo al sector de actividad económica en Oaxaca.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Informalidad laboral. Indicadores estratégicos. Trimestre 1/2015 a Trimestre 4/2020

Al concentrarse específicamente en el sector terciario, es de igual manera el comercio el que concentra casi a la tercera parte de dicha población, seguido de servicios diversos,

servicios sociales y, restaurantes y servicios de alojamiento. Al revisar si hubo algún cambio durante el 2020, puede observarse un ligero incremento en el sector comercio. En este aspecto, dicho cambio se reflejó desde 2019 al incrementar 0.60% respecto a 2018 y en 2020 el incremento fue de 1.33% respecto a 2019 (ver tabla 6).

Tabla 6. Actividades económicas del sector terciario en Oaxaca.

	Comercio	Restaurantes y servicios de alojamiento	Transportes, comunicaciones, correo y almacenamiento	Servicios profesionales, financieros y corporativos	Servicios sociales	Servicios diversos	Gobierno y organismos internacionales
2015	30.52%	15.24%	7.66%	5.83%	15.49%	16.42%	8.83%
2016	33.21%	14.97%	8.51%	5.92%	14.34%	14.38%	8.67%
2017	31.92%	14.51%	8.32%	6.27%	15.45%	15.19%	8.35%
2018	31.18%	15.16%	6.92%	5.98%	15.36%	17.32%	8.08%
2019	31.78%	15.40%	6.53%	7.36%	13.18%	16.35%	9.40%
2020	33.11%	14.47%	7.50%	5.59%	14.43%	14.42%	10.48%

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Informalidad laboral. Indicadores estratégicos. Trimestre 1/2015 a Trimestre 4/2020

En cuanto a los indicadores socio-demográficos estratégicos de informalidad laboral 2015-2020, de igual manera puede decirse que cerca de la mitad de la población que se encuentra en la informalidad se ubica entre los 25 y 44 años y la tercera parte entre los 45 y 64 años.

Así como en la población nacional, en Oaxaca una tercera parte de las personas que se incorporan a la informalidad tiene como nivel escolaridad, el nivel medio superior y superior y, la otra tercera parte secundaria completa. La otra tercera parte se ve representada por aquellos que tienen la primaria completa. Puede observarse, un incremento paulatino en el primer grupo a medida que pasa el tiempo, el cual ha sido de 1.36% en promedio. Sin embargo, la mayor fluctuación se presentó en 2020, cuyo incremento fue de 2.55% respecto a 2019 (ver tabla 7).

Tabla 7. Indicadores socio-demográficos estratégicos de informalidad laboral en 2015-2020 de Oaxaca*1

Año	Grupos de edad									
	Frecuencia					Porcentaje				
	15 a 24	25 a 44	45 a 64	65 y más	No especificado	15 a 24	25 a 44	45 a 64	65 y más	No especificado
2015	289,422	724,367	477,406	128,273	1,735	17.85%	44.68%	29.45%	7.91%	0.11%
2016	298,496	699,623	488,942	131,989	1,534	18.42%	43.17%	30.17%	8.14%	0.09%
2017	275,434	701,829	486,413	131,321	1,166	17.26%	43.97%	30.47%	8.23%	0.07%
2018	285,700	721,239	520,410	134,223	2,095	17.17%	43.35%	31.28%	8.07%	0.13%
2019	264,820	636,957	457,160	126,302	1,069	17.82%	42.86%	30.76%	8.50%	0.07%
2020	297,156	801,929	567,076	126,355	682	16.57%	44.72%	31.62%	7.05%	0.04%
Año	Nivel de instrucción									
	Frecuencia					Porcentaje				
	Primaria completa	Secundaria completa	Medio superior y superior	No especificado		Primaria completa	Secundaria completa	Medio superior y superior	No especificado	
2015	383,740	448,245	386,333	1,770		23.67%	27.65%	23.83%	0.11%	
2016	388,143	437,126	386,261	1,921		23.95%	26.97%	23.83%	0.12%	
2017	383,600	421,201	411,524	2,674		24.03%	26.39%	25.78%	0.17%	
2018	384,294	440,157	453,120	1,235		23.10%	26.46%	27.24%	0.07%	
2019	347,036	408,886	417,564	1,535		23.35%	27.51%	28.09%	0.10%	
2020	414,874	489,100	549,473	757		23.14%	27.28%	30.64%	0.04%	

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Informalidad laboral. Indicadores estratégicos. Trimestre 1/2015 a Trimestre 4/2020

*1 De acuerdo con INEGI, los datos absolutos de las encuestas en hogares se ajustan siempre a proyecciones demográficas.

Asimismo, con los indicadores laborales estratégicos de informalidad laboral 2015-2020, puede mencionarse que cerca de la mitad de la población oaxaqueña que se encuentra en la informalidad pertenecen al sector de trabajadores subordinados y remunerados que cuentan con un salario, mientras que una tercera parte son trabajadores por cuenta propia. Durante el 2020, puede observarse un ligero incremento en los trabajadores subordinados y remunerados (asalariados), dicho cambio se refleja al incrementar 1.02% respecto a 2019. Por su parte, los trabajadores por cuenta propia tuvieron una ligera disminución, al bajar en un 0.73% respecto al 2019.

En cuanto al nivel de ingresos de la población oaxaqueña, se observa que una quinta parte de las personas que se encuentran en la informalidad pueden percibir hasta un salario mínimo, no recibir ingresos o recibir más de uno y hasta dos salarios mínimos. Puede advertirse el incremento paulatino del primer grupo desde el 2017, el cual fue de 3.25% en promedio, la mayor fluctuación de dicho grupo se presentó en 2018, cuyo incremento fue de 5.06% respecto a 2017. Por su parte, el grupo de más de 1 hasta 2 salarios mínimos de igual manera tuvo un crecimiento constante desde 2018, el cual fue de 1.69% en promedio. No obstante, es preciso señalar el incremento que se presentó de 2019 a 2020 en ambos grupos durante la pandemia de Covid-19, el cual fue de 3.97% para el primero y de 2.08% para el segundo.

De igual manera, se menciona que una tercera parte de la población que se encuentra en la informalidad mantiene una jornada laboral de 35 a 48 horas, otra tercera parte cuenta con una jornada de más de 48 horas y una quinta parte de 15 a 34 horas. En el 2020 se presenta un ligero incremento del 1.55% en el grupo que cuenta con una jornada laboral de menos de 15 horas con respecto al 2019. Los grupos de jornadas laborales de 35 a 48 horas y de más de 48 horas tuvieron un decremento de 2019 a 2020 del 2.27% y 2.39% respectivamente (ver tabla 8).

Tabla 8. Indicadores laborales estratégicos de informalidad laboral 2015-2020 de Oaxaca*1

Posición en la ocupación														
	Trabajadores subordinados y remunerados (Asalariados)	Trabajadores subordinados y remunerados (Con percepciones no salariales)	Empleadores	Trabajadores por cuenta propia	Trabajadores no remunerados	No especificado		Trabajadores subordinados y remunerados (Asalariados)	Trabajadores subordinados y remunerados (Con percepciones no salariales)	Empleadores	Trabajadores por cuenta propia	Trabajadores no remunerados	No especificado	
2015	686,766	53,744	55,436	621,442	203,817	0		42.36%	3.32%	3.42%	38.33%	12.57%	0.00%	
2016	658,749	54,406	49,401	652,863	205,165	0		40.65%	3.36%	3.05%	40.29%	12.66%	0.00%	
2017	654,568	56,539	56,289	646,079	182,689	0		41.01%	3.54%	3.53%	40.48%	11.45%	0.00%	
2018	679,030	53,200	68,430	683,982	179,025	0		40.82%	3.20%	4.11%	41.11%	10.76%	0.00%	
2019	655,319	43,511	68,108	552,857	166,513	0		44.09%	2.93%	4.58%	37.20%	11.20%	0.00%	
2020	808,992	53,567	80,791	653,927	195,921	0		45.11%	2.99%	4.51%	36.47%	10.93%	0.00%	
Nivel de ingresos														
	Hasta un salario mínimo	Más de 1 hasta 2 salarios mínimos	Más de 2 hasta 3 salarios mínimos	Más de 3 hasta 5 salarios mínimos	Más de 5 salarios mínimos	No recibe ingresos	No especificado	Hasta un salario mínimo	Más de 1 hasta 2 salarios mínimos	Más de 2 hasta 3 salarios mínimos	Más de 3 hasta 5 salarios mínimos	Más de 5 salarios mínimos	No recibe ingresos	No especificado
2015	376,612	343,416	213,590	143,292	49,102	362,877	132,316	23.23%	21.18%	13.17%	8.84%	3.03%	22.38%	8.16%
2016	421,592	355,477	203,261	104,109	36,330	368,935	130,881	26.01%	21.94%	12.54%	6.42%	2.24%	22.77%	8.08%
2017	407,572	362,795	182,577	103,344	32,740	359,461	147,675	25.53%	22.73%	11.44%	6.47%	2.05%	22.52%	9.25%
2018	508,936	348,900	149,669	119,619	27,996	356,301	152,246	30.59%	20.97%	9.00%	7.19%	1.68%	21.42%	9.15%
2019	465,387	330,955	161,072	70,296	20,529	284,750	153,319	31.31%	22.27%	10.84%	4.73%	1.38%	19.16%	10.32%
2020	632,609	436,729	172,985	63,784	17,285	340,768	129,038	35.28%	24.35%	9.65%	3.56%	0.96%	19.00%	7.20%

	Duración de la jornada de trabajo													
	Ausentes temporales con vínculo laboral	Menos de 15 horas	De 15 a 34 horas	De 35 a 48 horas	Más de 48 horas	No especificado		Ausentes temporales con vínculo laboral	Menos de 15 horas	De 15 a 34 horas	De 35 a 48 horas	Más de 48 horas	No especificado	
2015	53,439	157,417	358,195	556,169	495,019	966		3.30%	9.71%	22.09%	34.31%	30.53%	0.06%	
2016	59,780	148,383	368,284	533,505	509,556	1,074		3.69%	9.16%	22.73%	32.92%	31.44%	0.07%	
2017	57,771	153,627	375,832	531,530	476,191	1,213		3.62%	9.62%	23.55%	33.30%	29.83%	0.08%	
2018	55,252	174,345	402,308	556,439	474,217	1,107		3.32%	10.48%	24.18%	33.45%	28.50%	0.07%	
2019	47,974	147,584	345,095	492,762	451,137	1,757		3.23%	9.93%	23.22%	33.15%	30.35%	0.12%	
2020	104,502	205,819	426,087	553,800	501,445	1,545		5.83%	11.48%	23.76%	30.88%	27.96%	0.09%	

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Informalidad laboral. Indicadores estratégicos. Trimestre 1/2015 a Trimestre 4/2020

*1 De acuerdo con INEGI, los datos absolutos de las encuestas en hogares se ajustan siempre a proyecciones demográficas.

CAPITULO II

MOTIVACIÓN

Motivación

Cuando una persona se pregunta ¿por qué la gente hace lo que hace?, ¿por qué el deseo a veces es intenso y repetitivo mientras que en otras ocasiones se desvanece y desaparece? Inmediatamente se alude a la motivación. Dicho término aborda aspectos sobre la naturaleza humana, las luchas por el logro y el poder, los deseos de sexo biológico y de intimidad psicológica, las emociones como el miedo y la ira, los comportamientos como el altruismo y los actos de agresión, la psicofisiología del hambre y de los desórdenes alimenticios, como la obesidad y la bulimia. En este sentido, la motivación parte de una necesidad básica y da un paso adelante hacia la conducta, por lo que las personas se mueven a través de motivos, es decir, buscan satisfacer ciertas necesidades. Esto implica que una vez satisfecha la necesidad, se reduce el impulso que motivó la conducta (Ferrell y Hirt, 2003, Robbins y Coulter, 2005).

Sin embargo, para inferir la motivación en una persona es necesario observar las manifestaciones de su conducta y poner atención en los antecedentes conocidos que dan origen a los estados motivacionales además de considerar la fisiología y en la autovaloración (Reeve, 2003).

Reeve (2003) menciona que un motivo es un término general que identifica necesidades, cogniciones y emociones (cada una de las cuales es un proceso interno que energiza y dirige la conducta) y McClelland (1985) afirma que los motivos son agregados de cogniciones con matices afectivos, organizados alrededor de una preferencia o disposición hacia cierto tipo de experiencias; es decir, que los motivos aparecen en el pensamiento y las preocupaciones de la gente. Por otra parte, las necesidades son condiciones dentro del individuo que motivan cualquier conducta necesaria para preservar la vida, y fomentar el bienestar y el crecimiento, ya que dichas necesidades generan afectos, deseos e impulsos de lucha. Mientras que las cogniciones se refieren a sucesos mentales específicos, como las creencias y expectativas, y a estructuras organizadas de creencias, como las del auto concepto. Las fuentes cognitivas de la motivación se centran alrededor de las formas de pensamiento y de conocimiento relativamente duraderas de las personas (Reeve, 2003) (ver imagen 1).

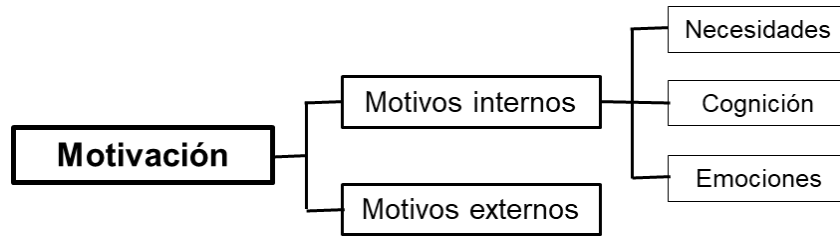


Imagen 1. Fuentes de motivación

Fuente: Elaboración propia a partir de Reeve, 2003

A partir de lo antedicho, la motivación se define como la fuerza que orienta a una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello, el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción. Dicha fuerza actúa sobre el organismo o en el interior para que inicie, dirija y persista la conducta (Lope et al, 2013; Petri y Govern, 2006).

Importancia del estudio de la motivación

Reeve (2003) señala que el estudio de la motivación abarca una amplia variedad de suposiciones, hipótesis, teorías, hallazgos y área o campos de aplicación. Pero también implica una gama de temas enlazados que integran dichas suposiciones, hipótesis, teorías, hallazgos y aplicaciones dentro de un campo de estudio coherente:

- La motivación facilita la adaptación

La motivación facilita la adaptación a circunstancias siempre cambiantes, pues los estados motivacionales surgen siempre que se presentan discrepancias entre el bienestar personal y las continuas demandas. Un ejemplo de lo anterior, es cuando la gente pasa horas sin comer y las fuentes de alimentos escasean, los estados biológico y psicológico crean la motivación de hambre. Por lo tanto, los estados motivacionales (como hambre, estrés, logro, buen humor) proporcionan un medio clave para que el individuo enfrente con éxito las inevitables exigencias de la vida. Si se hacen a un lado los estados motivacionales, la gente perdería de inmediato un recurso vital, en el cual confía de manera constante para adaptarse y mantener su bienestar.

Cuando la motivación no es la adecuada, la adaptación personal lo resiente. Los estados emocionales suelen ser un indicador útil de cuán bien o cuán mal la gente se adapta en verdad a las exigencias que afronta. Cuando las personas se adaptan con éxito y logran progresos, experimentan y expresan emociones positivas, cómo alegría, esperanza, interés y optimismo. Pero si se sienten abrumadas por su ambiente, se estancan, experimentan y

expresan emociones negativas como tristeza, desamparo, frustración y estrés (Reeve, 2003).

- Los motivos afectan la conducta al dirigir la atención

Los ambientes exigen la atención de las personas bajo una diversidad de formas. Los motivos tienen una forma de ganar, y en ocasiones de exigir la atención, de modo que se atiende un aspecto del ambiente y una determinada conducta, y no otras.

Los motivos afectan la conducta al dirigir la atención hacia la elección de algunos comportamientos, respecto a otros. Por tanto, los motivos que influyen en el comportamiento al llamar la atención, interrumpir lo que se está haciendo, distraer de realizar otras cosas y el imponer una prioridad en las conductas que son relevantes para un motivo particular (Reeve, 2003).

- La intensidad del motivo varía con el tiempo e influye en la fuerza de la conducta

De acuerdo a Reeve (2003) la motivación es un proceso dinámico, siempre cambiante, que surge y desaparece a cada rato, no un suceso discreto o una condición estática. No sólo la intensidad de los motivos aumenta y disminuye de manera constante, también la gente frecuentemente tiene una multitud de diferentes motivos en algún momento particular de su vida. Por lo general, un motivo es más intenso, y otros están relativamente subordinados (así, un motivo domina la atención, en tanto que otros están relativamente latentes). El motivo más intenso suele provocar la mayor influencia sobre el comportamiento, pero cualquier motivo subordinado quizás llegué a convertirse en dominante.

- Otros determinantes del comportamiento

La conducta que ha de tener lugar en cualquier momento es determinada por la intensidad de varios motivos. Cuando una necesidad se vuelve tan intensa que sobrepasa a las otras, se ve reflejada en la actividad. Cuando una necesidad es satisfecha y las otras comienzan a intensificarse, el equilibrio cambia y la persona se entrega a otra actividad. El resultado es un flujo de conducta en cálculo continuo (Atkinson y Birch, 1978 en Reeve, 2003).

Por otra parte, las teorías de la motivación estimulan la integración de procesos psíquicos que efectúan la regulación inductora del comportamiento, determinando la dirección, la intensidad y el sentido del comportamiento. Lo que a su vez permite que el ser responda a preguntas básicas sobre el por qué la gente hace lo que hace y por qué existe un cambio de intensidad y repetición en sus deseos, por lo que así a través de evidencias empíricas y

teóricas se puede obtener la información para poder gestionar la voluntad y la motivación de las personas dentro de su ambiente laboral (González, 2008; Peña, 2015).

Motivación laboral

En el ámbito laboral, la gestión de la voluntad de los trabajadores es un tema de constante intranquilidad en todas las organizaciones del mundo debido a que dicha voluntad traerá repercusiones en la productividad y eficiencia de los trabajadores y de las organizaciones. De ahí la importancia de motivar a los empleados, “para que quieran” y “para que puedan” desempeñar satisfactoriamente su trabajo, la motivación laboral es parte importante en el logro de la eficiencia empresarial, debido a que se ha descubierto que la calidad de los servicios depende en gran parte de quien los brinda. No obstante, las motivaciones de los trabajadores no solo son externas, sino la mayoría parten de estímulos internos y son diferentes en cada individuo. (Peña, 2015; Rodríguez y Acosta, 2009).

Vélaz (1996) define a la motivación laboral como aquella energía interna que impulsa a las personas a trabajar. Peña y Villón (2018) no solo involucran los aspectos internos del individuo, al definir a la motivación laboral como el resultado de la interrelación del individuo y el estímulo realizado por la organización con la finalidad de crear elementos que impulsen e incentiven al empleado a lograr un objetivo. Es la voluntad que caracteriza al individuo a través del esfuerzo propio a querer alcanzar las metas de la organización ajustado a la necesidad de satisfacer sus propias necesidades. Es decir, es el impulso de satisfacer las necesidades presentes en el empleado (por ejemplo: la autorrealización, mejores condiciones laborales y satisfacción de necesidades personales), las cuales, detonan una reacción en el empleado a fin lograr esa máxima sensación de confort que produce la realización o cristalización de la meta planteada.

La Universidad Internacional de Valencia (2021) plantea que, si bien cada individuo puede beneficiarse conociendo qué le motiva y cómo puede alcanzar ese estado, ese proceso puede resultar algo más intuitivo y no requiere del respaldo académico, lo cual no es lo mismo en el caso de las empresas. En la esfera de los negocios resulta muy relevante adquirir este tipo de conocimiento, debido a que la motivación originada puede dirigirse hacia el incremento del trabajo o a su disminución, al que puede acceder a través del estudio de las teorías de la motivación, permitiendo llevar a cabo un cambio de enfoque de liderazgo de estrategia de comunicación interna que derive en un impulso al rendimiento, como resultado de lograr empleados motivados.

Teorías de Motivación

Las teorías motivacionales sugieren que, cuando las necesidades y los motivos son fuertes, se reflejan en el tipo de conducta que suele considerarse relacionada con la personalidad. Dichas teorías motivacionales se pueden dividir en dos grupos: las de contenido y las de proceso (Naranjo, 2009). Las primeras estudian y consideran aspectos que pueden motivar a las personas, entre estas teorías se pueden mencionar las de Abraham Maslow, Clayton Alderfer, David McClelland, Douglas McGregor y Frederick Herzberg. En tanto que las teorías de proceso estudian y tienen en cuenta el proceso de pensamiento por el cual las personas se motivan, ejemplo de dichas teorías son las de Víctor Vroom, Stacey Adams y Edwin Locke.

Dado que el trabajo se centrará en las teorías del contenido, en el siguiente apartado se mencionarán en primer término, las teorías del proceso y posteriormente se trabajará con las teorías del contenido.

Teorías de proceso.

Las teorías centradas en el proceso son aquellas que aparecen como un complemento de las teorías de contenido, al percatarse de que éstas habían dejado de lado el análisis de los procesos reales de motivación, para centrarse en clasificaciones de motivos y necesidades. Se encuentran próximas al análisis lógico-racional de las decisiones, dado que procuran identificar las variables necesarias para explicar la activación, mantenimiento y direccionalidad de la conducta. Incluyen la consideración del conocimiento, de las preferencias individuales y de las expectativas (Vélaz, 1996).

- Teoría de la expectativa (Vroom, 1964)

La teoría de las expectativas de Vroom fue la primera teoría formal de motivación laboral en proponer que las personas ponderen las opciones antes de elegir entre ellas, en otras palabras, que las personas tomen decisiones sobre su comportamiento en función de las expectativas que se tienen, según las distintas alternativas, de lograr los resultados y recompensas deseados (Fernández, 2001).

La lógica de la teoría presupone la idea de que todo individuo se esforzará en la realización de ciertas conductas para obtener el resultado deseado, siempre y cuando piense que tiene las aptitudes y los recursos necesarios para ser capaz de realizarlo (ver imagen 2). Por lo

que para Vroom (1964) la motivación es el resultado de tres variables las cuales son expectativas, instrumentalidad y valor de las recompensas.

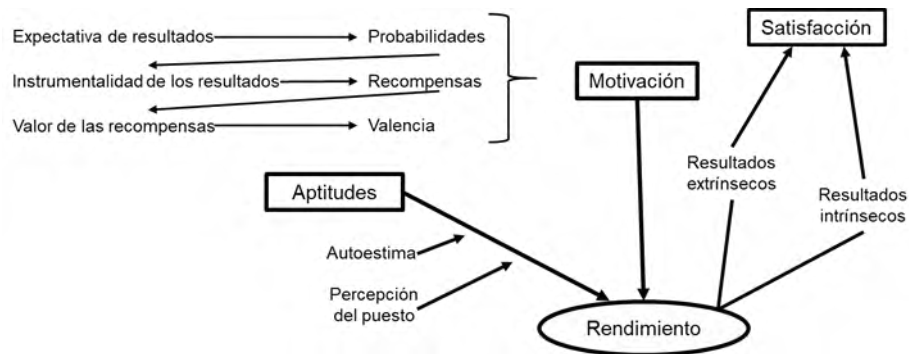


Imagen 2. Bases del modelo de expectativa de Vroom

Fuente: Elaboración propia a partir de Vélaz, 1996

-Las expectativas (E): se definen como el grado de convicción acerca de la posibilidad de que la relación entre el trabajo y el esfuerzo conduzca a un resultado determinado, es decir, son las creencias sobre la probabilidad de que un acto irá seguido de un determinado resultado. Este concepto sirve de puente de unión entre el esfuerzo por sobreponerse a la dificultad de la tarea y el rendimiento que se espera alcanzar: el trabajador confía en que el logro de los resultados proyectados se deriven ciertas consecuencias que le resultan atractivas (Vélaz, 1996 y Peña, 2015).

-Instrumentalidad (I): consiste en la relación entre los resultados obtenidos y las consecuencias que de ellos se siguen para el sujeto (Vélaz, 1996).

-Valor de las recompensas (V): se refiere al valor que la persona aporta a cierta actividad, el deseo o interés que tiene en realizarla. Este nivel de deseo es único para cada trabajador de una empresa y está altamente relacionado con el nivel de experiencia y el paso del tiempo (Naranjo, 2009).

Por consiguiente, la motivación de un trabajador para realizar una labor concreta será el producto de sus expectativas de alcanzar ciertos resultados, la instrumentalidad de esos resultados para el logro de determinadas recompensas y el valor que otorga a dichas recompensas: $\{Mt = f(E \cdot I \cdot V)\}$ (Vélaz, 1996).

De acuerdo a Chiavenato (2011) en este modelo la motivación es un proceso que gobierna opciones entre comportamientos, por lo que los individuos perciben las consecuencias de cada opción de comportamiento como resultados que representan un eslabón en una cadena entre medios y fines. De esta manera, cuando el individuo persigue un resultado

intermedio (productividad elevada, por ejemplo), busca los medios para alcanzar resultados finales (dinero, beneficios sociales, apoyo del supervisor, promoción o aceptación del grupo) (imagen 3).



Imagen 3. Bases del modelo de expectativa de Vroom
Fuente: Elaboración propia a partir de Chiavenato, 2011

- Teoría de la equidad (Adams, 1963)

La mayoría de los modelos motivacionales consideran al empleado como un individuo, prácticamente independiente de los demás, sin embargo, la organización es un sistema social, donde cada quien depende hasta cierto punto de los aportes de los demás (Davis y Newstrom, 2003). En este sentido, los trabajadores interactúan en sus tareas y en circunstancias sociales. Lo anterior deriva en que los funcionarios se están observando mutuamente, se comparan y se juzgan recíprocamente.

La Teoría de la equidad, trata de explicar la justicia distributiva, como la forma en que las personas perciben la distribución y la asignación de recompensas en la organización (Hernández y Morales, 2017). Valdés (2005, citado en Naranjo, 2009) indica que esta teoría de la motivación se enfoca en el criterio que se forma la persona en función de la recompensa que obtiene comparándola con las recompensas que reciben otras personas que realizan la misma tarea o hacen aportes semejantes.

Los empleados desean la equidad en el trato y la remuneración; si no la advierten padecen desarmonía interna, es decir, la falta de acuerdo entre lo que piensan que tendría que hacerse y lo que se hace (Fernández, 2001). En otras palabras, cuando un empleado detecta un estado de inequidad trata de que se haga justicia, si el empleado está recibiendo

lo mismo que los demás se siente satisfecho, realiza su trabajo con mayor calidad y se siente feliz en su lugar de trabajo. Pero si por el contrario el empleado percibe una sensación de injusticia no se desempeña de igual manera debido a la injusticia que él puede sentir hacia su persona. Se dice que estas comparaciones el empleado las realiza de forma inconsciente, ya que el hecho de sentirse tratado injustamente en comparación con otros elementos del grupo hace que la motivación disminuya o aumente (Adams, 1963).

Trechera (2005 citado en Naranjo, 2009) agrega que para establecer ese criterio la persona toma en cuenta dos tipos de elementos: los *inputs* y los *outputs*. Los primeros son las contribuciones que la persona aporta a la tarea a saber, formación, capacidad, experiencia, habilidad, nivel de esfuerzo, tareas realizadas. Mientras que los segundos son los resultados, las ventajas o beneficios que la persona obtiene por la actividad realizada. Cuando un empleado entiende que la proporción de sus *inputs* a sus *outputs* es similar a la de los otros empleados se da la equidad; en caso contrario, no sucede esto (Fernández, 2001).

De acuerdo con Adams (1963) cuando los empleados perciben una desigualdad tienden a tomar una o varias de las siguientes actitudes:

1. Cambian sus insumos (aportaciones), no invierten tanto esfuerzo.
2. Cambian sus resultados (los individuos a los que se les pagan a destajo producirán una mayor cantidad de unidades, pero con una calidad inferior).
3. Distorsionan su percepción de sí mismos (consideran que solían pensar que, aunque trabajaban moderadamente, ahora se dan cuenta de que trabajan más arduamente que los demás).
4. Distorsionan su percepción de los demás (piensan que en otros puestos no se hace nada o por el contrario no desea estar en el lugar de otros).
5. Escogen un punto diferente de referencia.
6. Se salen del campo de comparación (renuncian a su puesto).

Con base en lo anterior, esta teoría determina que si las personas consideran que tanto sus beneficios como sus aportaciones (*inputs/outputs*) son idénticas en comparación con los demás, entonces no habrá ninguna inequidad que reducir y habrá un equilibrio de equidad entre los empleados, por lo que su motivación no se verá afectada.

- Teoría de la fijación de metas (Locke, 1968)

La teoría de la fijación de metas predice que las personas realizarán todos los esfuerzos necesarios para conseguir sus objetivos y que el rendimiento laboral está en función de las metas trazadas. Según Locke y Henne (1986 citados en Spector, 2002) son varios los factores necesarios para que el establecimiento de metas resulte efectivo para mejorar el desempeño en el trabajo (ver tabla 9).

Tabla 9. Factores importantes del establecimiento de metas para mejorar el desempeño laboral.

Factores	Explicación
1. Aceptación de la meta por parte del empleado	Los empleados deben contraer un compromiso con sus metas, es decir, aceptar dicha meta.
2. Retroalimentación de los progresos realizados en consecución de las metas	La retroalimentación permite que las personas conozcan si sus comportamientos conducen o no a la consecución de metas; es difícil que las metas dirijan la conducta, a menos que la persona reciba retroalimentación.
3. Metas difíciles y desafiantes	Cuanto más difícil sea la meta trazada, tantas más posibilidades habrán de mejorar el rendimiento.
4. Metas específicas	Las metas específicas son más efectivas que los objetivos pocos definidos, debido a que permiten a la persona saber cuándo las han conseguido.

Fuente: Elaboración propia a partir de Locke y Henne, 1986 en Spector, 2002.

Locke reconoce el papel motivacional relacionado directamente con la intención de la persona por realizar una actividad en el trabajo, ya que actúa como estímulo interno. Las metas y los objetivos que tiene cada trabajador son determinantes para conocer el nivel de esfuerzo que éste empleará en su realización. Este modelo explica cuáles son las consecuencias sobre el desempeño de los objetivos. Cuanto más complejo sean los objetivos aceptados, mayor será el desempeño. Locke presupone que cada empleado necesita poseer unos determinados grados de conocimientos y habilidades para desempeñar correctamente las actividades y lograr los objetivos propuestos (Peña, 2015).

En la presente teoría existen moderadores de los efectos de la meta. De la misma manera que las características, se plantean sólo las más pertinentes. Los moderadores son: compromiso, retroalimentación, complejidad de la tarea y autoeficacia. Estos influyen de manera positiva o negativa el accionar de los empleados para alcanzar el objetivo. Puede que una meta posea todas las características necesarias, pero que la poca retroalimentación y la baja autoeficacia lleven a un bajo rendimiento. A continuación, se desarrollan cada uno de ellos:

-Compromiso: es el grado de involucramiento emocional e intelectual del empleado con la empresa y con los retos del negocio, ayuda a que las personas aporten más para cumplir un objetivo o durante más tiempo ya que sienten la obligación de hacerlo. El compromiso es más necesario cuando las metas son difíciles, ya que se necesita más esfuerzo y la posibilidad de éxito es menor (Padovan, 2020).

-Retroalimentación: recibe información acerca de su desempeño, este podrá saber si está haciendo lo correcto o no para alcanzar una meta. En el primer caso se continúa con la estrategia actual; en el segundo se aumenta el nivel de esfuerzo o se cambia la estrategia para aumentar el rendimiento (Padovan, 2020).

-Complejidad de la tarea: atañe al tipo y cantidad de habilidades necesarias para desempeñar una actividad y/o trabajo, la complejidad afecta el uso de las habilidades adquiridas previamente y las rutinas establecidas durante el aprendizaje, ya que se requiere tiempo para lograr encontrar nuevas rutinas necesarias para el éxito. Las metas para tareas complejas demandan al empleado estrategias más específicas y complejas. Por otro lado, las metas difíciles logran mejores resultados en tareas simples en comparación con las complejas. Esto se debe a que las metas se enfocan en los resultados y no en buscar y adquirir conocimiento para elaborar estrategias eficaces (Padovan, 2020).

-Autoeficacia: es la creencia de un individuo sobre sí sus capacidades, habilidades y experiencias le permiten lograr un objetivo es la creencia de un individuo sobre sí sus capacidades, habilidades y experiencias le permiten lograr un objetivo (Padovan, 2020).

La teoría de metas plantea una forma simple y clara de aumentar el rendimiento organizacional. Difiere de otras teorías al centrarse en la forma más que en el fondo. No importa qué necesitan o desean las personas sino la forma de plantear lo que pretende la organización de ellos. Los objetivos específicos, desafiantes, aceptados y con un lapso de tiempo determinado logran mejorar el rendimiento de los trabajadores siempre y cuando exista retroalimentación adecuada, compromiso con la meta, complejidad acorde con la dificultad de la meta y un nivel de autoeficacia aceptable (Padovan, 2020).

En resumen, la teoría de la fijación de metas de Edwin Locke, analiza el efecto que la especificación de objetivos, los desafíos y la retroalimentación producen en el desempeño de las personas, considerando que los trabajadores poseen metas conscientes, y éstas indican a la persona qué debe hacer y cuánto esfuerzo tendrá que invertir para lograrlo (Hernández y Morales, 2017).

- Teoría de la atribución (Heider, 1958)

Heider propuso que las personas realizan atribuciones de causalidad que tienen efectos sobre las emociones, el pensamiento, la motivación, el comportamiento y la autoestima. En esta teoría las emociones se consideran el resultado de atribuciones causales que inciden sobre las expectativas de éxito y, por ende, en la motivación que activa el comportamiento. De este modo, las expectativas altas facilitan la motivación y las bajas la desmotivación (Bisquerra, 2000).

De acuerdo con este modelo, la orientación de la conducta se da principalmente por tener en cuenta tres tipos de factores de influencia: esfuerzo y capacidad que se interpretan a partir de los comportamientos de los sujetos y el tercer componente que sería los factores de influencia provenientes del entorno, la función anterior quedará representada del siguiente modo: $X = f(\text{esfuerzo, capacidad, entorno})$ (García, 2006).

Las variables de esta fórmula, obedecen a lo que Heider denomina como fuerzas internas y fuerzas externas, las llamadas internas las nombró como disposiciones que pueden ser las capacidades y las motivaciones, las externas las catalogó como factores situacionales como, por ejemplo, la suerte y la dificultad de la tarea (imagen 4) (Torres, 2019).

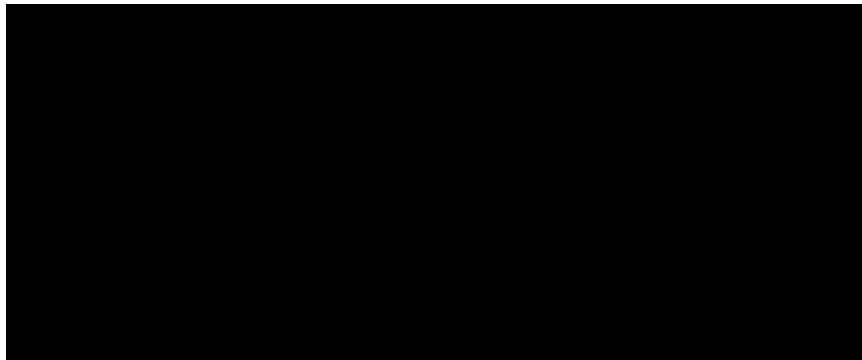


Imagen 4. Modelo de Heider

Fuente: Elaboración propia a partir de Iglesias, 2011 en Torres, 2019

Para Heider es importante que el sujeto se haga cargo de sus actos y distingue entre la atribución de causalidad y la atribución de responsabilidad. Sabemos quién ha sido el actor de un acontecimiento si lo observamos, pero lo que no sabemos es hasta qué punto esa persona es responsable de lo ocurrido o si, por el contrario, ha sido un accidente (Gaviria, Cuadrado y López, 2009).

Teorías de contenido.

De acuerdo con Vélaz (1996) las teorías de contenido son aquellas que destacan por su análisis de las necesidades y los motivos que mueven las acciones. Casi cada una elabora su propia taxonomía de necesidades, que además sirve de elemento distintivo. Gracias a la sencillez de su planteamiento son las más conocidas y pueden agruparse en dos categorías, según los tipos de motivos que consideran:

-Motivos extrínsecos: aquellos resultados que los individuos obtienen a cambio de su esfuerzo. Se trata de recompensas externas, no siempre materiales, que se reciben como pago por el trabajo realizado, pero que no se derivan directamente del contenido de éste. Normalmente se traducen en incentivos económicos que se vinculan artificialmente al desempeño individual.

-Motivos intrínsecos: aquellos resultados que dependen directamente del contenido del trabajo y de las preferencias y percepciones del que lo realiza. Estos motivos escapan a un control directo por parte de la empresa, puesto que están muy vinculados a las disposiciones y personalidad de cada individuo.

En otras palabras, las teorías de contenido intentan realizar un análisis sobre qué impulsa a las personas hacia un comportamiento determinado, centrándose en el contenido y la dirección de la conducta, buscando identificar cuáles son las variables que influyen en dicha conducta (Fernández, 2001).

- Teoría de la Motivación Humana (Maslow, 1943)

Maslow (1943) señala que las personas se encuentran motivadas por cinco tipos de necesidades: fisiológicas (alimento, agua y abrigo), de seguridad (protección, orden y estabilidad), sociales (afecto, amistad y sentido de pertenencia), autoestima (prestigio, status y autoestima) y autorrealización (autosatisfacción). Estas necesidades humanas están ordenadas según una jerarquía, donde unas son prioritarias y solo cuando estas están cubiertas, se puede ascender a necesidades de orden superior (Santrock, 2002).

Dicha jerarquía se representa con una pirámide (ver imagen 5), en la base se encuentran las necesidades más bajas y recurrentes (las llamadas necesidades primarias), mientras que en la cúspide están las más elaboradas e intelectuales (necesidades secundarias).

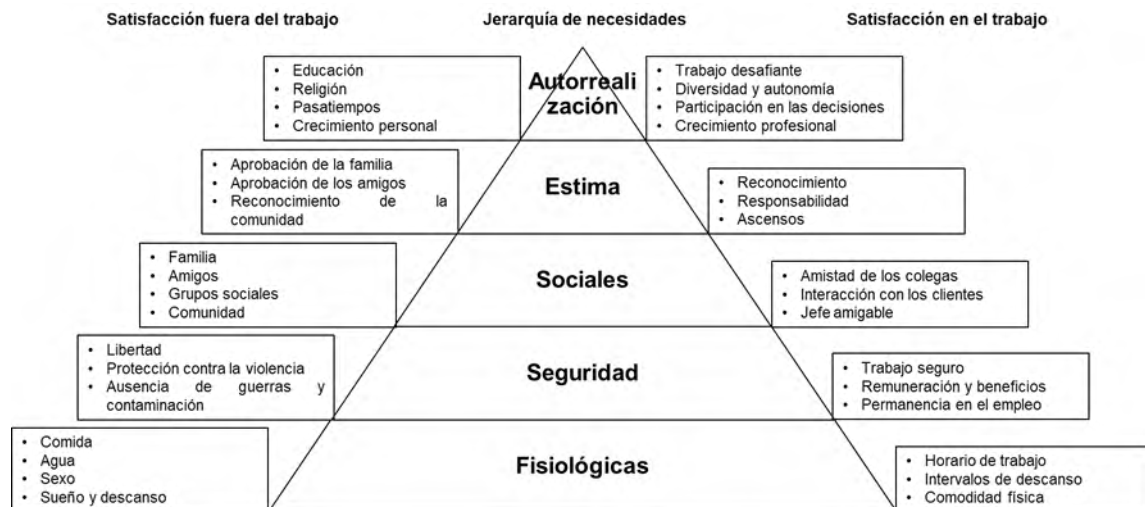


Imagen 5. Jerarquía de las necesidades humanas de Maslow.

Fuente: Elaboración propia a partir de Chiavenato, 2002

-Necesidades fisiológicas: se relacionan con el ser humano como ser biológico, puesto que fundamentan la vida y permiten la supervivencia del cuerpo humano. Las personas necesitan satisfacer unos mínimos vitales para poder funcionar, entre ellos: alimento, agua, abrigo, descanso y sexo (Naranjo, 2009 y Chiavenato, 2011).

-Necesidades de seguridad: constituyen el segundo nivel en las necesidades humanas. Llevan a las personas a protegerse de cualquier peligro real o imaginario, físico o abstracto, de lograr estabilidad, organizar y estructurar el entorno; es decir, de asegurar la sobrevivencia (Naranjo, 2009).

-Necesidades sociales: surgen de la vida social del individuo con otras personas. Son las necesidades de asociación, participación, aceptación por parte de sus compañeros, intercambio de amistad, afecto y amor. Aparecen en la conducta cuando las necesidades más bajas (fisiológicas y de seguridad) se encuentran relativamente resueltas (Chiavenato, 2011).

-Necesidades de estima: son las necesidades relacionadas con la manera como la persona se ve y valora, es decir, con la autovaloración y la autoestima, la confianza en sí mismo, la necesidad de aprobación y reconocimiento social, el estatus, la reputación y el orgullo personal (Chiavenato, 2011).

-Necesidades de autorrealización: se les conocen también como necesidades de crecimiento, de realización del propio potencial, de realizar lo que a la persona le agrada y

poder lograrlo. Entre estas pueden citarse la autonomía, la independencia y el autocontrol (Valdés, 2005).

Uno de los aspectos más importantes que se deriva de esta teoría, y que se ha demostrado posteriormente, es que una vez satisfechas unas determinadas necesidades, éstas dejan de funcionar como elementos motivadores. De esta conclusión, se deriva que para motivar a los trabajadores de una organización en la ejecución de sus tareas es necesario permitirles satisfacer en primer lugar sus necesidades básicas no satisfechas (Peña, 2015).

- Teoría Existencia-Relación-Crecimiento (ERC, Alderfer, 1978)

La teoría de existencia, relaciones y crecimiento de Clayton Alderfer representó una tentativa de subsanar algunas de las deficiencias de la jerarquía de necesidades de Maslow (Spector, 2002).

Alderfer reduce las cinco necesidades planteadas por Maslow a tres (ver imagen 6). Estas tres necesidades son:

-Existencia: son aquellas necesidades básicas y materiales que se satisfacen mediante factores externos y corresponden a las necesidades fisiológicas y de seguridad (Naranjo, 2009).

-Relación: requieren para su satisfacción de las relaciones interpersonales y de la pertenencia a un grupo. Se refieren a las necesidades sociales y de aceptación (Naranjo, 2009).

-Crecimiento: son las necesidades de desarrollo personal. Se satisfacen cuando la persona logra objetivos importantes para su proyecto vital, e incluyen el reconocimiento, la autoestima y la autorrealización (Naranjo, 2009).

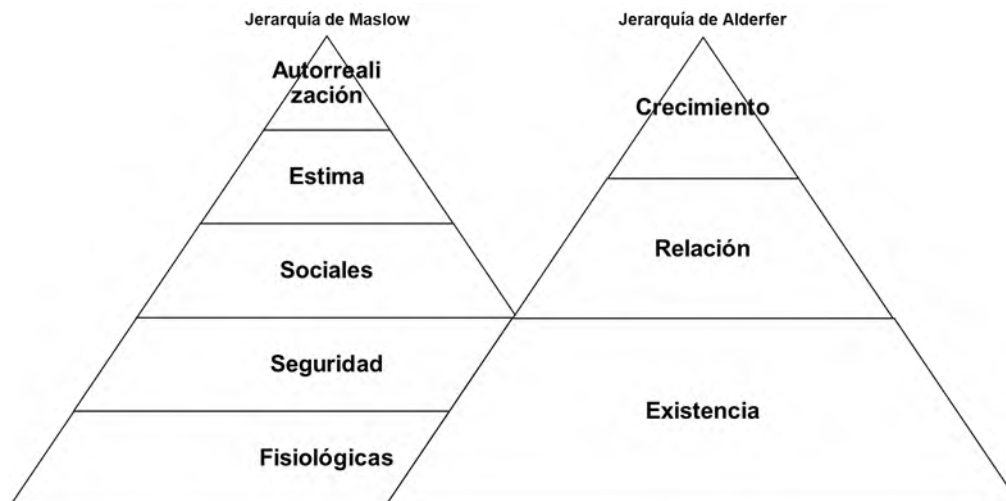


Imagen 6. Jerarquía de las necesidades Maslow y Alderfer.
Fuente: Elaboración propia a partir de Peña, 2015

La teoría de la jerarquía de Alderfer, advierte la existencia de múltiples necesidades de los individuos, en la que no necesariamente las personas van satisfaciendo sus necesidades en función jerárquica, sino que pueden avanzar o devolverse con la finalidad de alcanzar sus objetivos, de manera que no es imprescindible que se hayan satisfecho de forma completa las necesidades de nivel inferior para que éstas ejerzan como un estímulo motivador (Peña, 2015 y Hernández y Morales, 2017).

- Teoría de las necesidades (McClelland, 1961)

McClelland (1961) señala que la motivación de las personas parte de tres necesidades: de logro, afiliación y poder, las cuales son motivaciones sociales, ya que se aprenden de una manera no consciente, como producto de enfrentarse activamente al medio. Dado esto, su importancia radica en que predisponen a las personas a comportarse en formas que afectan de manera crítica el desempeño en muchos trabajos y tareas (Naranjo, 2009).

–La necesidad de logro: Es el impulso de sobresalir, de tener éxito. Lleva a los individuos a imponerse a ellos mismos metas elevadas que alcanzar. Estas personas tienen una gran necesidad de desarrollar actividades, pero muy poca de afiliarse con otras personas. Las personas movidas por este motivo tienen deseo de la excelencia, apuestan por el trabajo bien realizado, aceptan responsabilidades y necesitan feedback constante sobre su actuación.

–La necesidad de poder: Es la necesidad de influir y controlar a otras personas y grupos, y obtener reconocimiento por parte de ellas. Las personas motivadas por este motivo les

gusta que se las considere importantes, y desean adquirir progresivamente prestigio y status. Habitualmente luchan porque predominen sus ideas y suelen tener una mentalidad “política”.

–La necesidad de afiliación: Es el deseo de tener relaciones interpersonales amistosas y cercanas, formar parte de un grupo, etc., les gusta ser habitualmente populares, el contacto con los demás, no se sienten cómodos con el trabajo individual y le agrada trabajar en grupo y ayudar a otra forma gente.

Debido a lo anterior, las personas con una alta necesidad de logro, buscan distinguirse por hacer bien las cosas y disfrutan de situaciones en las que pueden tomar responsabilidades. Asimismo, las personas que tienen una alta necesidad de poder, buscan controlar a los demás y que se haga lo que ellas desean. Por su parte, las personas con una alta necesidad de afiliación tienden a interesarse y a pensar con frecuencia acerca de la calidad de sus relaciones personales (Santrock, 2002).

Esta teoría desarrollada por McClelland admite que en las organizaciones se debe tratar de manera diferente y personal a los trabajadores dependiendo de la tendencia de cada uno, de esta manera se cubrirán las necesidades particulares en función de sus deseos o metas, aumentando la motivación de los empleados (Peña, 2015).

- Teoría X y Y (McGregor, 1960)

La noción de Douglas McGregor sobre la motivación está basada en los trabajos hechos por Maslow, sin embargo, McGregor (1960), propuso que la administración establece dos tipos de suposiciones sobre las personas, a las cuales denomina: Teoría X y Teoría Y. Cada uno de estos dos modelos enuncia una serie de características que distinguen los diferentes estilos de dirección y trabajo existentes.

-Teoría X

McGregor en dicha teoría asume que los individuos tienen tendencia natural al ocio y que el trabajo es una forma de castigo, lo cual presenta dos necesidades urgentes para la organización: la supervisión y la motivación (López, 2001). De acuerdo con Chiavenato (2011) las premisas de la teoría X son:

1. A los seres humanos no les gusta el trabajo y siempre que pueden lo evitan.

2. Todas las organizaciones tienen objetivos. Las personas que trabajan en las organizaciones tienen que ser obligadas, controladas y hasta amenazadas con sanciones para que orienten sus esfuerzos hacia el logro de esos objetivos.
3. En general, las personas prefieren ser dirigidas que dirigir.
4. Las personas evitan las responsabilidades.
5. Las personas promedio tienen pocas ambiciones.
6. Las personas se preocupan, sobre todo, por la seguridad y el bienestar propios.

En base a lo anterior, el comportamiento no es una consecuencia de la naturaleza del hombre, más bien es una consecuencia de la naturaleza de las organizaciones industriales, de su filosofía, política y gestión (McGregor, 1960 en López, 2001).

De acuerdo con la teoría X, los gerentes creen que a los empleados les disgusta de modo inherente el trabajo, por lo que deben ser dirigidos, incluso forzarlos, a realizarlo. En contraste con estos puntos de vista negativos sobre la naturaleza de los seres humanos, con la teoría Y los gerentes suponen que los empleados llegan a considerar el trabajo algo tan natural como el descanso o el juego, por lo que la persona promedio aprenderá a aceptar, e incluso buscar, la responsabilidad (Gómez, 2017).

-Teoría Y

La teoría Y plantea que las necesidades de orden superior dominan a los individuos.

Los directivos de la teoría Y consideran que sus subordinados encuentran en su empleo una fuente de satisfacción y que se esforzarán siempre por lograr los mejores resultados para la organización, siendo así, las empresas deben liberar las aptitudes de sus trabajadores en favor de dichos resultados (López, 2001).

De acuerdo con Chiavenato (2002) los supuestos que fundamentan la Teoría Y son:

1. El trabajo puede ser una fuente de satisfacción o de sufrimiento, de acuerdo con las condiciones.
2. El control externo y las amenazas con sanciones no son los únicos medios para estimular y dirigir los esfuerzos. Las personas pueden tener autocontrol y tomar la dirección de sí mismas en cuanto estén convencidas y se sientan comprometidas.
3. Las recompensas por el trabajo están relacionadas con los compromisos asumidos.
4. Las personas pueden aprender a aceptar y asumir responsabilidades.

5. La imaginación, la creatividad y el ingenio se encuentran con facilidad en las personas.
6. El potencial intelectual del ser humano promedio está aún lejos de ser utilizado en su totalidad.

McGregor llegó a pensar que los supuestos de la teoría Y eran más válidos que los de la X. Por tanto, propuso ideas como la toma de decisiones participativa, trabajos responsables que plantearan retos y buenas relaciones grupales, como enfoques que maximizarían la motivación de un empleado en su trabajo. Desafortunadamente no existe ninguna evidencia que confirme la validez de alguno de los conjuntos de suposiciones, o que al aceptar las de la teoría Y, y modificar las acciones propias en concordancia se logrará que haya trabajadores más motivados (Robbins y Juge, 2009 citados en Gómez, 2017).

- Teoría de los dos factores de Herzberg (1959)

Herzberg (1959) señala que la motivación se origina en la naturaleza del trabajo mismo, no en las recompensas externas o en las condiciones del puesto, es decir, centra su atención en el trabajo en sí mismo como fuente principal de satisfacción. Esta teoría subrayó la importancia de las características del puesto y las prácticas organizacionales (Robbins et al, 2005). Herzberg consideraba que el trabajo es la actividad más importante del individuo (Batista et al, 2010). De acuerdo a esto, concluyó que la satisfacción laboral y la insatisfacción laboral son producto de dos tipos de experiencias distintas (modelo de dos factores), es decir, Herzberg estableció que los factores que generan insatisfacción en los trabajadores son de naturaleza totalmente diferente a la de los factores que producen satisfacción (Brunstein et al, 2007).

Herzberg basó gran parte de su estudio de los factores, planteando de antemano que la eliminación de fuentes de sufrimiento, no generan placer, como se venía pensando, que el placer y el sufrimiento eran puntos encontrados. Por un lado, los factores que generan satisfacción se conocen como intrínsecos, motivadores o satisfactores, por otro lado, los factores que producen insatisfacción se consideran como extrínsecos, de higiene, insatisfactores o de apoyo (Bonillo y Nieto, 2002).

De acuerdo a Herzberg, los factores extrínsecos se relacionan con el contexto laboral (relaciones con el supervisor, las condiciones de trabajo, la administración de la empresa, el reconocimiento, los beneficios y los servicios sociales), es decir, los que se pueden relacionar con sentimientos negativos o de insatisfacción (Hernández y Morales, 2017).

Herzberg denominó a estos factores de higiene, porque actuaban de manera análoga a los principios de la higiene médica: eliminando o previniendo los peligros a la salud. Cuando dichos factores no están presentes o se aplican incorrectamente no permiten que el empleado logre satisfacción, sin embargo, cuando están presentes no originan en los empleados una fuerte motivación, sino que sólo contribuyen a disminuir o a eliminar la insatisfacción (Manso, 2002).

Por otra parte, los factores intrínsecos o motivacionales se relacionan con el contenido del trabajo (el trabajo en sí mismo, la responsabilidad, el reconocimiento, la realización, el progreso profesional y la responsabilidad) los que se pueden asociar con experiencias satisfactorias de los empleados, y en los que se atribuía condiciones internas del puesto. Herzberg sostuvo que si estos factores están presentes en el puesto de trabajo contribuyen a provocar en el empleado un elevado nivel de motivación, estimulándolo así a un desempeño superior (Manso, 2002) (ver tabla 10).

Tabla 10. Variables de la teoría de Herzberg.

Factores motivacionales (De satisfacción)	Factores higiénicos (De insatisfacción)
Contenido del cargo (Cómo se siente el individuo en relación con su cargo) <ol style="list-style-type: none"> 1. El trabajo 2. La realización 3. El reconocimiento 4. El progreso profesional 5. La responsabilidad 	Contexto del cargo (Cómo se siente el individuo en relación con su empresa) <ol style="list-style-type: none"> 1. Las condiciones de trabajo 2. La administración de la empresa 3. El Salario 4. Las relaciones con el supervisor 5. Los beneficios y servicios sociales

Fuente: Elaboración propia a partir de Chiavenato, 1989.

Dado esto, se puede argumentar que cuando las personas hablan de sentirse bien o satisfechas, hacen referencia a los factores intrínsecos, los cuales se relacionan con la satisfacción laboral cuando están presentes, pero no con la insatisfacción cuando están ausentes. Considerando esta situación, cuando los empleados hablan de sentirse insatisfechos con el trabajo se refieren a los factores externos del mismo (aunque relacionados), los cuales se asocian con la insatisfacción laboral cuando están ausentes, pero no con la satisfacción cuando están presentes.

Con base a lo anterior, Herzberg establece uno de los principios más importante en el campo de la motivación laboral: la satisfacción y la insatisfacción son conceptos distintos e

independientes, no los extremos opuestos de un mismo continuo (Fernández, 2001) (ver imagen 7).

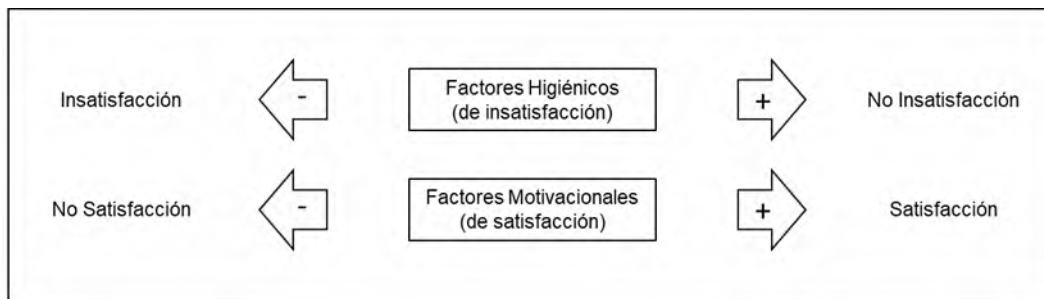


Imagen 7. Factores higiénicos y de motivación.

Fuente: Elaboración propia a partir de Chiavenato, 2002.

Lo cual significa que los factores de higiene no producen ninguna satisfacción, pero pueden generar insatisfacción, caso contrario de los factores motivadores dan origen a satisfacciones y, en el peor de los casos, no crean insatisfacción. La imagen 8 grafica este importante principio.

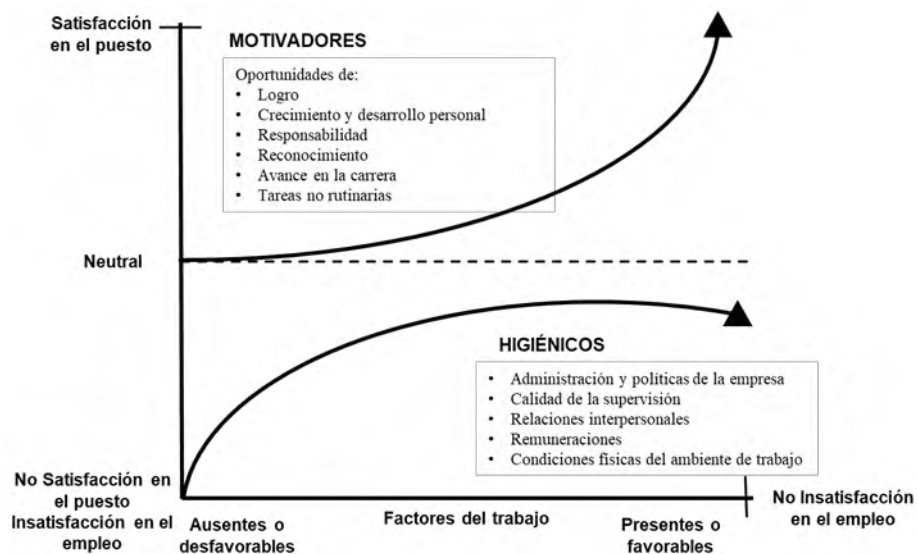


Imagen 8. Teoría Motivación-Higiene de Herzberg.

Fuente: Elaboración propia a partir de Manso, 2002.

La secuela más importante de la teoría de la motivación-higiene fue permitirle a Herzberg presentar al mundo empresarial dos revolucionarias ideas. La primera de ellas, que, siendo la satisfacción y la insatisfacción laboral dos dimensiones distintas e independientes, las estrategias motivacionales que se habían venido empleando, tales como mejorar las relaciones humanas, aumentar los incentivos salariales, y establecer condiciones

adecuadas de trabajo, eran incorrectas; tales elementos no generan una mayor motivación, cuando mucho sólo actúan previniendo o eliminando la insatisfacción. La segunda idea fue sostener que el solo aumento de los salarios, sin que la gerencia se preocupara de las condiciones en que se realizan las tareas, no sirve para motivar. De acuerdo con Herzberg, en la medida en que el dinero se convierte en un factor estándar en el trabajo, pierde inmediatamente su capacidad motivadora, pudiendo engendrar una peligrosa semilla entre los empleados: incentivarlos a abrigar más altas expectativas respecto del período venidero de reajustes salariales (Manso, 2002).

Finalmente, Herzberg publicó en 1966 "Work and the Nature of Man" donde plantea su propia concepción acerca de la vida, la naturaleza del ser humano y el papel que el trabajo juega en el desarrollo y el crecimiento espiritual del ser humano. En dicho trabajo, reconoce que la motivación es un tema elusivo en virtud de las múltiples diferencias que existen entre las personas acerca del trabajo y del valor que a éste le asignan en sus vidas. En este sentido, de acuerdo con Herzberg existirían dos tipos de individuos. Aquéllos que denomina Hombre-Adán, que sólo buscan evitar el dolor y, primordialmente, satisfacer sus instintos básicos: alimentación, abrigo y seguridad (todos estos, factores de higiene). Por el contrario, existen otros individuos, a los que denomina Hombre-Abraham, para los cuales el trabajo es la principal fuente a partir de la cual satisfacen sus necesidades de crecimiento personal y de trascendencia en la vida. Sobre la base de tales consideraciones, Herzberg insinuó en dicho libro que el enriquecimiento del trabajo debe ser preocupación principal de la gerencia, si lo que ésta busca es una mayor motivación en sus empleados. En otras palabras, los puestos de trabajo deben incluir, además de los factores de higiene, todos aquellos factores motivadores que le permitan al empleado, Hombre-Abraham, satisfacer sus necesidades de crecimiento personal.

En resumen, la teoría de los dos factores de Herzberg se orienta hacia la búsqueda de los factores que causan la satisfacción-insatisfacción en el trabajo y sus repercusiones en el nivel de ejecución y las actitudes de las personas, es decir, busca explicar la conducta de las personas en situación de trabajo. De igual manera, la teoría de Herzberg ha servido para perfeccionar el diseño de los puestos de trabajo y es el primer paso hacia los programas de enriquecimiento del trabajo lo que contribuyó a que los profesionales dirigieran su atención al importante problema de proporcionar un trabajo significativo a las personas, lo cual se traduce en el enriquecimiento del empleo (Fernández, 2001 y Spector, 2002).

Comparación de las teorías de la motivación con la teoría de Herzberg

Como ya se ha mencionado, dentro de las teorías de la motivación se ubican las teorías de contenido que son las que estudian y consideran aspectos que pueden motivar a las personas, es decir, buscan conocer el porqué de la motivación. Así como las teorías de proceso, las cuales estudian y tienen en cuenta el proceso de pensamiento por el cual las personas se motivan.

La importancia de abordar la motivación desde el punto de vista de las teorías del contenido radica en que actualmente en el mundo laboral se reconocen las necesidades de los colaboradores, como un fenómeno fundamental que le permitirá al negocio (a medida que las identifique), aumentar su productividad, su competitividad y su posicionamiento. De lo anterior, radica la importancia de describir el porqué de las acciones de los colaboradores, como un eje fundamental en las organizaciones, ya que los líderes buscan soluciones a sus problemas de productividad, al colocar a los individuos como centro de su gestión, el conocer sus necesidades y generarles un ambiente laboral en el cual estos se sientan cómodos y desarrollen las habilidades de relaciones con los demás, un espacio donde se les brinde la oportunidad de ser influyentes e importantes en procesos de toma de decisiones, tener un buen puesto de trabajo, conseguir sus metas y logros, o tal vez alcanzar el poder o dominio de personas y / o recursos; son ejes centrales de intervención para una empresa.

La tabla 11 resume las teorías del contenido de la motivación de Maslow, Alderfer, McClelland y Herzberg. Hersey et al(2008) llegaron a las siguientes conclusiones:

1. *La gente busca seguridad.* Hay ciertas necesidades “inseguras” que son fundamentales en la existencia de la gente. Si no se toman en cuenta, las personas pondrán su atención principal en el desempeño laboral.
2. *La gente busca sistemas sociales.* Sea que se llame a esta necesidad de relación, de afiliación, de relaciones personales o de pertenencia, no se puede pasar por alto la cuestión de la sociabilidad en las organizaciones eficaces.
3. *La gente busca el crecimiento personal.* No importa si se denomina autorrealización, progreso, crecimiento o necesidad de logros, “lo que hay para mí” es una necesidad poderosa. No es posible ignorar el aspecto desarrollo en las organizaciones eficaces.

Tabla 11. Comparación de cuatro teorías de la motivación.

Maslow	Alderfer	Herzberg	McClelland
Autorrealización	Crecimiento	Factores Motivacionales	Necesidad de logro
Estima			Necesidad de poder
Social	Relación	Factores de Higiene	Necesidad de afiliación
Seguridad	Existencia		
Fisiológicas			

Fuente: Elaboración propia a partir de Hersey et al, 2008.

La teoría de Maslow ha recibido mucho reconocimiento, debido a su lógica intuitiva y su facilidad de comprensión. Cuando se planteó por primera vez, demostró ser una alternativa convincente a las teorías conductistas que consideraban que tan solo las necesidades fisiológicas y de seguridad eran importantes. Por desgracia, las investigaciones no le dan validez debido a que Maslow no ofreció una base empírica y varios estudios realizados para validarla (Robbins y Judge, 2009).

Por su parte, la teoría de McClelland es la que tiene el mayor apoyo de las investigaciones. Por desgracia, tiene menos efecto práctico que las otras, debido a que McClelland plantea que las tres necesidades son inconscientes (lo cual significa se pueden tener en un alto nivel sin saberlo) y no es fácil medirlas. El método más usado consiste en que un experto capacitado muestre imágenes a los sujetos y les pida que cuenten una historia sobre cada una de ellas para, luego, asignar puntuaciones a sus respuestas en términos de las tres necesidades. Sin embargo, este proceso toma tiempo y resulta costoso, y son pocas las organizaciones que han estado dispuestas a invertir los recursos necesarios para medir el concepto de McClelland (Robbins y Judge, 2009), lo mismo pasa con la teoría de Alderfer.

En resumen, la teoría de las necesidades de Maslow (de quien deriva la teoría de Existencia-Relación-Crecimiento de Alderfer y la teoría de las necesidades de McClelland) es importante porque permite identificar las necesidades de los trabajadores. La teoría de Herzberg, identifica las metas y los incentivos que satisfacen dichas necesidades.

En otras palabras, mientras Maslow (1943), Alderfer (1978) y McClelland (1961) sustentan sus teorías de la motivación en las diversas necesidades humanas (en un enfoque orientado hacia el interior de la persona), Frederick Herzberg (1959) basa su teoría en el

ambiente externo y en el trabajo del individuo (enfoque orientado hacia el exterior), es decir, mientras que las teorías de Maslow, Alderfer y McClelland son útiles para identificar necesidades o motivos, la de Herzberg aclara las metas y los incentivos que tienden a satisfacer esas necesidades (ver imagen 9). De manera que, en una situación de motivación, si se sabe qué metas se quieren alcanzar, se puede predecir cuáles son las necesidades más fuertes (Hersey et al, 2008).

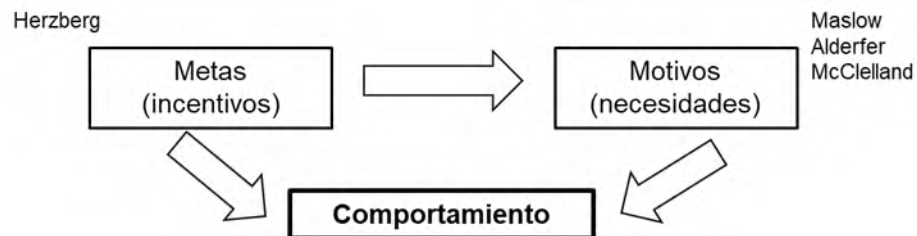


Imagen 9. Situación motivacional de acuerdo a las teorías de Maslow, Alderfer, McClelland y Herzberg.

Fuente: Elaboración propia a partir de Hersey et al, 2008.

La motivación del sector informal y su relación con la teoría de Herzberg

Salazar (2003) menciona que el tipo de organización utilizada por los comerciantes informales para suplir sus carencias va más allá de que se trate solo de un trabajo familiar; sino que éste constituye la continuación de una cultura familiar, de un modo de relacionarse con otras personas. Este espacio público permite desarrollar identidad y vínculos, además de conformar, para muchos, una salida de la condición de pobreza. Por otra parte, la informalidad es mantenida también gracias al objetivo de los trabajadores de salir de la pobreza o auto-emplearse (De Souza y Bustos, 2017).

La cuestión del comercio informal es muy compleja y muestra apenas la punta del iceberg de una problemática mucho más profunda, fundada a partir de las estrategias de acumulación de capital y de la reorganización de la fuerza de trabajo, cuya raíz social está asociada a nuevas formas de trabajo y sus modalidades representan una variable de este mercado, por lo que conocer la motivación de las personas a la incursión de este sector puede deberse a diversos factores.

Diversas investigaciones coinciden en citar que la edad, el género, el estado civil y el ingreso son causas de la informalidad, sin embargo, Castells (1989), Harris y Todaro (1970) señalan, como los motivos prioritarios, las rigideces que se generan en el mercado laboral;

aspectos como la carencia de tecnología y el bajo nivel educativo motivan su fragmentación y crean uno dual (Robles y Martínez, 2018).

Hernández (2009) menciona que el comercio informal es producto del proceso recesivo económico, determinante de la escasa creación de puestos de trabajo con salario digno. Asimismo, la CANACO (1988 citado en Medrano, 2013) menciona que el gobierno mexicano supone que la existencia del comercio informal debe su origen como actividad a la necesidad de fungir como intermediario entre los productores de artículos de primera necesidad y los consumidores localizados en las áreas marginadas y, debido a su condición socioeconómica, difícilmente tienen acceso a establecimientos formales de comercio para poder abastecerse de dichos productos.

Como se mencionó en el apartado de la teoría de la motivación de Herzberg (1959), existen dos tipos de factores que motivan a las personas en sus áreas de trabajo. Los factores de higiene se relacionan con sentimientos negativos o de insatisfacción, debido al contexto del puesto. Por su parte, los factores motivacionales se asocian con experiencias satisfactorias de los empleados, y en los que se atribúan a condiciones internas del puesto (Correa, 2012).

Ahora bien, centrándose en el comercio ambulante, de acuerdo a la teoría de los dos factores de Herzberg, los factores higiénicos o extrínsecos tienen relación con el contexto laboral (condiciones de trabajo, administración del negocio, relaciones con el supervisor – municipio, dueños del negocio, líderes de organizaciones y asociaciones- y beneficios) y que se pueden relacionar con sentimientos negativos o de insatisfacción, (Hernández et al, 2017). Cuando dichos factores higiénicos no están presentes o se aplican incorrectamente no permiten que el empleado logre satisfacción, y aun cuando se encuentran presentes éstos no originan en los empleados una motivación, sino que sólo contribuyen a disminuir o a eliminar la insatisfacción (Manso, 2002).

En cuanto a los factores intrínsecos o motivacionales, estos se relacionan con el contenido del trabajo (el trabajo en sí mismo, la responsabilidad, el reconocimiento, la realización, el progreso profesional y la responsabilidad) asociándose de esta manera con experiencias satisfactorias de los comerciantes ambulantes y atribuyéndose a condiciones internas del puesto. Herzberg determinó que si estos factores se encuentran presentes en el puesto de trabajo pueden contribuir a provocar un elevado nivel de motivación en el empleado, estimulándolo así a un desempeño superior (Manso, 2002) (ver tabla 12).

Tabla 12. Escalas de la teoría de Herzberg en el comercio informal.

Factores motivacionales (De satisfacción)	Factores higiénicos (De insatisfacción)
Contenido del cargo (Como se siente el individuo en relación con su cargo)	Contexto del cargo (Como se siente el individuo en relación con su negocio)
1. El trabajo: -El interés que despierta en el vendedor ambulante. -La variedad de la tarea.	1. Las condiciones de trabajo: -El horario laboral. -Las instalaciones.
2. La realización: -Toma de decisiones (Ej.: cambio de precios, promociones u ofertas). -Inteligencia en la capacidad de adaptarse a situaciones nuevas y nuevos hábitos (Ej.: restricciones de los supervisores, cambios climáticos).	2. La administración del negocio: -Comportamiento de las personas. -Formas en las que se divide el trabajo. -Planeación y organización de las actividades que realiza el vendedor ambulante.
3. El reconocimiento: -Satisfacción del vendedor ambulante de su productividad y su rendimiento en el negocio.	3. Las relaciones con el supervisor: -Ambiente que lo rodea. -Comunicación.
4. El progreso profesional: -Ascenso o mejoramiento de la posición dentro del negocio.	4. Los beneficios y servicios sociales: -El salario básico. -Los incentivos económicos. -Las vacaciones. -Reducción de impuestos.
5. La responsabilidad: -Compromiso que se asume para laborar adecuadamente dentro del negocio.	

Fuente: Elaboración propia.

Herzberg establece que la satisfacción y la insatisfacción son conceptos distintos e independientes, no los extremos opuestos de un mismo continuo (Fernández, 2001) (ver imagen 10).

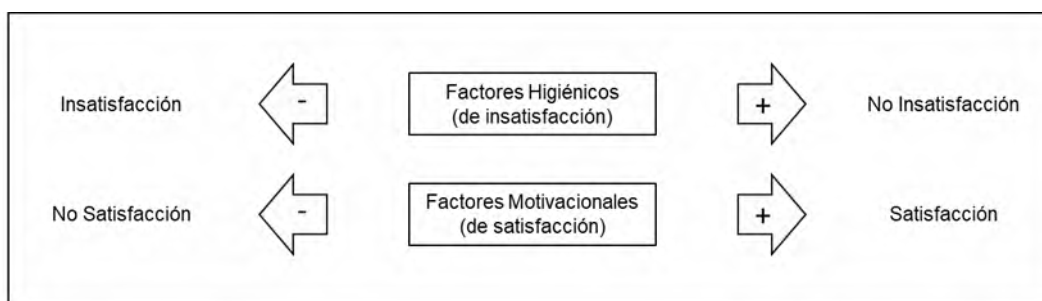


Imagen 10. Factores higiénicos y de motivación.

Fuente: Elaboración propia a partir de Chiavenato, 2002.

Dicho principio de Herzberg es uno de los más importantes en el campo de la motivación laboral, en el caso de los vendedores ambulantes, los factores de higiene no producen ninguna satisfacción, pero pueden generar insatisfacción, caso contrario de los factores motivadores, los cuales dan origen a satisfacciones y, en el peor de los casos, no crean insatisfacción. La imagen 11 grafica este importante principio dentro de la presente investigación.



Imagen 11. *Teoría de Herzberg en el comercio informal.*
Fuente: Elaboración propia

Ubicando al sector informal como protagonista del proceso motivacional y con base a lo anteriormente mencionado, se argumenta que cuando los comerciantes informales hablan de sentirse bien o satisfechos hacen referencia a los factores motivacionales puesto que se relacionan con la satisfacción laboral (interés por el trabajo, progreso profesional, compromiso con el trabajo, reconocimiento de su trabajo). Mientras que cuando hablan de sentirse insatisfechos con su trabajo se refieren a los factores externos del mismo (disminución de los costos por impuestos y tasas, formas de administración de actividades, salario, relaciones con el supervisor, condiciones del trabajo), asociándolos con la insatisfacción laboral cuando estos no se encuentran presentes (ver imagen 12).

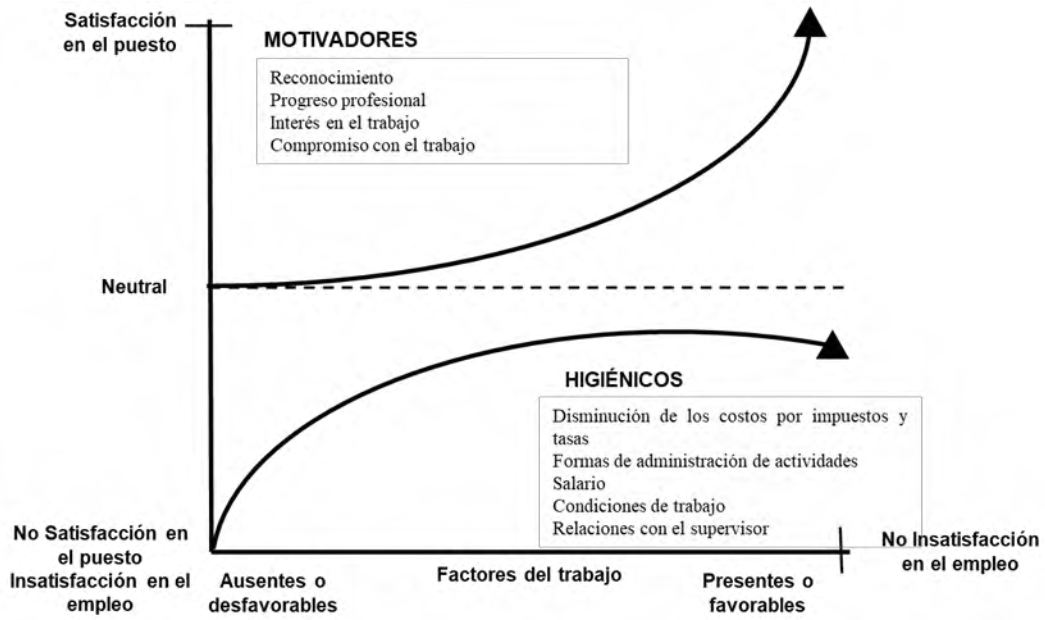


Imagen 12. Teoría Motivación-Higiene de Herzberg en el comercio informal.
Fuente: Elaboración propia

CAPITULO III

PANORAMA DE SAN

JUAN BAUTISTA

TUXTEPEC OAXACA

Panorama de San Juan Bautista Tuxtepec Oaxaca

General

El municipio de San Juan Bautista Tuxtepec se localiza en la región del Papaloapan al norte del Estado de Oaxaca, en las coordenadas geográficas 18°04'42" de latitud norte y 96°07'07" de longitud oeste. Limita al norte con el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave y el municipio de San Miguel Soyaltepec, al oriente con el municipio de Loma Bonita, al poniente con los municipios de Santa María Jacatepec, San Lucas Ojitlán y San José Chiltepec y al sursureste con los municipios de Santiago Jocotepec y Loma Bonita, presenta una altura media de 20 msnm (Vargas, 2011).

Fisiográficamente el municipio de San Juan Bautista Tuxtepec se localiza en los límites de la Sierra Madre del Sur, cadena montañosa localizada en el sur de México que se extiende a lo largo de 1200 Km entre el sur de Jalisco y el Istmo de Tehuantepec al oriente del Estado de Oaxaca, que se ubica paralelamente a la costa del Océano Pacífico y al Eje Neovolcánico del que es separada por la Depresión del Balsas, y lo que regionalmente se conoce como el Cinturón Mexicano de Pliegues y Fallas (ver imagen 13).

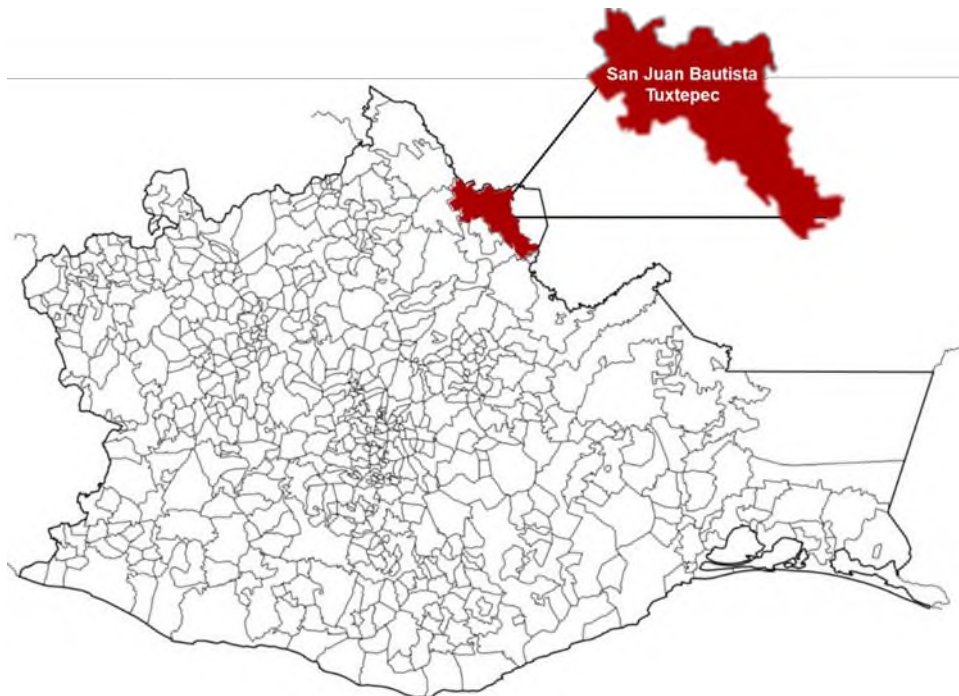


Imagen 13. *en el Estado de Oaxaca.*
Fuente: Elaboración propia.

La totalidad del territorio pertenece a la Región Hidrológica No. 28 Papaloapan, que pertenece a la vertiente del Golfo de México. Se caracteriza por iniciar en la Sierras Juárez y Mazateca (donde se localizan una de las mayores láminas de precipitación del país). La cuenca a la que pertenece es el Río Papaloapan, segundo sistema fluvial en importancia de país, que es formada por altos niveles de precipitación y coeficientes de escurrimiento de hasta 30% en las zonas altas (lo que infiere velocidad y elevados volúmenes de agua hacia la planicie donde se localiza San Juan Bautista Tuxtepec). Este proceso aunado a la cantidad de azolve que arrastra desde zonas como la Mixteca y a que en la zona de Tuxtepec los escurrimientos desembocan a las presas Cerro de Oro y Temascal o se concentran en el Río Papaloapan para fluir hacia el Estado de Veracruz y desembocar en el Golfo de México hace que la región reciba importantes volúmenes de agua (Vargas, 2011).

De acuerdo al sistema de clasificación de Köopen modificado por García (1987 citado en Vargas, 2011) para la República Mexicana, el municipio de Tuxtepec cuenta con dos tipos climáticos diferentes, los cuales son del tipo cálidos húmedos y cálidos sub húmedos, caracterizados por la presencia de altas tasas de precipitación y elevadas temperaturas. El clima predominante es Am que corresponde al cálido húmedo con abundantes lluvias en verano, con temperatura media anual mayor a 25°C y temperatura del mes más frío mayor a 18°C, con lluvias en verano de mayor humedad. El segundo tipo es el Aw2, cálido sub húmedo que cuenta con características similares al anterior (Vargas, 2011).

Uso de suelo y vegetación

La distribución de los 81,201.97 km² que conforman el municipio, se representa de la siguiente forma en relación al uso del suelo, el 91.64% de la superficie municipal es dedicada a la agricultura y la ganadería, el 2.11% es ocupado por áreas de selva, el 3.43% destinado a la vegetación secundaria, el 1.01% lo ocupan los cuerpos de agua y el área urbana utiliza el 1.85% (Vargas, 2011).

San Juan Bautista Tuxtepec, pertenece a la región florístico-faunística de Oaxaca “Planicie Costera del Golfo”, que es una zona de alta diversidad biológica. La flora de la región cuenta con importancia económica a través del aprovechamiento de especies forestales como la caoba y el cedro, plantas medicinales y ornamentales, entre otras. El cambio de uso de suelo y los fenómenos hidrometeorológicos han reducido considerablemente la vegetación natural del municipio y, por ende, la densidad de las plantas existentes en el área, mismas

que cuentan con diversos potenciales de aprovechamiento sustentable y son a su vez, elemento de protección de suelos ante fenómenos meteorológicos (Vargas, 2011).

La flora del municipio consta de especies como el ámate, higo, guapinol, guacatillo, roble, cedro, lináloe, palma, ceiba, hormiguillo y pastizales. Mientras que su fauna consta de especies silvestres como el puercoespín, armadillo, mapache, venado, temazate, venado cola blanca, zorra gris, aguililla y gavián (H. Ayuntamiento de San Juan Bautista Tuxtepec, s.f.).

Cultura

La cultura es una actividad en constante desarrollo. La Casa de la Cultura Dr. Víctor Bravo Ahuja y la Dirección de Cultura Municipales son los promotores oficiales por parte del gobierno municipal para algunas de sus formas (danza polinesia, teatro, música de banda, corte y confección, bisutería) y organiza eventos destinados a difundirla al país, como es el casting de selección para las jóvenes que bailarán Flor de piña en la Guelaguetza. La Casa de la Cultura cuenta con espacios para el esparcimiento de la sociedad en general (Wikiwand, s.f.).

- Fiestas, Danzas y Tradiciones

El 24 de junio se celebra en muchos lugares de la cuenca el día de San Juan Bautista, santo patrono local asociado con las aguas, pues debe recordarse que Tuxtepec es todavía una ciudad fluvial y durante el siglo xix y parte del XX circularon por sus muelles los barcos de vapor entrando y sacando mercaderías por el puerto de Alvarado, Veracruz. La catedral de San Juan Bautista Tuxtepec Oaxaca era considerada emblemática de la cultura jarocho en su último periodo de modificación en el siglo XX, la catedral tuvo su construcción a finales del siglo XVIII y XIX. Por ello, se realizan concursos de decimeros, sones y huapangos del sotavento, cabalgatas, corridas de toros, salutations al Santo Patrono con canto a lo divino, paseo de pendones, palo encebado, torneo de cintas, carreras de caballos, ferias con juegos mecánicos, y serenatas. La máxima fiesta comercial de la ciudad era La Expo Feria Tuxtepecana que se llevaba a cabo de manera anual en las Fiestas de Mayo, que, aunque no tenían ningún significado tradicional, es donde se realizaban las mayores actividades promocionales y de entretenimiento, teniendo sede en el Recinto Ferial de Tuxtepec. Dentro de otras tradiciones, se encuentra la celebración de las efemérides nacionales, fiestas nacionales, sociales, religiosas propias y adoptadas. La tradición del Día de Muertos ha decaído en las rancherías, pero es celebrado con mayor vistosidad en las

escuelas. Es costumbre de toda la cuenca del Papaloapan incluyendo a los estados de Veracruz y de Tabasco celebrar la rama y la quema del viejo en diciembre; donde además se hace el encendido de velas en frente de las casas el 12 y las faroladas, éstas últimas en conmemoración del aniversario de la Tragedia de Tuxtepec, el 27 de septiembre (Aguilera, 2013; Tuxtepec Turismo, s.f.).

Gastronomía

La cultura gastronómica está íntimamente relacionada con la producción agrícola existente, por lo que puede decirse que hoy la comida típica de la región recae en gran medida en la yuca, plátano, maíz, mojarra; etc. Dentro de los platillos característicos se encuentra toda una cultura alrededor de los tamales, por citar algunas el tamal de yuca de masa, de especies, rancheritos, bollitos de elote, tamalitos de anís conocidos como "cabecitas de perro" y el tamal de plátano. También puede degustarse de las tortillas raspadas, tortillas de yuca con frijoles refritos, el caldo paisano, caldo de "mondongo" las mojarras fritas con pico de gallo el pilte de pescado la bebida refrescante llamada popo, y otras tantas variedades de platillos típicos de la comida jarocho como las picadas, empanadas, tostadas de jaiba, el famoso "caldo macho", el "mogo-mogo" o "machuco" y las "tlayudas de oaxaqueña. Así como de los moles oaxaqueño y veracruzano, los ricos plátanos fritos con queso y mantequilla, así como hervidos del pueblo de San Bartolo, sin dejar de mencionar a las ricas tortillas hechas a mano por la mujer tuxtepecana y otros tantos platillos de esta región como el cochinito y pollos a la cubana, los exquisitos postres, dulce de mamey, de plátano, guayaba, nanches curtidos, toritos de cacahuete y guanábana (Cuenca en línea, s.f.).

Población total

De acuerdo con el INEGI (2021d) la población total de San Juan Bautista Tuxtepec fue 159,452 habitantes, siendo 52.4% mujeres y 47.6% hombres. Los rangos de edad que concentraron mayor población fueron 10 a 14 años (14,100 habitantes), 15 a 19 años (13,998 habitantes) y 5 a 9 años (13,772 habitantes). Entre ellos concentraron el 26.3% de la población.

Extensión

El Municipio de San Juan Bautista Tuxtepec cuenta con una superficie de 933.90 km², en relación al Estado representa el 0.979%.

Actividades productivas

Según datos del Censo Económico 2019, los sectores económicos que concentraron más unidades económicas en San Juan Bautista Tuxtepec fueron Comercio al por Menor (3,015 unidades), Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de Alimentos y Bebidas (1,478 unidades) y Otros Servicios Excepto Actividades Gubernamentales (1,143 unidades) (INEGI, 2020).

La tabla 13 muestra los datos del valor de la producción por sector y subsector económico, excluyendo actividades agropecuarias, el número de unidades económicas totales, el personal ocupado en dichas unidades, el valor de las remuneraciones y el valor de los activos fijos comparado con el total del Estado de Oaxaca.

Tabla 13. Valor de la producción anual de acuerdo a los sectores productivos no agropecuarios 2020.

Actividad económica	Unidades económicas	Personal ocupado	Remuneración media diaria	Activos fijos	Producción bruta total
Manufacturas	832	5,578	1,039.34	7,663.25	2,451,730.01
Comercio	3,269	10,557	435.37	2,383.34	315,622.53
Servicios privados no financieros	3,424	9,233	270.51	1,353.50	171,955.70
Resto de actividades económicas	122	1,922	215.27	926.32	412,241.19
Municipal	7,647	27,290	1,960.49	12,326.41	710,435.02
Estatad	219,176	551,009	18,938.41	107,723.46	607,278.16

Fuente: Elaboración propia a partir de INEGI, 2020.

Análisis de dinámica poblacional

La población de San Juan Bautista Tuxtepec está compuesta en gran medida por un grupo de edad joven perteneciente a la Población Económicamente Activa, teniendo en menor medida un grupo de la tercera edad (ver tabla 14).

Tabla 14. Estructura de la población del municipio de San Juan Bautista Tuxtepec de acuerdo a los grupos de edad y sexo.

	Hombres	Mujeres	Total General
0 a 4 años	6,729	6,587	13,316
5 a 9 años	7,006	6,766	13,772
10 a 14 años	7,218	6,882	14,100
15 a 19 años	6,987	7,011	13,998
20 a 24 años	5,536	6,106	11,642
25 a 29 años	5,001	6,243	11,244
30 a 34 años	5,239	6,285	11,524
35 a 39 años	5,101	6,213	11,314
40 a 44 años	4,954	6,051	11,005
45 a 49 años	4,687	5,714	10,401
50 a 54 años	4,495	5,212	9,707
55 a 59 años	3,734	4,198	7,932
60 a 64 años	3,012	3,426	6,438
65 a 69 años	2,231	2,581	4,812
70 a 74 años	1,517	1,532	3,049
75 a 79 años	1,187	1,177	2,364
80 a 84 años	696	716	1,412
85 años o más	618	765	1,383

Fuente: Elaboración propia a partir de INEGI, 2020.

Niveles de Pobreza

En 2020, 35.40% de la población se encontraba en situación de pobreza moderada y 18.00% en situación de pobreza extrema (ver imagen 14). La población vulnerable por carencias sociales alcanzó un 27.00%, mientras que la población vulnerable por ingresos fue de 5.27%.

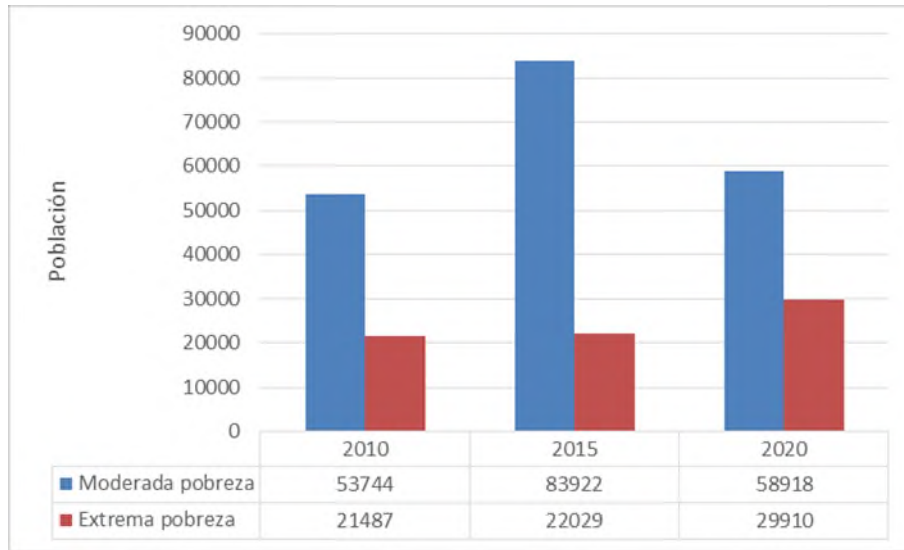


Imagen 14. Evolución de la pobreza y pobreza extrema en el Municipio de Tuxtepec.

Fuente: Elaboración propia a partir de CONEVAL, 2020.

Las principales carencias sociales de San Juan Bautista Tuxtepec en 2020 fueron carencia por acceso a la seguridad social, carencia por acceso a los servicios de salud y carencia por acceso a los servicios básicos en la vivienda (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social [CONEVAL], 2020) (ver imagen 15).

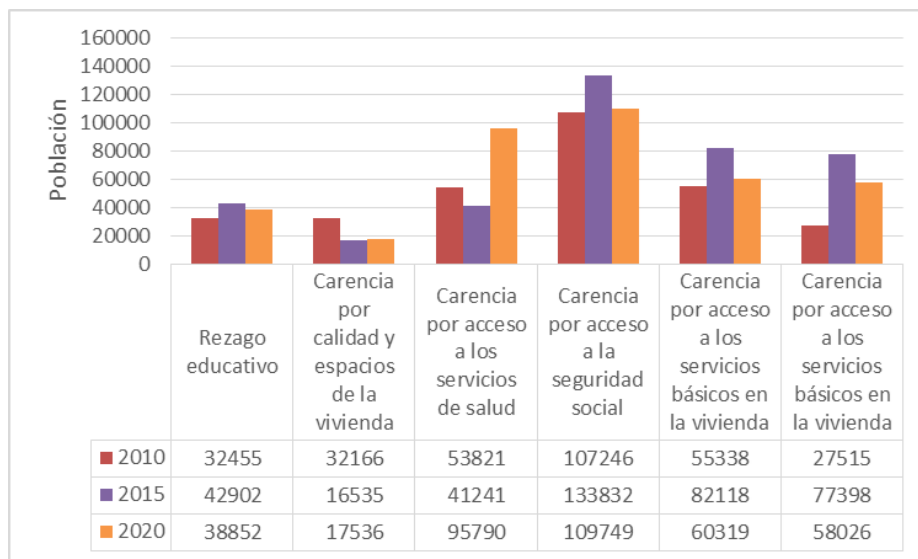


Imagen 15. Evolución de la pobreza por dimensiones.

Fuente: Elaboración propia a partir de CONEVAL, 2020.

Datos económicos de Tuxtepec

De acuerdo con los datos de las Encuestas Económicas Nacionales, resultado del Censo Económico 2019, el municipio de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca tiene un total de 7,647 establecimientos, de los cuales, dos terceras partes son informales (N=5,099; 66.68%) y solo una tercera parte es formal (N=2,548, 33.32%). El personal ocupado asciende a 27,290 personas: 69.52% (N=18,973) corresponden al sector formal y 30.48% al sector informal (N=8,317). Salta a la vista el total de remuneraciones recibidas, ya que el sector formal tiene una participación del 97.36% y solo el 2.64% corresponde al sector informal (ver tabla 15).

Tabla 15. Características principales e indicadores económicos de los establecimientos informales y formales del sector privado y paraestatal que tuvieron actividades en 2018 de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca.

	Frecuencia			Porcentaje	
	Formales	Informales	Total	Formales	Informales
Establecimientos	2,548	5,099	7,647	33.32%	66.68%
Personal ocupado total	18,973	8,317	27,290	69.52%	30.48%
Remuneraciones	1,908.792	51.694	1,960.486	97.36%	2.64%

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las Encuestas Económicas Nacionales, del Censo Económico, INEGI, 2020.

Con respecto a la producción bruta total por personal ocupado total en San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca, puede observarse que el 91.47% (\$981, 744, 140.00) corresponde al sector formal y el sector informal aporta solo el 8.53% (\$91, 516, 170.00) (ver imagen 16).

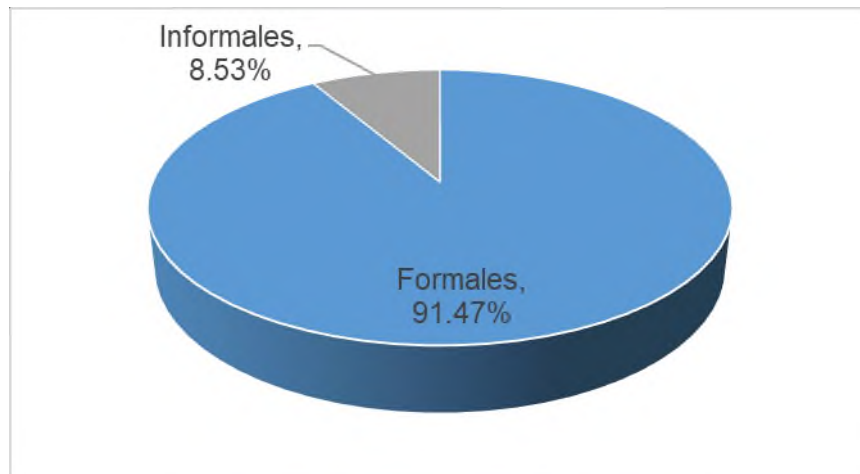


Imagen 16. *Producción bruta total por personal ocupado total en San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca.*

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de las Encuestas Económicas Nacionales, del Censo Económico, INEGI, 2020.

Mercados y comercio informal en San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca

El mercado constituye un elemento fundamental, tanto en su articulación comercial como social, aparte de la calidad y variedad de sus productos frescos, y el gran valor diferencial del mercado municipal hoy en día tan ligados a la preocupación por una alimentación saludable y equilibrada, que satisfacen la demanda de la población. Por otra parte, constituyen un elemento fundamental tanto en su articulación comercial como social.

El comercio de Tuxtepec es la actividad más importante y de mayor crecimiento en el municipio, por encontrarse en el centro de la cuenca hidrográfica del Papaloapan se ha convertido en el punto de reunión principal para las actividades de compra/venta de los lugares circunvecinos. El comercio está integrado por la mayoría de las formas de éste, contando con centros distribuidores de aparatos de electrónica, tiendas de abarrotes, papelerías, supermercados, tiendas departamentales, expendio de comidas como pizzerías, restaurantes, fondas, centros de comida rápida y de autoservicio, cine, cafeterías, centros nocturnos, se han integrado grandes cadenas comerciales como Chedraui Y Bodega Aurrera, grandes almacenes, zapaterías, hoteles, farmacias, entre otros, siendo de esta manera que existen grandes centros comerciales, cuatro mercados municipales (Mercado Central, Mercado Ricardo Flores Magón, Mercado Porfirio Díaz Mori y Mercado Avante), un tianguis y un gran número de establecimientos comerciales de todo tipo en lo que se encuentran artículos de primera necesidad (H. Ayuntamiento de San Juan Bautista Tuxtepec, 2008).

De los mercados públicos funcionan adecuadamente el Mercado Central y el Mercado Ricardo Flores Magón, ya que han logrado una buena organización de los grupos y líderes, mostrando interés en desarrollar las actividades laborales, para colocarlos en condiciones funcionales normales (H. Ayuntamiento de San Juan Bautista Tuxtepec, 2008).

Mercados establecidos.

- Mercado Central Municipal de Tuxtepec.

El Mercado Central Municipal de Tuxtepec se ubica en la Avenida Independencia #187, el cual tiene 82 locales y atiende a más de 155 mil habitantes anualmente. Dicho mercado fue remodelado en 2019 con una inversión de 19 millones de pesos. La remodelación del Mercado Central de Tuxtepec consistió en la cimentación a base de concreto reforzado de 82 locales, trabajos de herrería, instalaciones hidrosanitarias, colocación de muebles, sanitarios, piso de concreto hidráulico para estacionamiento, entre otros (Secretaría de Infraestructura y el Ordenamiento Territorial Sustentable [SINFRA], 2019).

- Mercado Ricardo Flores Magón

El Mercado Ricardo Flores Magón ubicado en la Avenida 20 de noviembre, esquina con la calle Eliseo Jiménez Ruiz de la colonia La Piragua tiene más de 40 años de antigüedad, recibe diariamente a personas de Valle Nacional, Jocotepec, Jacatepec, San Juan La Lana, la Esperanza, Arroyo chiquito, San Juan del Rio, Usila, Tacoatzintepec y Ayotzintepec quienes acuden a hacer sus compras, ya que cuentan con una terminal de camiones que les permite tener actividad en sus locales (Perea, 2018a/b), dicho establecimiento es atendido por aproximadamente 200 locatarios (Punto y coma, 2021)

- Mercado Porfirio Díaz Mori



Fuente: González Roblero, 2020.

El mercado Porfirio Díaz Morí se ubica en la calle Veracruz entre la calle Porfirio Díaz y avenida Las Torres, el cual cuenta con 50 locales. Actualmente, es ocupado por 10 locatarios. Dicho edificio al día de hoy en día se encuentra abandonado debido a diferentes problemas: presenta algunos daños en los pasillos, el drenaje no funciona correctamente, la calle se inunda, los baños están en malas condiciones-al igual que su cubierta.

El 3 de febrero de 2022 inició la reconstrucción de dicho inmueble, la cual contempla un edificio administrativo, además de los locales comerciales y un área específica para los servicios. En dicha obra se invertirán 45 millones de pesos, beneficiando así a más de 4 mil habitantes de la zona (El MuroMX, 2022; González, s.f.).

- Mercado Avante



Fuente: El Muro MX, 2022

El mercado Avante se localiza en la Avenida 5 de Mayo, el cual fue derribado en la administración del C. Lic. Irineo Molina. En dicho espacio se edificará un nuevo mercado, el cual contará con 28 locales comerciales, en la planta alta 3 espacios amplios para oficinas de cualquier índole de gobierno de las 21 estatales y federales que en la actualidad están asentadas en Palacio Municipal, además del Banco Bienestar. Se calcula que para su edificación se tendrán que hacer una inversión aproximada de 20 millones de pesos (Vázquez, 2022).

Comercio informal

El comercio informal de Tuxtepec está organizado por 6 grupos: la Alianza de Comerciantes Ambulantes de la Cuenca del Papaloapan [ALCACUP] antes Unión General Obrero Campesina y Popular [UGOCP], la Confederación de Trabajadores de México [CTM], el

Frente Único, el Comité de Defensa Ciudadana [CODECI], la Unión de Vendedores Ambulantes de la Cuenca del Papaloapan [UVARPAC] y los libres (IDP Noticias, 2018).

De acuerdo con datos del H. Ayuntamiento de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca (2008) en el municipio existían un total de 1,191 comercios establecidos dentro del padrón de comercio (ver tabla 16).

Tabla 16. Comercios establecidos en el municipio de San Juan Bautista, Tuxtepec, Oax.

Actividad/sector	Cantidad	Actividad/sector	Cantidad
Ropa	89	Venta, renta de videojuegos y películas	20
Alimentos	126	Aparatos electrónicos	44
Zapaterías	42	Centros de computación	8
Abarrotes	42	Taller general	43
Consultorios	40	Refacciones en general	37
Bares	65	Panaderías y pastelería	29
Expendios de carne	55	Dulcerías	19
Farmacias	25	Puestos de revistas	9
Tortillerías	30	Hoteles	28
Verdulerías	12	Bloqueras	5
Refresquerías y jugos embotellados	37	Artículos para el campo	13
Mercerías	23	Artículos de importación	13
Laboratorios clínicos	10	Veterinarias	12
Estéticas	31	Artículos decorativos	2
Papelerías	29	Cristales y aluminios	8
Imprentas	8	Perfumerías	6
Periodistas	10	Ferreterías	12
Materiales de construcción	16	Varios	193

Fuente: Elaboración propia a partir de H. Ayuntamiento de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca, 2008.

A finales de 2016, el Ayuntamiento de Tuxtepec consideraba que existían unos 700 puestos en la vía pública.

En 2017, se realizó un censo con el propósito de conocer el número de comercios informales en la vía pública; así como cumplir con el reglamento que indica que se debe tener un censo de cuántos vendedores ambulantes se tiene en la vía pública; identificar si contaban con el permiso que proporciona la Dirección de Desarrollo Económico y determinar si se encontraban al corriente en los pagos correspondientes (Dávila, 2017; Perea, 2017). En ese momento se registraron a 948 comerciantes de diferentes giros que se encontraban en la informalidad total. Los comerciantes para obtener dicha cédula realizaban un pago de \$600.00 pesos, al igual comprobaban la antigüedad de su negocio, la cual no debía ser menor a cuatro años, asimismo debían pagar una cuota diaria de \$19.00 a los cobradores del área de ingresos del ayuntamiento municipal (Anónimo, 2019).

Asimismo, al inicio de la administración del presidente municipal Fernando Bautista Dávila en 2017, se crea el convenio de “Ningún puesto más”, el cual tuvo el objetivo parar el crecimiento del comercio ambulante durante los últimos años, y en dicho convenio el presidente buscaba ya no permitir ningún puesto más, sin embargo, ALCACUP fue la única organización que lo firmó, respetando así que desde dicho año tengan un registro de 850 comerciantes ubicados en el casco urbano de la ciudad de Tuxtepec (Tomás, 2022).

De acuerdo con Mejía (2018) y Sosa (2019) a 2018, la cédula de empadronamiento del comercio informal era de 745 puestos en el municipio, resultado del censo 2017-2018. Dicho empadronamiento implicó puestos con permisos de todo tipo, permanente, temporal. No obstante, la Unión General Obrero Campesino Popular (UGOCP), expuso que sólo este grupo contaba con más 1300 comerciantes ambulantes afiliados. Aunado a lo anterior la Cámara Nacional de Comercio [Canaco] en Tuxtepec dio a conocer que en un recorrido realizado por este organismo constataron, únicamente en el centro de la ciudad, al menos 2,000 puestos ambulantes, que día y noche desempeñaban actividades comerciales (Sosa, 2019).

La Ley de Ingresos Municipales 2019 de Tuxtepec indicó que, por el ingreso de vendedores ambulantes o esporádicos, el ayuntamiento recibió 1 millón 520 mil 440 pesos y 12 mil 818 pesos por casetas o puestos ubicados en la vía pública (Sosa, 2019).

En 2019, se renovaron 776 cédulas de comerciantes informales establecidos, los cuales pagaban una cuota diaria de \$19.00 a los cobradores del área de ingresos del Ayuntamiento Municipal (Anónimo, 2019). Sin embargo, sostuvo que existían 550 vendedores (entre fijos

y semifijos), que contaban con documentos ya vencidos, pero que avalan su actividad. Además, señala que hay otros 100 irregulares (Sosa, 2019).

En el 2020, tras el fallecimiento del presidente Dávila se vuelve a firmar el convenio “Ningún puesto más” con el nuevo presidente Noé Ramírez Chávez, sin embargo, nuevamente solo una organización refrendo el convenio, ocasionando que el comercio ambulante siguiera en crecimiento (Tomás, 2022).

El 1 de abril de 2020 el comercio informal se retiró de las calles del centro de Tuxtepec, debido al programa denominado “Un día sin ambulantes” que implementó el gobierno municipal. Dicho programa pretendía llevarse a cabo el primer miércoles de cada mes, cuyo propósito era ofrecer una mejor imagen a la vista de los tuxtepecanos y visitantes y aprovechar para realizar la limpieza de las calles donde se ubica el comercio informal (Comunicado, 2020).

Aunque «Un día sin ambulantes» no era una medida a los planes para contener la propagación del Covid-19 en este municipio de la región de la Cuenca, fue la acción más certera que las autoridades municipales implementaron en el desarrollo de la fase 2 de la emergencia sanitaria por el Covid (Sosa, 2020).

El 23 de abril de 2020, el Gobernador del Estado de Oaxaca, Alejandro Murat Hinojosa anunció el incremento de medidas sanitarias para evitar mayores contagios de COVID-19 en la entidad. El presidente municipal de Tuxtepec, Fernando Bautista Dávila, anunció el cierre de comercios no esenciales, bares, cantinas, depósitos de cervezas, la suspensión de entrega de apoyos federales en los bancos y el retiro del comercio informal o ambulante de las calles de la ciudad, con la finalidad de reducir los riesgos de transmisión del coronavirus. Los únicos establecimientos que podían funcionar durante la contingencia bajo las medidas de prevención fueron: farmacias, bancos, gasolineras, gaseras, sector salud, mercados, súper mercados, tiendas de autoservicio, abarrotes, transporte público, expendios de productos de limpieza, servicios privados de emergencia y terminales de autobuses, los restaurantes solo podrán operar con servicio a domicilio (Zapata, 2020).

El cierre de comercios y suspensión de actividades no esenciales en la ciudad de Tuxtepec, en Oaxaca, por la contingencia del Covid-19, provocó que vendedores formales y ambulantes se opusieran, planteando las siguientes propuestas: trabajar tres días por semana, trabajar hasta las dos o tres de la tarde y, que trabaje puesto hoy y otro puesto mañana (General, 2020).

Los comerciantes ambulantes afiliados a ALCACUP, ante la pandemia del Covid-19 decidieron organizarse, disminuyendo al 50% el ambulante debido a que se debía mantener una sana distancia, siendo esta su primera estrategia con el fin de no dejar de trabajar permanentemente. Así, dejaron de trabajar un día unas personas y otro día otras personas. No obstante, ante el crecimiento de contagios y las restricciones que se levantaron a causa de la cuarentena, los comerciantes tuvieron que dejar de trabajar al 100.00% (Tomás, 2022).

Para julio de 2020, las acciones que entraron en vigor se encontraban el uso obligatorio de cubreboca en la vía pública, así como multa a quien desobedezca esta medida de prevención, el cierre de bares y comercios en los que se expendan bebidas alcohólicas los días viernes, sábado y domingo, instalación de manera alterna a un 50% del comercio ambulante (Expresión de la Cuenca, 2020).

En septiembre de 2020, la CANACO aseveró que continuaban las mermas debido a la presencia de los ambulantes en el centro de la ciudad. Destacó que los comerciantes establecidos eran absorbidos por el pago de impuestos, mientras que los ambulantes no generaban una derrama económica, lo que creaba una distancia muy grande entre los precios que manejaba un ambulante y un negocio formal (Papel y tinta, 2020).

El 11 de marzo de 2021 se firmó el acuerdo que prohibía la instalación de nuevos puestos ambulantes en la vía pública. Dicho acuerdo también incluyó: respetar el área física delimitada a cada puesto, no estacionar sus vehículos en la parte posterior, no invasión de áreas mencionadas con mercancía, la limpieza de los lugares de trabajo. Del mismo modo, contempló la regularización de los pagos por derecho de vía pública cuyos adeudos datan del 2019 (Punto y Coma, 2021b).

Actualmente se cuenta con un padrón de 1200 comerciantes ambulantes en la región del Papaloapan, de los cuales, alrededor de 850 están afiliados a ALCACUP, 100 son de CODECI y el resto están afiliados a las otras organizaciones anteriormente mencionadas (Tomás, 2022). Los afiliados a ALCACUP están organizados en seis giros diferentes (ver tabla 17).

Tabla 17. Giros de los comerciantes ambulantes afiliados a ALCACUP.

Actividad/sector	Cantidad
Vendedores de exportación	300
Pollo	110
Pescado	20
Verduras y/o hierbas	70
Elotes	15
Tacos	15

Fuente: Elaboración propia a partir de Tomás, 2022.

De acuerdo a Tomás (2022) el comercio ambulante se establece en el casco urbano de la ciudad, el cual está conformado desde el Bulevar Benito Juárez hasta la calle Nicolás Bravo (ver imagen 17).



Imagen 17. Casco urbano de Tuxtepec, Oaxaca, de acuerdo al Municipio.

Fuente: Elaboración propia a partir de Tomás, 2022.

El presente estudio se delimita en la zona centro, desde la calle Santos Degollado hasta la calle Vicente Guerrero, así como desde la calle Jesús Carranza hasta la Avenida Independencia (ver imagen 18).

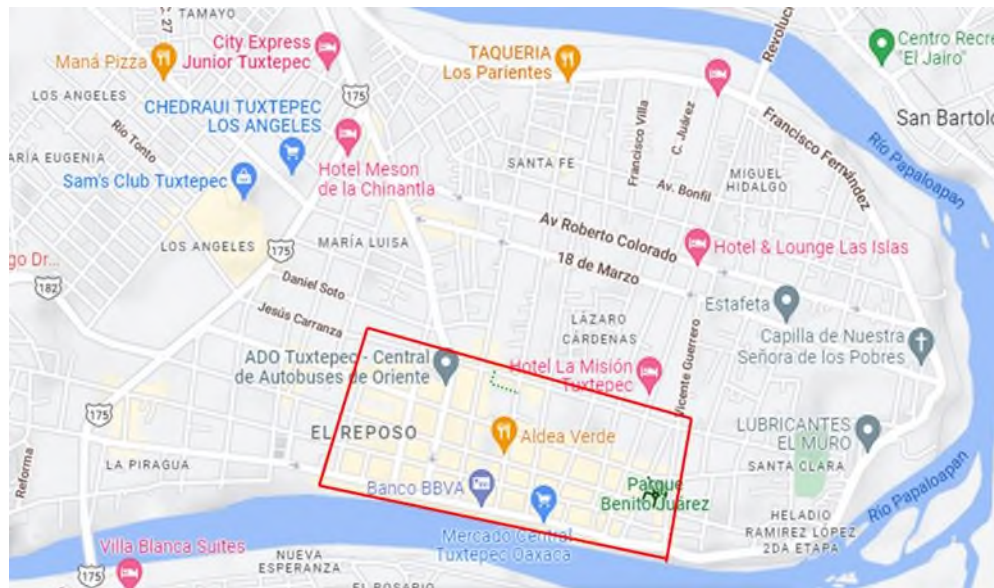


Imagen 18. Casco urbano de acuerdo a la delimitación del estudio.
Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con Tomás (2022), los comerciantes ambulantes deben seguir el reglamento para comerciantes no establecidos del municipio de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca el cual es dado por parte del área de comercio. De la misma manera, los comerciantes deben cubrir con una cuota para laborar, dicha cuota lleva por nombre “pago por derecho de venta en vía pública”, antes “derecho de piso”, y se da en dos montos diferentes, es decir, el comerciante podría pagar \$12.00 ó \$18.00 dependiendo del giro en el que labora, la primera cuota la pagan aquellos que distribuyen productos perecederos o todo lo que sea venta de comida, mientras que la segunda la pagan aquellos vendedores de productos de importación. Un grupo de comerciantes que llegan a pagar más de las cantidades mencionadas son aquellos que se encuentran a los alrededores del casco urbano y que utilizan un mayor espacio, por ejemplo, los vendedores de fruta en camionetas o automóviles, llegando a pagar una cuota doble. Se debe aclarar que independientemente al giro en que se encuentre el comerciante, el pago de la cuota es diario.

En 2022, se planteó la necesidad de revisar el reglamento existente del comercio ambulante, el cual fue creado en 2006 y cuenta con cuestiones que actualmente son nulas o no se siguen de la misma manera, así como reconsiderar la propuesta de ALCACUP sobre la creación de un fideicomiso para dar forma al proyecto de la macroplaza, para la reubicación de los agremiados a dicha organización (Jiménez, 2022; Papel y Tinta, 2022; Punto y Coma, 2022; Tomás, 2022).

Un factor importante a considerar es el cambio de giro de los comerciantes, lo cual depende de si les resulta productivo o no a los comerciantes o a las necesidades de la sociedad. Previo a la Pandemia cerca del 10.00 ó 15.00% de comerciantes ambulantes cambiaron de giro por la baja de las ventas, pero tras la Pandemia los comerciantes tuvieron que cambiar el enfoque de sus negocios, muchos de ellos se inclinaron al giro alimenticio, siendo los negocios de postres los más populares. Asimismo, algo que afectó fue el tema de los beneficiarios de los permisos a causa de los fallecimientos o a la pausa laboral (de los 850 comerciantes registrados por ALCACUP, cerca del 20%, es decir, aproximadamente 170 comerciantes siguen sin laborar por las secuelas de la COVID-19, así como adecuaciones a las estructuras del puesto que se llega a creer que es un puesto nuevo, pero muchas veces simplemente es un cambio de estructura del puesto; lo anterior provocó que se requiriera realizar una actualización de información en los permisos de los ambulantes.

Es por ello que, el 21 de septiembre de 2022 el Gobierno Municipal de Tuxtepec a través de la Dirección de Desarrollo Económico y Fomento turístico, inició un censo entre el comercio ambulante que tiene como propósito conocer el número real y las condiciones en que se encuentran comerciantes que se dedican a esta actividad en las calles del centro de la ciudad (H. Ayuntamiento de San Juan Bautista Tuxtepec, 2022).

El censo se realiza con el apoyo de una aplicación que permite capturar los datos en tiempo real, por lo que las cifras se pueden conocer al momento, además de que a los triciclos o carritos utilizados por los vendedores se les marcará con un código (Torres, 2022).

La primera etapa contempla a aquellos vendedores ambulantes que no están fijos en un lugar, por lo que se reúnen por grupos de 10 en 10 en el parque La Piragua y así revisar la documentación. El requisito es que asistan con la documentación y la mercancía, para poder registrar la unidad no motorizada, además tomarles fotografías para el registro. La segunda etapa contempla a los vendedores semi-fijos, es decir, aquellos que están de manera permanente en un punto. En el caso de los ambulantes independientes, se contará con la base de datos de los comerciantes afiliados a organizaciones (Torres, 2022).

El censo contempla supervisar cuáles y cuántos comerciantes cuentan con una cédula, con un permiso y toman fotografías del titular y de la cédula, pero también al finalizar el censo van a revisar algunos casos especiales como son el cambio de giro, o cuando la cédula está a nombre de una persona y la tiene otra o, en el caso de que haya fallecido el

propietario de algún permiso o cédula, dicho caso será revisado ya que no están permitidos los traspasos (Timoteo, 2022; Torres, 2022).

Tomás (2022) menciona que el gobierno municipal realiza verificaciones para evitar el incremento de ambulantes y que dichas verificaciones las realiza mediante operativos en los cuales si existe algún incremento de comerciantes ambulantes en los alrededores del casco urbano se les suele otorgar un permiso temporal, sin embargo, si esto sucede dentro del casco urbano se les pide retirarse si no cuentan con los permisos requeridos. De esta manera los vendedores que no cuenten con su cédula correspondiente serán retirados, primero serán notificados y para retirarse tienen un plazo de 72 horas, y en caso de que no lo hagan por su propia voluntad, ellos lo harán, ya que ese ha sido uno de los acuerdos que se firmaron en la minuta de acuerdos entre las autoridades municipales con las diversas organizaciones (Timoteo, 2022).

En cuanto al horario laboral, el comercio ambulante se divide en dos horarios diferentes, el diurno y el nocturno. El horario nocturno comienza a laborar desde las 6:00 p.m. hasta la media noche, mientras que el horario diurno es de 8:00 a.m. a 8:00 p.m. Sin embargo, existen giros como los vendedores de pollo, verdura, elotes que comienzan el turno desde antes, algunas desde las 5:00 a.m. Lo anterior se debe a que en los últimos años los comerciantes comenzaron a contratar personas que los ayudan a instalarse a los cuales llaman sacadores o jaladores y a los que les pagan de \$10.00 a \$15.00 dependiendo de la distancia. Es por ello que desde las 3:00 ó 4:00 a.m. comienza a existir un movimiento de personas que son quienes están instalando los puestos para que cuando los comerciantes lleguen ya esté el puesto listo (Tomás, 2022).

Las temporadas en donde las ventas aumentan en sectores muy puntuales son: en festividades como día de reyes, el 14 de febrero, el día del niño y en diciembre. Sin embargo, en junio, julio y agosto principalmente suelen disminuir en grandes cantidades las ventas. Antes de pandemia, en dichas fechas se tenían caídas del 20.00 al 30.00% de las ventas, mientras que al inicio de pandemia existieron caídas de mínimo el 50.00% llegando a ser hasta el 90.00% y actualmente se tienen caídas de 30.00% (Tomás, 2022).

Marco normativo del Comercio Informal

El comercio informal en San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca se rige por el Reglamento para Comerciantes no Establecidos del Municipio de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca aprobado y expedido en sesión ordinaria número 01/06 de cabildo de fecha 14 de febrero

de 2006, durante la presidencia del C. Lic. Salvador Santos Sierra. Dicho reglamento se funda en lo dispuesto por el artículo 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 113 de la Constitución Política del Estado Libre y soberano de Oaxaca; 46, fracción I, 48 Fracción IV, 212 Fracción II; 213 y 214 de la Ley Municipal para el estado de Oaxaca el Honorable Ayuntamiento.

El reglamento consta de 62 artículos agrupados en diecinueve capítulos y dos artículos transitorios. Los capítulos son:

Capítulo I. Disposiciones generales

Capítulo II. Autoridades Competentes para la Aplicación del Presente Reglamento

Capítulo III. Del Ayuntamiento

Capítulo IV. Del Presidente Municipal

Capítulo V. De la Regiduría de Comercio, Salud y Turismo

Capítulo VI. Facultades y Obligaciones de la Dirección de Comercio, Salud y Turismo

Capítulo VII. De los Eventos Especiales y Verbenas

Capítulo VIII. De las Licencias o Permisos y Prorroga

Capítulo IX. De las Prohibiciones

Capítulo X. De las Disposiciones Generales para el Comercio No Establecido

Capítulo XI. De las Zonas y Horarios para el Ejercicio de la Actividad Comercial

Capítulo XII. De los Comerciantes con Venta de Alimentos

Capítulo XIII. De la Revalidación

Capítulo XIV. De la Cancelación del Permiso o Licencia

Capítulo XV. De los Derechos

Capítulo XVI. De la Reubicación

Capítulo XVII. Del Aseguramiento

Capítulo XVIII. De las Sanciones

Capítulo XIX. De los Recursos

El Capítulo I. Disposiciones generales, indica el alcance del reglamento al mencionar en el artículo 1 que:

“El presente reglamento es de orden público e interés social, para los habitantes del Municipio De San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca, y tiene por objeto establecer las normas administrativas bajo las cuales

se ejercerán en el Municipio de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca; las actividades que realizan las personas físicas que se dediquen a un oficio o al comercio en forma ambulante, cuyas actividades hagan de forma fija o semifija, en forma de tianguis, o con vehículo en la vía pública, así como aquellas que se realicen en edificio público o de propiedad privada” (p. 1).

Del mismo modo, en dicho capítulo se definen las actividades comerciales o prestación de servicios de cualquier género (art.2), el comercio ambulante (art.3), el oficio ambulante (art. 4), puesto fijo (art. 4 y art.6) y puesto semifijo (art. 4 y art.7), tianguistas o mercados sobre rueda (art. 8) y ambulantes con vehículo (art. 9).

El capítulo VIII. De las licencias o permisos de prórroga establece que:

“La licencia o permiso es otorgado por la Autoridad Municipal para el ejercicio del comercio en la vía pública, en sus modalidades de comercio y oficio ambulante comercio en puesto fijo o semifijo, tianguistas, ambulante en vehículo considerándose aquellos con carácter personalismos y por lo tanto intransferibles y no negociables, cualquier conducta que contravenga lo dispuesto en el presente ordenamiento, provocará su revocación inmediata” (art. 22, p. 8).

Dicho artículo merece especial atención ya que en entrevista con Tomás (2022) mencionó que los comerciantes sí heredan o transfieren sus permisos a sus familiares o beneficiarios, por lo que la Alianza de Comerciantes Ambulantes de la Cuenca del Papaloapan [ALCACUP] tras la pandemia del Covid-19 ha tomado como medida preventiva el levantamiento de una lista de beneficiarios para que los comerciantes ambulantes continúen con su licencia.

Los artículos 32 y 33 indican la documentación requerida para la expedición de la licencia o permiso y la información que contiene dicha licencia o permiso, respectivamente.

El Capítulo XI De las Zonas y Horarios para el ejercicio de la Actividad comercial resulta por demás interesante, ya que determina las áreas para ejercer el comercio. A este respecto:

“podrá ejercer el comercio todo aquel comerciante que se dedique a un oficio o comercio en forma ambulante (art. 40) que se ubique en un límite de 20 metros de las instituciones educativas, cines, centros de trabajo, edificios públicos, hospitales, terminales de transportes públicos, instituciones bancarias, hoteles, atrio de templos religiosos, plazas comerciales y similares (art. 41), así como aquellos que se encuentren a menos de cinco metros del ángulo de la esquina, de las avenidas y calles, así como vías rápidas y Boulevares (art. 42). No obstante, no podrán ubicarse en la zona prohibida y en la zona restringida, en donde la primera abarca las avenidas independencia ,

20 de Noviembre, 5 de Mayo, Libertad y Jesús Carranza y las perpendiculares a ellas, como son las calles Santos Degollado, Ocampo, Matamoros, Aldama, Morelos, Benito Juárez, Rayón, Hidalgo, Allende, hasta la calle Vicente Guerrero: mientras que la segunda comprende los Boulevares como son Benito Juárez de norte a sur, entronque Boulevard Ávila Camacho hasta la calle reforma Boulevard Manuel Ávila Camacho de norte a sur, entronque con los Boulevares Benito Juárez y Cuatro carriles hasta avenida Jesús Carranza, Boulevard Francisco Fernández Arteaga de norte a sur a partir del Boulevard Cuatro Carriles hasta la calle Miguel Hidalgo, Boulevard Plan de Tuxtepec a partir de Boulevard Benito Juárez hasta entronque con la colonia “El Diamante” así como la Avenida Prolongación 20 de Noviembre a partir del Boulevard Benito Juárez hasta la calle Ponciano Arriaga (art. 43)”.

El art. 109. En materia de tránsito y vialidad, de la Gaceta Municipal de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca, Tomo I, Ejemplar 1 Sección I (H. Ayuntamiento de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca, 2022), se distribuye en treinta y un numerales. A continuación, se enlistan aquellos que tienen que ver con el comercio informal.

Artículo 109. En Materia de Tránsito y Vialidad queda prohibido a los habitantes y visitantes:

II. Utilizar las calles o callejones para establecimientos comerciales y de servicios sin la autorización correspondiente;

III. Invasión u ocupar banquetas, aceras, espacios y vías públicas para realizar actividades comerciales y promocionales, sin permiso o anuencia de las autoridades municipales;

VI. Ejercer el comercio ambulante en banquetas, camellones, andadores turísticos, espacios administrativos del Ayuntamiento y demás sitios públicos que, determine la Autoridad;

VIII. Abandonar sin causa justificada y por más de siete días, vehículos, remolques o demás muebles en la vía pública, terrenos baldíos o lugares de uso común;

X. Utilizar las banquetas, andadores, calles, camellones y demás lugares públicos o de uso común, para el desempeño de trabajos particulares, exhibición o almacenamiento de productos o servicios;

XIII. Invasión u obstaculizar la vía pública con mercancía, productos, materiales, sustancias u objetos diversos, impidiendo el libre paso peatonal y vehicular;

XV. Utilizar las vías públicas con vehículos cargados de mercancía, productos o insumos, para su expendio o venta, sin el permiso correspondiente;

XVI. Llevar a cabo en la vía pública, reuniones o actos de carácter comercial o fiestas particulares, sin contar con la autorización correspondiente;

XXIX. Realizar la descarga y descarga de productos y mercancías en contravención al reglamento respectivo;

Durante la administración del C. Lic. Irineo Molina, las autoridades municipales de Tuxtepec están trabajando en un reglamento que no está actualizado; ya que como se mencionó data del año 2006, es necesario que exista un reglamento y así evitar que haya vacíos al momento de aplicar la ley. En este sentido, se busca hacer mesas de trabajo y ahí tocar el tema de un nuevo reglamento de comercio. Con dicho reglamento se busca que no haya fallas y huecos, que sea acorde a lo que se vive actualmente en lo que a comercio se refiere, que exista un procedimiento claro, entre las autoridades municipales, especialmente los inspectores y con los vendedores ambulantes (Timoteo, 2022).

La motivación y el comercio informal

San Juan Bautista Tuxtepec es el principal centro urbano de la Región de la Cuenca del Papaloapan, siendo poseedora de una gran actividad industrial y en esencia comercial; lo que la convierte en el punto de convergencia de las actividades de los estados de Oaxaca, Veracruz y Puebla. Dentro de las diferentes actividades productivas de Tuxtepec, el comercio al por menor es aquella que concentra el mayor número de unidades económicas (3,015 unidades), seguido del de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas (1,478 unidades, INEGI, 2020).

Debido a lo anterior, el comercio en Tuxtepec ha tomado gran relevancia con el paso del tiempo, convirtiéndose así en la actividad más importante y de mayor crecimiento en la zona, sin embargo, la informalidad también ha ido en crecimiento, prueba de ello, es que de los 7,647 establecimientos registrados por el Censo Económico 2019, dos terceras partes de dichos establecimientos son informales (N=5,099; 66.68%), mientras que únicamente una tercera parte se encuentra en la formalidad (N=2,548, 33.32%), lo cual también puede verse reflejado en que calles principales se encuentran invadidas por cientos de puestos ambulantes (INEGI, 2020).

Es importante destacar que más del 50.00% de la población en Tuxtepec vive en una situación de pobreza, en donde el 18.00% se encuentra en una situación de pobreza extrema y el 35.40% de pobreza moderada. Esta situación y la necesidad de satisfacer sus necesidades básicas, podría ser de los principales detonadores para la incursión al comercio y al comercio informal, así como el hecho de que aunque existe una normativa que regula al comercio informal esta no se sigue, y el gobierno no ha tomado las acciones adecuadas o necesarias para dicha regulación, lo que hace que dicho sector informal también vaya en crecimiento conforme pasan los años.

Autores como Castells y Portes (1989) sostienen que los comerciantes entran en el sector informal por necesidad. No obstante, dicho panorama ha ido cambiando en los últimos años. Investigaciones recientes asumen la motivación juega un rol primordial para la elección de un trabajo. De acuerdo a Reeve (2003) la motivación se centra en proporcionar las mejores respuestas sobre las causas de la conducta, buscando responder preguntas sobre el porqué la gente hace lo que hace. En este sentido, los comerciantes ven oportunidades y metas económicas al entrar en el sector informal, como una mayor flexibilidad, autonomía y libertad de las regulaciones (Dutta, Kar y Roy, 2013; Gërkhani, 2004).

Antes de la pandemia de COVID-19 los comerciantes informales del casco urbano de la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec buscaban satisfacer ámbitos propios como su desempeño, las responsabilidades que obtienen y su reconocimiento (Arau y Olea, 2020). Sin embargo, con la llegada de la pandemia de COVID-19 el comercio informal se vio afectado gravemente y con ello la vida socioeconómica de quienes dependían del mismo. Aunque con el paso del tiempo y con la reapertura comercial existió una reactivación de dicho sector, este no volvió por completo a la “normalidad”, por lo que se supone que los comerciantes tuvieron que cambiar su motivación inicial para poder mantenerse en dicho sector informal.

En base a lo anterior, se puede mencionar que la presente investigación se plantea, al realizarse el cuestionamiento sobre el porqué del crecimiento del comercio informal en la ciudad y qué es lo que llevaba a los comerciantes a ingresar en el sector informal. Posteriormente y tras la llegada de la pandemia por COVID-19 el cuestionamiento cambia para reflexionar si dicha situación cambió la motivación de los comerciantes para mantenerse en dicho sector informal.

CAPITULO IV

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y METODOLOGÍA

Planteamiento del problema

La enfermedad por coronavirus (COVID 19) es una enfermedad infecciosa provocada por el virus SARS-CoV-2, que trajo consigo la imposición de cuarentenas obligatorias y el comienzo de restricciones de salida y desplazamiento, cuyo objetivo es la prevención del distanciamiento social. Actualmente, la emergencia sanitaria por COVID-19 no se encuentra del todo superada, pero sí controlada; con esta situación la sociedad se enfrenta a un cambio de escenario que requiere de adaptación en distintos ámbitos en la vida, específicamente en los modelos de negocios (Dolores, Luna y López, 2021).

El WIEGO (2021) alerta que la crisis del COVID-19 tuvo un impacto negativo en los medios de sustento de todos los grupos ocupacionales. Aunque muchas personas continuaron laborando lo hicieron bajo alto riesgo personal y con ingresos reducidos debido a la imposibilidad de subsistir sin sus ingresos. Haciendo referencia a las personas comerciantes en tianguis, la mitad continuó trabajando, ya que vendían productos de primera necesidad, sin embargo, lo hacían bajo un gran temor por los riesgos de salud. Con ello, se alerta que los estragos de la pandemia aún afectan a los 2.000 millones de trabajadores informales que hay en el mundo, el 61% de la población económicamente activa (PEA). Aunado a lo anterior, de acuerdo con datos revelados por el INEGI (2021b) más de un millón de micro; pequeñas y medianas empresas cerraron sus puertas definitivamente en un periodo de 17 meses. Esto ha ocasionado que miles de empleados pierdan sus trabajos fijos o parciales; disminuyendo así la fuente de ingresos con los que subsisten. Dicha situación ha provocado que las personas busquen otras fuentes de empleo que les generen ingresos, encontrando cobijo inmediato en la informalidad, aumentando así dicho sector económico (García, 2021).

Hernández (2009) menciona que el comercio informal es producto del proceso recesivo económico, determinante de la escasa creación de puestos de trabajo con salario digno. Asimismo, la CANACO menciona que el gobierno mexicano supone que la existencia del comercio informal debe su origen como actividad a la necesidad de fungir como intermediario entre los productores de artículos de primera necesidad y los consumidores localizados en las áreas marginadas, debido a su condición socioeconómica, difícilmente tienen acceso a establecimientos formales de comercio para poder abastecerse de dichos productos (CANACO, 1988 citado en Medrano, 2013).

Gran parte de la literatura se ocupa de las interacciones a través de las influencias institucionales o económicas y pocas proporcionan explicaciones detalladas de las motivaciones de las acciones de los comerciantes informales a nivel micro o individual. Medrano (2013) menciona que la importancia de estudiar el comercio informal organizado desde esta última perspectiva radica en que permite conocer la forma de relacionarse con otros actores sociales como: el gobierno y el sector privado. Dichas ideologías y formas de pensamiento son parte de la realidad que se necesitan conocer para tener un panorama amplio del fenómeno de estudio.

De acuerdo a Petri y Govern (2006, en Lope et al, 2013) la motivación es el concepto que se usa para describir las fuerzas que actúan sobre un organismo o en su interior para que inicie y dirija la conducta. El estudio de la motivación ofrece conocimientos teóricos y herramientas prácticas necesarias para comprender y realizar cualquier actividad que se considere importante. El estudio de la motivación se centra en proporcionar las mejores respuestas posibles a dos preguntas fundamentales: ¿qué causa la conducta? y ¿por qué la conducta varía su intensidad? (Reeve, 2003).

Las teorías de motivación del contenido estudian, consideran y responden a dichos cuestionamientos debido a que intentan realizar un análisis sobre qué es lo que impulsa a las personas hacia un comportamiento determinado, centrándose en el contenido y la dirección de la conducta (Fernández, 2001). De estas teorías se pueden mencionar las de Abraham Maslow, Clayton Alderfer, David McClelland y Frederick Herzberg.

La teoría de Maslow (1943) señala que las personas se encuentran motivadas por cinco tipos de necesidades (fisiológicas, de seguridad, sociales, autoestima y autorrealización), las cuales se encuentran ordenadas según una jerarquía donde unas son prioritarias y solo cuando estas son cubiertas se puede ascender a necesidades de orden superior. Alderfer (1978) retoma la teoría de Maslow, pero reduce las necesidades planteadas a tres, las cuales son existencia, relación y crecimiento. Así mismo plantea que no necesariamente las personas van satisfaciendo sus necesidades en función jerárquica, sino que pueden avanzar o devolverse con la finalidad de alcanzar sus objetivos. Por su parte, McClelland (1961) señala que la motivación de las personas igualmente parte de tres necesidades: de logro, afiliación y poder, y que estas son importantes debido a que predisponen a las personas a comportarse en formas que afectan de manera crítica el desempeño en muchos trabajos y tareas. La teoría de la motivación de Herzberg (1959) establece dos tipos de factores que motivan a las personas en sus áreas de trabajo. Los factores de higiene se

relacionan con sentimientos negativos o de insatisfacción, debido al contexto del puesto. Por su parte, los factores motivacionales se asocian con experiencias satisfactorias de los empleados, y en los que se atribuían a condiciones internas del puesto (Correa, 2012).

La importancia que se le concede a la teoría de los dos factores de Herzberg, frente a las teorías de la motivación de Alderfer (1978), McClelland (1961) y Maslow (1943) es que éstas se sustentan en las diversas necesidades humanas (en un enfoque orientado hacia el interior de la persona). Mientras que Frederick Herzberg (1959) basa su teoría en el ambiente externo y en el trabajo del individuo (enfoque orientado hacia el exterior), es decir, Herzberg se orienta en las metas que las personas pueden plantearse, las cuales son más fáciles de identificar que las necesidades y su enfoque es más sencillo de plantear debido a que la identificación de las necesidades de las personas requieren mayores estudios de exploración, descripción y evaluación, los cuales son importantes para salvaguardar la objetividad y la efectividad metodológica de la identificación de las necesidades (Torrealba, 2015).

En este sentido, ubicando al sector informal como protagonista del proceso motivacional, puede mencionarse que los factores higiénicos, teóricamente pueden verse representados en la disminución de los costos por impuestos y tasas, la falta de escolaridad obligatoria, la edad, el sexo y el estado civil de los trabajadores, las formas de administración de las actividades, las rigideces que se generan en el mercado laboral y la carencia de tecnología. En cuanto a los factores motivacionales pueden destacar que las personas laboran en este sector por herencia o costumbre familiar, así como la posibilidad de una mejor forma de subsistencia, el horario laboral y la cercanía con sus hogares (Castells, 1989; Harris y Todaro, 1970; Robles y Martínez, 2018).

Si bien es cierto que existe conocimiento de las características de los comerciantes informales, se ha dedicado poca investigación a factores o motivaciones individuales y su intención emprendedora. Este estudio es importante, junto con la información contextual, debido a que proporcionará información sobre los factores motivacionales de los comerciantes para su incursión al sector informal, así como podrá utilizarse para el desarrollo de políticas públicas que les proporcionen a los comerciantes ambulantes los incentivos y el impulso necesario para incorporarse al sector formal.

Justificación

El COVID 19 es una enfermedad infecciosa, que trajo consigo la imposición de cuarentenas obligatorias y el comienzo de restricciones de salida y desplazamiento, cuyo objetivo es la prevención del distanciamiento social. Esta situación no sólo afectó la movilidad, sino que también cambió los modos de vida y relaciones sociales de las personas, siendo una de ellas el trabajo. Imponiendo un nuevo sistema de trabajo con incertidumbre y problemas de comunicación, generando desafíos que antes no existían, aumentando la carga de trabajo para muchas personas y, además, aumentando la inseguridad laboral (Pontificia Universidad Católica de Chile, 2020). Dicha crisis del COVID-19 tuvo un impacto negativo en los medios de sustento de todos los grupos ocupacionales, siendo el comercio informal el sector que más se vio dañado, en donde los estragos de la pandemia afectaron a por lo menos 2.000 millones de trabajadores informales que hay en el mundo (el 61% de la población económicamente activa), siendo solo la mitad de dicho sector quienes continuaron trabajando vendiendo productos de primera necesidad y de protección (WIEGO, 2021).

Robles y Martínez (2018) comentan que cerca de 60 por ciento de la población económicamente activa (PEA) en México no cuenta con seguridad social, es decir, es informal. La informalidad es síntoma de baja productividad y de poco desarrollo para un país, y es común que esté asociada con el desempleo, el ambulante, la falta de tecnología y la carencia de seguridad social, así como con los efectos negativos en la recaudación fiscal. Por tanto, quienes pertenecían al mercado laboral formal y decidieron integrarse al informal, lo han hecho en consecuencia de la restricción que tiene o por un mero costo-beneficio.

Por su parte, Castells y Portes (1989) sostienen que los comerciantes entran en el sector informal por necesidad. Este panorama ha cambiado en los últimos años, y otras investigaciones sobre las motivaciones de los individuos indican que los comerciantes ven oportunidades y metas económicas al entrar en el sector informal, como una mayor flexibilidad, autonomía y libertad de las regulaciones, aunado a la posible corrupción que suelen encontrarse en las economías en desarrollo (Dutta et al, 2013; Gërkhani, 2004;). El estudio de la motivación se centra en proporcionar las mejores respuestas sobre las causas de la conducta, esto puede plantearse en cómo la motivación afecta la iniciación, la persistencia, el cambio, la dirección de la meta y la eventual terminación del comportamiento (Reeve, 2003). Para inferir la motivación en otra persona se necesita

observar las manifestaciones de su conducta y poner atención en los antecedentes conocidos que dan origen a los estados motivacionales. La Teoría de Herzberg centra su atención en el trabajo en sí mismo como fuente principal de satisfacción, Herzberg basó gran parte de su estudio de los factores, planteando de antemano que la eliminación de fuentes de sufrimiento, no generan placer, como se venía pensando, que el placer y el sufrimiento eran puntos encontrados, de la misma manera, la teoría de Herzberg aclara las metas y los incentivos que tienden a satisfacer las necesidades que los trabajadores llegan a presentar (Hersey et al, 2008).

La presente investigación busca identificar los cambios en los factores de motivación de acuerdo a la teoría de Herzberg (1959) que tienen los individuos del sector informal de la zona centro de la ciudad de Tuxtepec con respecto a la motivación que solían tener al incursionar en dicho sector antes y durante la pandemia del COVID-19. En este sentido, el presente estudio responderá las siguientes preguntas de investigación:

De acuerdo con Arau y Olea (2020) los comerciantes informales del casco urbano de la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec buscan como meta principal, satisfacer ámbitos propios como su desempeño, las responsabilidades que obtienen y su reconocimiento, no siendo lo primordial el cómo se administra el negocio ni los beneficios sociales que éste pueda otorgarle. En este sentido, la pregunta es ¿Cómo era la motivación de los trabajadores informales de la zona centro antes de la pandemia?

Al inicio de la pandemia del COVID-19 el comercio informal se vio gravemente afectado, manteniéndose sólo aquella parte de los comerciantes que abastecían los productos de primera necesidad y de aquellos que en su momento fueron de gran utilidad como los que vendían cubrebocas, alcoholes, desinfectantes. No obstante, con el paso del tiempo y con la reapertura comercial, el sector informal comenzó a reactivarse, incorporándose a dicha actividad, aquellos que perdieron sus empleos formales y que vieron en la informalidad la posibilidad de cubrir los gastos básicos de las familias. ¿Cómo es la motivación de los trabajadores informales de la zona centro durante la pandemia del COVID-19?

En esta línea, antes de la pandemia se observaba que los comerciantes informales en Tuxtepec se encontraban más satisfechos en los factores motivacionales, los cuales se relacionan con el contenido del trabajo (el trabajo en sí mismo, la responsabilidad, el reconocimiento, la realización, el progreso profesional y la responsabilidad) los que se pueden asociar con experiencias satisfactorias de los empleados, y en los que se atribuyen

condiciones internas del puesto, por lo que el estudio sobre la motivación que ellos tenían para estar en la informalidad iba va más allá del contexto laboral (relaciones con el supervisor, las condiciones de trabajo, la administración de la empresa, el reconocimiento, los beneficios y los servicios sociales) en el que se encontraban.

Sin embargo, tras la llegada de la pandemia del COVID-19 se supone que los comerciantes informales se vieron en la necesidad de cambiar su motivación, buscando así satisfacer los factores relacionados al contexto laboral como, por ejemplo, los beneficios salariales y sociales que dicho contexto les podría proporcionar. ¿Qué factores motivacionales se han producido en los trabajadores informales de la zona centro antes y durante la pandemia?

A partir de estas preguntas, el objetivo de la investigación es:

Objetivo

Identificar los cambios en los factores de motivación de acuerdo a la teoría de Herzberg (1959) que tienen los individuos del sector informal de la zona centro de la ciudad de Tuxtepec con respecto a la motivación que solían tener al incursionar en dicho sector antes y durante la pandemia del COVID-19.

Objetivos específicos

- Determinar los factores de motivación de los vendedores ambulantes antes de la pandemia del Covid-19.
- Determinar los factores de motivación de los vendedores ambulantes después de la pandemia del Covid-19.
- Identificar diferencias estadísticas entre los grupos de antes y durante la pandemia del COVID-19.

Metodología

Tipo de estudio

La investigación no experimental es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido, mientras que la investigación experimental tiene alcances iniciales y finales descriptivos, correlacionales y explicativos. Mertens (2005, en Hernández, Fernández y Baptista, 2006) señala que la investigación no experimental es apropiada para variables que no pueden o deben ser manipuladas o resulta complicado hacerlo. En la investigación no experimental, se observan los fenómenos o acontecimientos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

Miettinen (1985) define al estudio longitudinal como un estudio cuya base es la experiencia de la población a lo largo del tiempo, por su parte para Goldstein (1979) un estudio longitudinal es el que implica dos o más mediciones a lo largo de un seguimiento; Dicha investigación sirve para anticipar algunos riesgos y estimar ciertas incidencias, para ello se requiere de la observación y la medición de la estabilidad, las modificaciones y los patrones individuales que se presentan a lo largo del tiempo. Este tipo de estudio permite estimar la tasa de cambio en función de un período de tiempo, también en relación a las diferentes características del individuo.

Los estudios de cohortes (EC), son estudios de carácter longitudinal, observacional y analíticos; en los que el cohorte se refiere a un grupo de personas que comparten una característica previamente definida; y que son seguidas en el tiempo. Los EC tienen como objetivos, determinar asociación entre un factor de exposición y el desarrollo de alguna enfermedad o evento de interés (EI), a partir de la estimación de riesgos; conocer la historia natural o el curso clínico de un EI; determinar supervivencia; estudiar factores protectores y pronósticos (Salazar, Manterola, Quiroz, García, Otzen, Mora y Duque, 2019).

La presente investigación es longitudinal de cohortes, debido a que se realizará una comparación sobre lo que motiva a los trabajadores del sector informal en la zona centro de la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec a su incursión y estadía en el sector informal y como tal lo dice la teoría, una investigación de este tipo se basa en la toma de muestras de un grupo de personas que típicamente experimentaron un evento común en un momento en el tiempo. De tal manera que el estudio tiene el objetivo de realizar un análisis sobre la existencia de cambios en dicha motivación antes y durante la pandemia de un grupo de

comerciantes pertenecientes al sector informal que cuenten con una presencia de al menos dos años laborando y que dicho tiempo este situado previo y posterior a la pandemia.

Hipótesis de Trabajo

Antes de la pandemia de Covid-19 los comerciantes ambulantes localizados en la zona centro de la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca, presentarán mayor satisfacción en los factores motivacionales y no insatisfacción en los higiénicos. Mientras que tras la pandemia de Covid-19 los comerciantes ambulantes presentarán mayor insatisfacción en los factores higiénicos y no satisfacción en los motivacionales.

Participantes.

1. Grupo pretest

En 2019 se realizó el primer levantamiento de la información, a 144 personas (77 hombres y 67 mujeres) pertenecientes al comercio informal ambulante del casco urbano de la ciudad de Tuxtepec, Oaxaca. Al momento de responder el cuestionario su edad oscilaba entre los 12 y más de 65 años. Con respecto al puesto de trabajo el 59.03% de las personas mencionaron ser dueños del negocio mientras que el 40.97% restante solamente son encargados. Más de la mitad de los comerciantes ambulantes tenía una antigüedad de entre 2 a 10 años (53.47%, 77); cerca de una quinta parte más de 10 años (el 20.83%, 30) o menos de 2 años (el 18.75%, 27), el resto más de 30 años de antigüedad (6.95%, 10). Asimismo, más de la mitad de los participantes (el 56.94%) trabaja los 7 días de la semana, el 27.78% solo 6 y el resto menos de 6 días (ver tabla 18).

Tabla 18. Datos demográficos y laborales distribuidos por el sexo de los participantes antes de pandemia Covid-19.

Datos socio-demográficos				
Categorías		Sexo		Total General
		Hombres	Mujeres	
Edad	12 a 17 años	3	2	5
	18 a 24 años	17	16	33
	25 a 40 años	26	22	48
	41 a 50 años	16	14	30
	51 a 64 años	12	9	21
	65 a + años	3	4	7
Nivel de estudios	Sin estudios	8	12	20
	Primaria	16	10	26
	Secundaria	30	24	54
	Preparatoria	21	13	34
	Carrera Universitaria	2	7	9
	Sin información	0	1	1
Lugar de procedencia	Locales	46	50	96
	Foráneos	31	17	48
Datos laborales				
Puesto	Encargados	34	25	59
	Dueños	43	42	85
Antigüedad laboral	Menos de 2 años	13	14	27
	Entre 2 y 10 años	43	34	77
	Más de 10 años	15	15	30
	Más de 30 años	6	4	10
Días laborados semanalmente	2 Días	1	0	1
	3 Días	1	2	3
	4 Días	1	0	1
	5 Días	5	12	17
	6 Días	18	22	40
	7 Días	51	31	82

Fuente: Elaboración propia.

2. Grupo posttest

En 2022, se llevó a cabo el segundo levantamiento de información, en donde el cuestionario se administró a aquellos comerciantes con una antigüedad laboral igual o mayor a 2 años. El cuestionario se administró a 91 personas (52 hombres y 39 mujeres). Su edad oscilaba entre 12 y más de 65 años, siendo 37.36 años la edad promedio (d.s. \pm 15.00) en donde dos terceras partes de los encuestados cuentan con una antigüedad laboral de entre 2 y 10 años (65.93%, 60); una cuarta parte más de 10 años (24.18%, 22) y el resto más de 30

años (9.89%, 9). Con respecto al puesto de trabajo el 60.44% de las personas mencionaron ser dueños del negocio mientras que el 39.56% restante fueron encargados, observándose que en esta ocasión el 93.41% de los comerciantes laboran mayormente entre 7 y 6 días (el 60.44% y el 32.97%, respectivamente) a la semana (ver tabla 19).

Tabla 19. Datos demográficos y laborales distribuidos por el sexo de los participantes durante la pandemia Covid-19.

Datos socio-demográficos				
Categorías		Sexo		Total General
		Hombres	Mujeres	
Edad	12 a 17 años	2	4	6
	18 a 24 años	7	5	12
	25 a 40 años	28	16	44
	41 a 50 años	3	6	9
	51 a 64 años	6	7	13
	65 a + años	6	1	7
Nivel de estudios	Sin estudios	3	6	9
	Primaria	10	7	17
	Secundaria	15	14	29
	Preparatoria	18	9	27
	Carrera Universitaria	6	3	9
Lugar de procedencia	Locales	37	25	62
	Foráneos	15	14	29
Datos laborales				
Puesto	Encargados	21	15	36
	Dueños	31	24	55
Antigüedad laboral	Entre 2 y 10 años	32	28	60
	Más de 10 años	15	7	22
	Más de 30 años	5	4	9
Días laborados semanalmente	5 Días	3	3	6
	6 Días	15	15	30
	7 Días	34	21	55

Fuente: Elaboración propia.

Instrumento.

Para la realización del presente estudio se elaboró un instrumento que tiene como propósito identificar la motivación de los comerciantes informales ambulantes a partir de la teoría de Herzberg (1966). Entendiéndose ésta como el resultado de las múltiples diferencias que existen entre las personas acerca del trabajo y del valor que a éste le asignan en sus vidas (Herzberg, 1966).

El instrumento utilizado consta de 29 ítems, distribuidos en las escalas “factores higiénicos”, “factores motivacionales” y, datos sociodemográficos y laborales. El formato de respuesta es una escala tipo Likert de cuatro opciones de respuesta (1= Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= De acuerdo y 4= Totalmente de acuerdo) (ver anexo 1).

La tabla 20 contiene los resultados del alfa de Cronbach (α) de las escalas del estudio. De acuerdo con Aiken (2003) un coeficiente de confiabilidad de 0.60 a 0.70 puede considerarse satisfactorio. Como puede apreciarse las escalas de “factores higiénicos” y “factores motivacionales” obtuvieron valoraciones satisfactorias ($\alpha=0.74$ y $\alpha=0.86$, respectivamente).

Tabla 20. Resultados del alfa de Cronbach de las escalas.

Factores	Alfa de Cronbach	No. de ítems
<i>Higiénicos</i>	0.74	6
<i>Motivacionales</i>	0.86	15

Fuente: Elaboración propia.

Conducción del Estudio.

El instrumento se aplicó en dos etapas diferentes, siendo la primera antes de la pandemia del Covid-19 y la segunda durante la pandemia.

En el primer levantamiento de información, el instrumento se aplicó en un periodo comprendido entre noviembre de 2019 y enero de 2020. La administración la realizaron las alumnas de quinto semestre de la Licenciatura en Ciencias Empresariales, Noelia Olea Zavaleta y Andrea Paola Arau Silva. El cuestionario se aplicó a comerciantes informales ambulantes del casco urbano de la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca, dicha aplicación se realizó de manera personal, sin embargo, las respuestas fueron dándose de alta en un cuestionario en línea por medio de la plataforma *Survey Monkey*; el tiempo promedio de contestación por cuestionario fue de 7.5 minutos.

Por su parte, en el segundo levantamiento de información, el instrumento se aplicó durante la tercera semana de agosto de 2022. La administración realizada de manera individual por la egresada de la Licenciatura en Ciencias Empresariales, Andrea Paola Arau Silva. El cuestionario se aplicó de igual forma a los comerciantes informales ambulantes del casco urbano de la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca sin embargo, se tomó como criterio que estos tuvieran una antigüedad de mínimo 2 años, es decir, que sean

comerciantes que hayan estado establecidos desde antes de la pandemia del Covid-19 y que hayan permanecido después de la misma. El tiempo promedio de aplicación del cuestionario por persona fue de 6 minutos. Las respuestas se guardaron en el cuestionario en línea por medio de *Google Forms*. La tasa de no respuesta fue de 20.86% (24 comerciantes).

Análisis de datos.

Para el análisis de la información y comprobación de la hipótesis de trabajo se recurrió a los estadísticos de medidas de tendencia central (media y mediana, la prueba t, el ANOVA de un factor y el análisis de correspondencia canónica (ver tabla 21).

Tabla 21. Análisis estadísticos utilizados para probar la hipótesis de trabajo.

Estadísticos	Descripción del estudio
Medidas de tendencia central (media)	Dicha prueba se realizará para identificar los promedios de edad, antigüedad laboral y días laborados distribuidos por el tiempo de la administración y el sexo de los participantes.
Medidas de tendencia central (mediana)	Esta prueba se realizará para la estandarización del instrumento. A este respecto, las puntuaciones directas que se obtendrán de las calificaciones de los factores motivacionales e higiénicos.
Medidas de variabilidad (desviación estándar)	La prueba se realizará para identificar la desviación estándar de la edad, la antigüedad laboral y los días laborados distribuidos por el tiempo de la administración y el sexo de los participantes.
Prueba T de Student	Esta prueba estadística se realizará para identificar si existen diferencias estadísticamente significativas entre las variables de los factores motivacionales e higiénicos (antes y después de la pandemia del Covid-19) y los datos sociodemográficos como el sexo, el puesto y el lugar de procedencia de los comerciantes informales.
ANOVA de un factor	Esta prueba estadística se realizará para identificar si existen diferencias estadísticamente significativas entre las variables factores motivacionales e higiénicos (antes y después de la pandemia del Covid-19) con respecto a los datos sociodemográficos y laborales como el nivel de estudios, la edad y la antigüedad laboral.
Correspondencia canónica	La prueba se realizará para examinar la relación lineal entre la satisfacción y no satisfacción (factores motivacionales) e insatisfacción y no insatisfacción (factores higiénicos), antes y después de la pandemia del Covid-19 con respecto al sexo, el puesto, el lugar de procedencia, la edad, la antigüedad laboral y los días laborados.

Fuente: Elaboración propia.

- Medidas de tendencia central (media y mediana)

Las medidas de tendencia central son los valores que representan un conjunto de datos de forma tal que ayudan a saber dónde están acumulados los datos, pero sin indicar cómo se distribuyen. Se llaman así porque tienden a ubicarse en la parte central del conjunto de datos.

-Media aritmética: Es la medida de tendencia central más comúnmente utilizada, se denota por \bar{x} o por la letra μ según se calcule en una muestra o en la población, respectivamente (Quevedo, 2011). Puede obtenerse sumando un conjunto de porcentajes y dividiendo entre el número de éstos, por lo tanto, se define como la suma de un conjunto de puntajes divididos entre el número total de puntajes del conjunto, teniendo por fórmula la siguiente:

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

Donde:

\bar{x} = la media (muestra, en caso de ser una población se utiliza μ)

Σ = la suma (expresada por la letra mayúscula griega sigma)

X= un porcentaje no procesado en un conjunto de datos

n= el número total de puntajes en un conjunto (muestra, en caso de ser una población se utiliza la letra N mayúscula)

-Mediana: Es el valor que divide a la mitad la serie de datos que se tienen. Es decir, la mediana queda en medio de todos los datos cuando los acomodas ya sea en orden creciente o decreciente, entonces, el número de datos que queda a la izquierda de la mediana es igual al número de datos que queda a la derecha. Si n es impar hay un dato que queda en medio de todos, éste será igual a la mediana. Si n es par hay dos datos que quedan en medio de todos, en este caso la mediana es el promedio de esos dos datos, es decir, su suma dividida entre dos (Quevedo, 2011).

- Prueba t de Student

En probabilidad y estadística, la distribución-t o distribución t de Student es una prueba paramétrica de comparación de dos muestras independientes, debe cumplir características como: 1) asignación aleatoria de los grupos, 2) Homocedasticidad (homogeneidad de las varianzas de la variable dependiente de los grupos), 3) Distribución normal de la variable

dependiente en los dos grupos y 4) Nivel intervalar o de razón de la variable dependiente. Su principal función es comparar dos grupos de puntuaciones (medias aritméticas) y determinar que la diferencia no se deba al azar (que la diferencia sea estadísticamente significativa) (Juárez, Villatoro y López, 2011).

Para calcular la prueba t se debe tomar en cuenta la diferencia entre las medias muestrales y dividir las entre el error estándar de la diferencia, siendo la fórmula la siguiente:

$$\bar{x} = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sigma_{dif}}$$

Donde:

\bar{X}_1 = la media de la primera muestra

\bar{X}_2 = la media de la segunda muestra

σ_{dif} = el error estándar de la diferencia

Es importante mencionar que la prueba t debe interpretarse con referencia a los grados de libertad (gl) que varían directamente con el tamaño de la muestra y van a determinar la forma de la distribución muestral de diferencias, mientras mayor sean los grados de libertad, más se acercará la distribución de diferencias a una distribución de la curva normal (Hurtado y Hurtado, 2015). Los grados de libertad se calculan de la siguiente manera:

$$gl = (N_1 + N_2) - 2$$

Donde:

N_1 = el tamaño de la primera muestra

N_2 = el tamaño de la segunda muestra

Se puede interpretar cualquier prueba t que obtenida con ayuda de la tabla de valores de t a los niveles de confianza de 0.05 y 0.01, y del número de grados de libertad que se hayan calculado.

- ANOVA de un factor

El análisis de la varianza (ANOVA, Analysis Of Variance, según la terminología inglesa) es un conjunto de técnicas estadísticas de gran utilidad y ductilidad. Es útil cuando hay más de dos grupos que necesitan ser comparados, cuando hay mediciones repetidas en más

de dos ocasiones, cuando los sujetos pueden variar en una o más características que afectan el resultado y se necesita ajustar su efecto o cuando se desea analizar simultáneamente el efecto de dos o más tratamientos diferentes (Dagnino, 2014). La forma más simple es el llamado ANOVA de una vía o factor, cuando existe una sola variable independiente para clasificar a los sujetos y dos o más niveles (que definen los grupos) de ella.

Esencialmente, en un set de datos cualesquiera, se compara la variabilidad entre individuos dentro de cada grupo con aquella que proviene de cualquier diferencia sistemática entre los grupos. En jerga estadística, se calcula la variabilidad total de un set de datos (diferencia al cuadrado de cada valor individual con la media global) y la de los componentes de las diversas fuentes de variabilidad. Para ello, se calcula la varianza de las medias de los grupos (varianza entre, “*between*”) y la varianza dentro de cada grupo (varianza dentro; “*within*”) también llamada error o residual. Se denomina así, pues, luego de explicar la parte de la variabilidad total que corresponde al factor que interesa analizar, queda esta variabilidad no explicada y que puede tener diversos orígenes como, por ejemplo, error en las mediciones (y de aquí su nombre) o en la variabilidad individual. Si los grupos provienen de una misma población, las varianzas calculadas serán muy similares entre sí, por lo que su razón será cercana a 1. Esta razón es un número denominado F (en honor a Fisher), un estadístico como la t de Student o la r de Pearson, cuya distribución es conocida cuando la hipótesis nula es verdadera (Dagnino, 2014). La fórmula es la siguiente:

$$F = \frac{S_{entre}}{S_{dentro}}$$

La secuencia de los cálculos y el resultado de ellos puede resumirse así: la variabilidad total es la suma de los cuadrados de la diferencia de cada una de las observaciones con la media global. Este total se divide en varianza *dentro* de los grupos, que es la suma de los cuadrados de la diferencia entre cada observación y la media del grupo respectivo, y la variabilidad *entre* los grupos, calculada como la suma de los cuadrados de las diferencias entre la media de cada grupo y la media global. Cada una de estas variabilidades es reducida a una varianza estimada, conocida como media cuadrática, dividiéndola por los respectivos grados de libertad. Es la razón entre estas medias cuadráticas la que se usa para calcular el valor de F. Para la varianza, son uno menos que el número de observaciones: grupos -1 y la suma del número de observaciones en cada grupo -1. Los grados de libertad del error (dentro) son iguales a la diferencia entre los dos anteriores. La

media cuadrática dentro de los grupos también se llama residual o error pues es lo que resta luego de sacar el efecto de grupos: mide la variación aleatoria luego de restar el efecto sistemático (Dagnino, 2014).

- Análisis de correspondencia canónica

De acuerdo a Badii, Castillo, Cortez, Wong y Villalpando (2007) el análisis de correlación canónica es un tipo de análisis estadístico lineal de múltiples variables, descrito inicialmente por Hotelling (1935 citado en Badii et al 2007). El análisis de correlación canónica trata con la asociación entre los conjuntos de variables múltiples dependientes e independientes. Por ello, desarrolla varias funciones canónicas que maximizan la correlación entre combinaciones lineales, también conocidas como valores teóricos canónicos, que son conjuntos de variables dependientes e independientes. Cada función canónica se basa realmente en la correlación entre dos valores teóricos canónicos, un valor teórico para las variables dependientes y otro para las variables independientes. Otra característica única de la correlación canónica es que se obtienen los valores teóricos de forma que se maximice su correlación. Además, la correlación canónica no acaba con la obtención de una relación simple entre los conjuntos de variables. En su lugar, se pueden conseguir varias funciones canónicas. El método tiene como objetivos los siguientes (Badii et al 2007):

1. Determinar si dos conjuntos de variables (medidas realizadas sobre los mismos objetivos) son independientes uno de otro o inversamente, determinar la magnitud de las relaciones que pueden existir entre los dos conjuntos.
2. Obtener un conjunto de ponderaciones para cada conjunto de variables criterio y variables predictoras, para que las combinaciones lineales de cada conjunto estén correlacionadas de forma máxima. Las funciones lineales adicionales que maximizan la restante correlación son independientes de los conjuntos anteriores de combinaciones lineales.
3. Explicar la naturaleza de cualquiera de las relaciones existentes entre los conjuntos de variables criterio y variables predictoras, generalmente mide la contribución relativa de cada variable a las funciones canónicas.

CAPITULO V

RESULTADOS

Resultados

Los resultados se distribuyen en tres apartados: En el primero se presentan los relativos a la motivación de los comerciantes ambulantes antes de la pandemia del Covid-19, el segundo tiene que ver con los resultados de la motivación durante la pandemia del Covid-19. Estos se dividen en dos subapartados, la descripción del análisis de frecuencias para determinar la satisfacción y la no satisfacción de los factores motivacionales, así como la no insatisfacción y la insatisfacción de los factores higiénicos y los estadísticos t de student y ANOVA, los cuales permiten identificar diferencias estadísticamente significativas entre los factores motivacionales e higiénicos y los datos sociodemográficos y laborales. Finalmente, en el tercer apartado se muestran los resultados de los análisis de t de student para determinar diferencias estadísticas entre la motivación de los comerciantes ambulantes antes y durante la pandemia del Covid-19, y el Análisis de Correspondencia Canónica (CCA, por sus siglas en inglés) para examinar la relación lineal entre la satisfacción y no satisfacción (factores motivacionales) e insatisfacción y no insatisfacción (factores higiénicos) con las variables moderadoras: días laborados, antigüedad y edad.

Para evaluar el grado de motivación de los comerciantes informales, las puntuaciones directas se cortaron por la mediana de los valores. Para el caso de los factores motivacionales, valores iguales y por encima de la mediana implican satisfacción, y por debajo de la mediana no satisfacción, mientras que para los factores higiénicos valores iguales y por encima de la mediana implican insatisfacción, y por debajo de la mediana no insatisfacción (ver tabla 22).

Tabla 22. Valoraciones para evaluar el nivel de motivación.

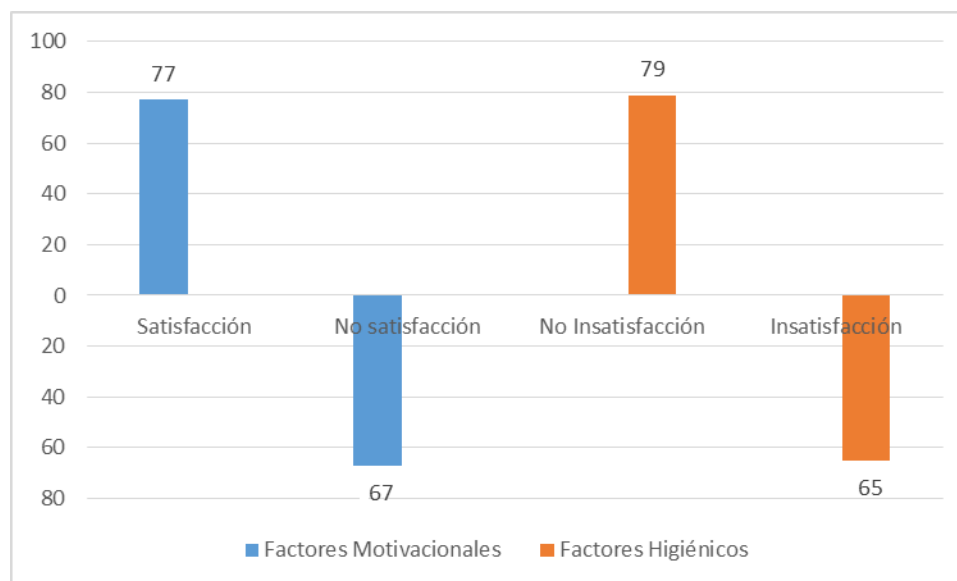
Factores	Rango de calificación	
	Motivacionales	Satisfacción
42-57		21-41
Higiénicos	No Insatisfacción	Insatisfacción
	16-24	6-15

Fuente: Elaboración propia.

Motivación de los comerciantes ambulantes antes del Covid-19

De acuerdo con las calificaciones antedichas, la gráfica 1 presenta la distribución de frecuencias de los niveles de satisfacción. Las barras azules corresponden a los factores motivacionales (Satisfacción vs. No satisfacción) y las barras anaranjadas representan a los factores higiénicos (No insatisfacción vs. Insatisfacción). Con respecto a los factores motivacionales, más comerciantes informales del casco urbano de Tuxtepec, Oaxaca muestran Satisfacción (n=77) que No satisfacción (n=67), es decir, se encuentran interesados en su trabajo, tienen una percepción de reconocimiento y progreso laboral. En cuanto a los factores higiénicos, los vendedores ambulantes muestran en primer término, No insatisfacción (n=79) y en segundo, Insatisfacción (n=65), es decir, el trabajo en sí no les genera motivación en su trabajo, pero las condiciones del mismo no les generan insatisfacción.

Se realizó el cálculo de la χ^2 de bondad de ajuste para determinar diferencias entre el nivel de satisfacción y no insatisfacción vs. no satisfacción e insatisfacción de los factores. A pesar de que más vendedores ambulantes refirieron Satisfacción y No insatisfacción dichas diferencias, no fueron estadísticamente significativas $\chi^2(288,1)=0.06$; $p>0.05$.



Gráfica 8. Motivación de los vendedores ambulantes antes de la pandemia del Covid-19.

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 23 presenta las medias y desviaciones estándar antes de la pandemia del Covid-19 de cada enunciado de los factores higiénicos y motivacionales correspondientes al instrumento utilizado en la presente investigación.

Tabla 23. Media y desviación estándar de los enunciados del instrumento antes de pandemia del Covid-19.

Factores	Pregunta	Enunciado	Media	d.s
Motivacionales	P012	En el trabajo sus opiniones son tomadas en cuenta	3.49	0.74
	P016	Existe una comunicación afectiva y amigable dentro del sector	3.42	0.71
	P019	Ha tenido oportunidad de aprender	3.19	0.83
	P006	Al término de la jornada laboral se siente satisfecho	3.04	0.78
	P001	El trabajo ha cumplido con las expectativas que tenía desde que comenzó a trabajar en él	2.91	0.74
	P007	El esfuerzo que pone en su trabajo está acorde con las retribuciones que recibe de él	2.87	0.80
	P015	Sus gustos personales lo motivaron a elegir este trabajo	2.80	1.06
	P003	Siente estabilidad en el empleo	2.78	0.85
	P013	Se ha sentido abrumado por el ambiente laboral	2.78	1.03
	P011	Ha tenido oportunidad de crecer laboralmente	2.68	0.93
	P021	Siente seguridad en el empleo	2.64	0.91
	P004	Ha experimentado frustración al realizar sus actividades laborales	2.58	1.10
	P008	Ha experimentado estrés al realizar sus actividades laborales	2.33	1.19
	P005	La distancia de su lugar de trabajo con su hogar familiar influye en la decisión de laborar ahí	2.17	1.11
P018	Esta actividad le restringe la obtención de seguridad social	2.11	0.94	
Higiénicos	P009	Entre los beneficios que encuentra al dedicarse a esta actividad está la reducción de gastos públicos	3.17	0.82
	P002	El horario en el que trabaja se acomoda con sus actividades personales	2.95	0.89
	P017	Este negocio le es más rentable que trabajar en una empresa	2.78	1.05
	P020	Es el sueldo que percibe suficiente para cubrir sus necesidades	2.64	0.95
	P010	Recibe por esta actividad mayores ingresos	2.42	0.93
	P014	Esta actividad le otorga las prestaciones necesarias	1.94	0.84

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la tabla anterior se observa que en los factores motivacionales en los ítems *“En el trabajo sus opiniones son tomadas en cuenta”* (m=3.48; d.s.=0.73), *“Ha tenido oportunidad de aprender”* (m=3.19; d.s.=0.83) y *“Al término de la jornada laboral se siente satisfecho”* (m=3.04; d.s.=0.78) los trabajadores se encuentran altamente satisfechos con su trabajo gracias a que cuentan con una percepción de reconocimiento y progreso laboral.

Asimismo, los comerciantes están totalmente de acuerdo con que *“Existe una comunicación afectiva y amigable dentro del sector”* (m=3.41; d.s. 0.71), así como que se encuentran de acuerdo en los hechos de que *“El trabajo ha cumplido con las expectativas que tenía desde que comenzó a trabajar en él”* (m=2.91; d.s.=0.74), *“El esfuerzo que pone en su trabajo está acorde con las retribuciones que recibe de él”* (m=2.87; d.s.=0.80) y *“Sus gustos personales lo motivaron a elegir este trabajo”* (m=2.80; d.s.=1.06). Dichos ítems hacen referencia principalmente al trabajo en sí, el interés que éste despierta en los comerciantes, y a la satisfacción del comerciante con su productividad y rendimiento en el negocio.

Con respecto a los factores higiénicos se observa que los comerciantes se encuentran no insatisfechos con los enunciados *“Entre los beneficios que encuentra al dedicarse a esta actividad está la reducción de gastos públicos”* (m=3.17; d.s.=0.82), *“El horario en el que trabaja se acomoda con sus actividades personales”* (m=2.95; d.s.=0.89) y *“Este negocio le es más rentable que trabajar en una empresa”* (m=2.78; d.s.=1.05), los cuales hacen referencia a cómo se sienten los vendedores ambulantes en relación con su negocio, enfatizando que si bien a los comerciantes el puesto de trabajo en sí no les genera motivación, las condiciones de dicho puesto tampoco les genera insatisfacción.

Diferencias entre la motivación y las variables demográficas de los vendedores ambulantes antes de la pandemia

Para determinar diferencias entre la motivación de los vendedores ambulantes y las variables demográficas y laborales, se realizó el cálculo del estadístico t de student o de la varianza de un factor (ANOVA), según corresponda en cada caso.

Con respecto al sexo los hombres presentan mayor satisfacción respecto a las mujeres en los factores motivacionales (\bar{x} =42.01, d.s.=6.10 vs. \bar{x} =41.52, d.s.=6.01). Mientras que en los factores higiénicos fueron las mujeres quienes presentaron más no insatisfacción que los hombres (\bar{x} =15.96, d.s.=2.90 vs. \bar{x} =15.87, d.s.=3.09). No obstante, al realizar el estadístico t de student, los resultados reportaron diferencias no significativas $t(142, 1 \text{ cola})=0.48; p>0.05$ y $t(142, 1 \text{ cola})=-0.16; p>0.05$, respectivamente.

En cuanto a la residencia de los ambulantes, se observa que son los comerciantes foráneos quienes se encuentran más satisfechos ($\bar{x}=42.83$, d.s.=4.31 vs. $\bar{x}=41.26$, d.s.=6.70) y con mayor no insatisfacción que los comerciantes locales ($\bar{x}=16.52$, d.s.=2.78 vs. $\bar{x}=15.60$, d.s.=3.06). Sin embargo, en los factores motivacionales no se reportaron diferencias significativas $t(142, 1 \text{ cola})=1.48$; $p>0.05$, contrario a los factores higiénicos en donde sí se encontraron dichas diferencias $t(142, 1 \text{ cola})=-1.74$; $p<0.05$, lo que significaría que los comerciantes foráneos se sienten de mejor manera con respecto a las condiciones de trabajo, la administración del negocio y los beneficios y servicios sociales que obtienen del mismo, que los comerciantes locales.

La tabla 24 presenta los resultados del ANOVA de un factor de la motivación respecto a la escolaridad de los comerciantes ambulantes. Centrándose en los factores motivacionales, se aprecia que entre mayor sea el nivel de estudios de las personas percibirán mayor satisfacción. En este factor los vendedores ambulantes que cuentan con preparatoria reportaron la media más alta ($\bar{x}=43.29$, d.s.=6.67).

Dicho fenómeno de igual manera se presenta en los factores higiénicos, en donde entre mayor sea la escolaridad, los comerciantes presentan mayor no insatisfacción, siendo aquellos con una carrera universitaria los que presentan la media más alta ($\bar{x}=16.78$, d.s.=3.67).

No obstante, al realizar el estadístico ANOVA de un factor dichas diferencias no fueron significativas $F(4,1)=1.18$; $p>0.05$. y $F(4,1)=1.12$; $p>0.05$, respectivamente.

Tabla 24. Estadístico ANOVA de los factores respecto al nivel de estudios antes de la pandemia del Covid-19.

Factores	Escolaridad	Media	d.s.	F(4,1)
Motivacionales	Sin estudios	39.95	4.89	1.18
	Primaria	41.19	6.41	
	Secundaria	41.96	5.81	
	Preparatoria	43.29	6.67	
	Carrera Universitaria	40.44	6.11	
Higiénicos	Sin estudios	15.20	2.86	1.12
	Primaria	15.62	2.87	
	Secundaria	15.69	2.85	
	Preparatoria	16.65	3.21	
	Carrera Universitaria	16.78	3.67	

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a los grupos etarios, se observa que entre más joven sea el comerciante percibirá más satisfacción en los factores motivacionales o más no insatisfacción en los factores higiénicos. De ahí, el grupo de 12 a 17 años son los que presentan una media superior en los factores motivacionales ($\bar{x}=48.40$, d.s.=3.85), así como en los factores higiénicos ($\bar{x}=17.00$, d.s.=3.54). A pesar de las diferencias entre dichos grupos etarios, no se encontraron diferencias significativas en ninguno de los factores $F(5,1)=1.92$; $p>0.05$ y $F(5,1)=0.27$; $p>0.05$, respectivamente (ver tabla 25).

Tabla 25. Estadístico ANOVA de los factores respecto a los grupos etarios antes del Covid-19.

Factores	Grupos etarios	Media	d.s.	F(5,1)
Motivacionales	12 a 17 años	48.40	3.85	1.92
	18 a 24 años	40.91	5.94	
	25 a 40 años	42.06	6.08	
	41 a 50 años	42.53	6.37	
	51 a 64 años	40.81	5.90	
	65 o más años	39.00	3.61	
Higiénicos	12 a 17 años	17.00	3.54	0.27
	18 a 24 años	16.12	3.08	
	25 a 40 años	15.90	3.09	
	41 a 50 años	15.80	3.01	
	51 a 64 años	15.76	2.64	
	65 o más años	15.14	3.29	

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al puesto de los comerciantes (encargado o dueño), se encontró que en los factores motivacionales e higiénicos, la media de los dueños de los negocios ($\bar{x}=42.26$, d.s.=6.03 y $\bar{x}=16.33$, d.s.=2.95) fue superior que la media obtenida por los encargados de los negocios ($\bar{x}=41.10$, d.s.=6.05 y $\bar{x}=15.31$, d.s.=2.97). No se encontraron diferencias significativas en factores motivacionales $t(142, 1 \text{ cola})=-1.13$; $p>0.05$. No obstante, para los factores higiénicos si se encontraron diferencias significativas $t(142, 1 \text{ cola})=-2.04$; $p<0.05$. En relación a eso, puede mencionarse que los dueños se encuentran motivados con respecto al contexto de su trabajo o el cómo se siente el individuo en relación con su negocio, sin embargo, dicha motivación no se encuentra en un nivel elevado para generar

satisfacción o estimularlo a realizar un mejor desempeño, pero sí para contribuir en la disminución de la insatisfacción que pudiera existir con el mismo (ver tabla 26).

Tabla 26. Estadístico *t* de student de los factores respecto al puesto de trabajo antes del Covid-19.

Factores	Puesto de trabajo	Media	d.s.	t (142, 1 cola)
Motivacionales	Encargados	41.10	6.05	-1.13
	Dueños	42.26	6.03	
Higiénicos	Encargados	15.31	2.97	-2.04*
	Dueños	16.33	2.95	

* $p < 0.05$

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la antigüedad laboral de los comerciantes, se observa que en los factores motivacionales el grupo de entre 2 y 10 años de antigüedad ($\bar{x}=42.77$, d.s.=5.62) son quienes tienen más satisfacción y los de más de 30 años ($\bar{x}=38.90$, d.s.=6.05) son quienes cuentan con menos satisfacción.

Algo similar ocurre en los factores higiénicos, el grupo de entre 2 y 10 años ($\bar{x}=16.40$, d.s.=2.98) son quienes cuentan con una mayor no insatisfacción y son los de más de 30 años ($\bar{x}=14.70$, d.s.=3.47) quienes tienen una no insatisfacción menor.

Sin embargo, al realizar el ANOVA de un factor, los resultados no mostraron diferencias significativas en ninguno de los dos factores $F(3,1)=2.18$, $p > 0.05$ y $F(3,1)=2.19$; $p > 0.05$, respectivamente (ver tabla 27).

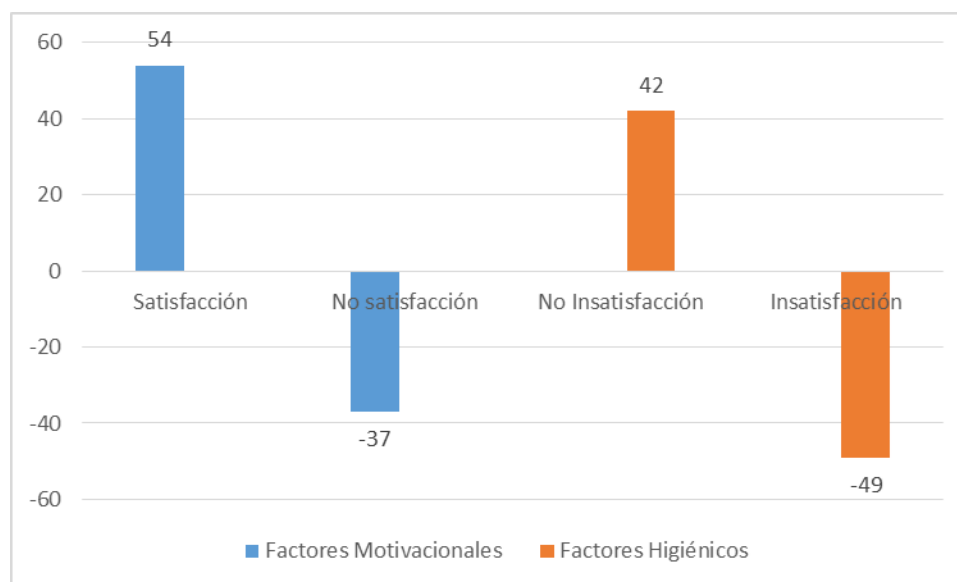
Tabla 27. Estadístico ANOVA de los factores respecto a la antigüedad laboral antes del Covid-19.

Factores	Antigüedad	Media	d.s.	F(3,1)
Motivacionales	Menos de 2 años	40.11	6.77	2.18
	Entre 2 y 10 años	42.77	5.62	
	Más de 10 años	41.73	6.06	
	Más de 30 años	38.90	6.05	
Higiénicos	Menos de 2 años	14.96	3.18	2.19
	Entre 2 y 10 años	16.40	2.98	
	Más de 10 años	15.90	2.48	
	Más de 30 años	14.70	3.47	

Fuente: Elaboración propia.

Motivación de los comerciantes ambulantes durante el Covid-19

De acuerdo con las calificaciones presentadas en la tabla 22, los comerciantes informales de la zona centro de Tuxtepec, en los factores motivacionales muestran una mayor satisfacción (n=54) que no satisfacción (n=37), es decir, durante la pandemia del Covid-19 siguen motivados con respecto al contenido de su cargo laboral, no obstante, en los factores higiénicos existe un mayor número de personas que presentan más insatisfacción (n=49) que no insatisfacción (n=42), es decir, que el contexto de su trabajo, hablando de las condiciones del trabajo, la administración y los beneficios del mismo, por ejemplo, después de la pandemia les generan insatisfacción a los vendedores ambulantes. Sin embargo, al realizar el cálculo de la χ^2 de bondad de ajuste para determinar diferencias entre el nivel de satisfacción y no insatisfacción vs. no satisfacción e insatisfacción de los factores, a pesar de que más vendedores ambulantes refirieron Satisfacción e Insatisfacción, dichas diferencias no fueron estadísticamente significativas $\chi^2 (182,1)=3.17;p>0.05$ (ver gráfica 9).



Gráfica 9. Motivación de los vendedores ambulantes durante la pandemia del Covid-19.

Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, se presentan en la tabla 28 las medias y desviaciones estándar durante la pandemia del Covid-19 de cada enunciado de los factores higiénicos y motivacionales correspondientes al instrumento utilizado en la presente investigación.

Tabla 28. Media y desviación estándar de los enunciados del instrumento durante la pandemia del Covid-19.

Factores	Pregunta	Enunciado	Media	d.s
Motivacionales	P019	Ha tenido oportunidad de aprender	3.85	0.54
	P016	Existe una comunicación afectiva y amigable dentro del sector	3.67	0.72
	P012	En el trabajo sus opiniones son tomadas en cuenta	3.64	0.68
	P006	Al término de la jornada laboral se siente satisfecho	3.34	0.90
	P007	El esfuerzo que pone en su trabajo está acorde con las retribuciones que recibe de él	3.18	1.10
	P003	Siente estabilidad en el empleo	3.08	1.07
	P011	Ha tenido oportunidad de crecer laboralmente	3.08	1.04
	P001	El trabajo ha cumplido con las expectativas que tenía desde que comenzó a trabajar en él	2.96	1.09
	P021	Siente seguridad en el empleo	2.79	1.16
	P013	Se ha sentido abrumado por el ambiente laboral	2.75	1.32
	P004	Ha experimentado frustración al realizar sus actividades laborales	2.21	1.32
	P015	Sus gustos personales lo motivaron a elegir este trabajo	2.18	1.33
	P005	La distancia de su lugar de trabajo con su hogar familiar influye en la decisión de laborar ahí	2.07	1.32
	P018	Esta actividad le restringe la obtención de seguridad social	1.92	1.15
Higiénicos	P008	Ha experimentado estrés al realizar sus actividades laborales	1.76	1.11
	P002	El horario en el que trabaja se acomoda con sus actividades personales	3.04	1.22
	P017	Este negocio le es más rentable que trabajar en una empresa	2.91	1.26
	P020	Es el sueldo que percibe suficiente para cubrir sus necesidades	2.71	1.20
	P009	Entre los beneficios que encuentra al dedicarse a esta actividad está la reducción de gastos públicos	2.62	1.09
	P010	Recibe por esta actividad mayores ingresos	2.08	1.22
P014	Esta actividad le otorga las prestaciones necesarias	1.77	0.90	

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a los resultados de la tabla 28, se observa que como fue mencionado en el apartado anterior, los comerciantes informales cuentan con una mayor satisfacción en los factores motivacionales.

Lo anterior puede observarse en los enunciados “*Ha tenido oportunidad de aprender*” ($m=3.85$; $d.s.=0.54$), “*Existe una comunicación afectiva y amigable dentro del sector*”

($m=3.67$; $d.s.=0.72$), *“En el trabajo sus opiniones son tomadas en cuenta”* ($m=3.64$; $d.s.=0.68$) y *“Al término de la jornada laboral se siente satisfecho”* ($m=3.34$; $d.s.=0.90$) los cuales hacen principalmente referencia a la realización, el reconocimiento y el progreso laboral que tienen los comerciantes con respecto a su cargo, en los cuales se encuentran totalmente de acuerdo refiriendo de esta manera que aun tras la pandemia ellos siguen siendo motivados gracias a la satisfacción del vendedor ambulante con su productividad y su rendimiento en el negocio, así como el ascenso o mejoramiento de la posición dentro del negocio. Lo anterior se refuerza al comparar los resultados de los enunciados *“Siente estabilidad en el empleo”* y *“Ha tenido oportunidad de crecer laboralmente”* ($m=3.08$; $d.s.=1.07$ y $m=3.08$; $d.s.=1.04$ respectivamente) los cuales tuvieron un aumento con respecto a antes de pandemia ($m=2.78$; $d.s.=0.85$ y $m=2.68$; $d.s.=0.93$).

Por su parte, los comerciantes informales se encuentran, en general, de acuerdo con los ítems referentes a los factores higiénicos, ejemplo de ello son los enunciados *“Este negocio le es más rentable que trabajar en una empresa”* ($m=2.91$; $d.s.=1.26$), *“Es el sueldo que percibe suficiente para cubrir sus necesidades”* ($m=2.71$; $d.s.=1.20$) y *“Entre los beneficios que encuentra al dedicarse a esta actividad está la reducción de gastos públicos”* ($m=2.62$; $d.s.=1.09$) los cuales hacen referencia a las condiciones del trabajo y a los beneficios y servicios sociales del mismo, mientras que en algo en que los comerciantes están totalmente de acuerdo es con el enunciado *“El horario en el que trabaja se acomoda con sus actividades personales”* ($m=3.04$; $d.s.=1.22$), en contraste a lo anterior, los comerciantes se encuentran en desacuerdo con que *“Esta actividad le otorga las prestaciones necesarias”* ($m=1.77$; $d.s.=0.90$).

La ligera disminución en las medias de los mismos generó que la insatisfacción predominara a la no insatisfacción, ejemplo de ello son los ítems *“Entre los beneficios que encuentra...”* ($m=3.17$; $d.s.=0.82$ vs. $m=2.62$; $d.s.=1.09$), *“Recibe por esta actividad mayores ingresos”* ($m=2.42$; $d.s.=0.93$ vs. $m=2.08$; $d.s.=1.22$) y *“Esta actividad le otorga...”* ($m=1.94$; $d.s.=0.84$ vs. $m=1.77$; $d.s.=0.90$) quienes contaban con una media mayor antes de pandemia que durante de la misma, lo que significaría que los comerciantes además de no encontrarse motivados con respecto al cómo se sienten en relación con su negocio, sentirían insatisfacción con el mismo.

Diferencias entre la motivación y las variables demográficas de los vendedores ambulantes durante la pandemia

De igual manera, para determinar diferencias entre la motivación de los vendedores ambulantes y las variables demográficas y laborales durante la pandemia del Covid-19, se realizó el cálculo del estadístico t de student o de la varianza de un factor (ANOVA), según corresponda a cada caso.

De acuerdo al sexo de los vendedores ambulantes, los resultados del cuestionario aplicado durante la pandemia de Covid-19 reportaron que son las mujeres quienes presentan una mayor satisfacción respecto a los hombres en los factores motivacionales ($\bar{x}=42.54$, d.s.=6.04 vs. $\bar{x}=41.38$, d.s.=7.05). Mientras que en los factores higiénicos fueron los hombres quienes presentaron más no insatisfacción respecto a las mujeres ($\bar{x}=15.44$, d.s.=3.93 vs. $\bar{x}=14.72$, d.s.=3.50). No obstante, al realizar el estadístico t de student dichas diferencias no fueron significativas $t(89, 1 \text{ cola})=-0.11$; $p>0.05$ y $t(89, 1 \text{ cola})=0.91$; $p>0.05$, respectivamente.

En cuanto a la residencia de los comerciantes, se encontró que las personas locales se encuentran más satisfechos ($\bar{x}=42.52$, d.s.=6.55 vs. $\bar{x}=42.31$, d.s.=6.82), mientras que contrariamente, las personas foráneas cuentan con mayor no insatisfacción que las personas locales ($\bar{x}=15.62$, d.s.=3.85 vs. $\bar{x}=14.90$, d.s.=3.71). Sin embargo, no se encontraron diferencias significativas $t(89, 1 \text{ cola})=0.14$; $p>0.05$ y $t(89, 1 \text{ cola})=0.85$; $p>0.05$, respectivamente.

La tabla 29 presenta los resultados del ANOVA de un factor de la motivación respecto a la escolaridad de los comerciantes ambulantes. En los factores motivacionales se aprecia que entre mayor sea el nivel de estudios de las personas tendrán mayor satisfacción, siendo los vendedores ambulantes que cuentan con carrera universitaria los que reportaron la media más alta ($\bar{x}=46.00$, d.s.=5.24).

Dicho fenómeno se repite en factores higiénicos, en donde entre mayor sea la escolaridad, los comerciantes presentarán más no insatisfacción, siendo aquellos con preparatoria los que sobresalen del resto ($\bar{x}=16.85$, d.s.=3.79).

Al realizar el estadístico ANOVA de un factor dichas diferencias fueron significativas tanto en los factores motivacionales $F(4,1)=3.43$; $p<0.05$, como en los factores higiénicos $F(4,1)=3.64$; $p<0.05$.

Recuérdese que en Oaxaca una tercera parte de las personas que se incorporan a la informalidad tiene como nivel de escolaridad el nivel medio superior y superior, la otra tercera parte secundaria completa y la otra tercera parte, se ve representada por aquellos que tienen la primaria completa (INEGI,2021), con esto y los resultados obtenidos se puede concluir que el nivel de estudios representa un determinante importante en la motivación de los comerciantes informales y entre mayores sean estos, se encontrarán más satisfechos con respecto a su trabajo, el reconocimiento y progreso laboral, la responsabilidad y realización del mismo, así como se encontrarán más no insatisfechos con el negocio en sí, las condiciones de trabajo, la administración del negocio, las relaciones con el supervisor y los beneficios y servicios sociales que puede obtener de dicho negocio.

Tabla 29. Estadístico ANOVA de los factores respecto al nivel de estudios durante el Covid-19.

Factores	Escolaridad	Media	d.s.	F(4,1)
Motivacionales	Sin estudios	38.67	7.58	3.43*
	Primaria	38.82	7.88	
	Secundaria	43.76	5.75	
	Preparatoria	43.41	5.48	
	Carrera Universitaria	46.00	5.24	
Higiénicos	Sin estudios	13.11	2.62	3.64*
	Primaria	13.24	3.51	
	Secundaria	15.03	3.96	
	Preparatoria	16.85	3.79	
	Carrera Universitaria	15.89	1.54	

*p<0.05

Fuente: Elaboración propia.

En los grupos etarios se observa que la edad no influye en gran medida en la satisfacción de los comerciantes en los factores motivacionales, puesto que, aunque el grupo con una media superior es el de 18 a 24 años (\bar{x} =45.17, d.s.=6.69) seguido de los grupos de 65 años y más y 51 a 64 años presentan medias altas (\bar{x} =43.71, d.s.=7.97 y \bar{x} =42.85, d.s.=8.03, respectivamente). Las personas con 12 a 17 años (\bar{x} =40.67 d.s.=5.50) presentaron la media más baja.

Por otra parte, se observa que entre más joven sea el comerciante percibirá más no insatisfacción en los factores higiénicos. Siendo el grupo de 18 a 24 años los que presentan una media superior (\bar{x} =17.17, d.s.=4.04), los cuales corresponden a la población

económicamente activa (PEA), es decir, son las personas en edad de trabajar, que trabajan o están buscando empleo y que, por lo tanto, contribuyen en la economía y en el pago de impuestos en su lugar de residencia.

A pesar de las diferencias entre dichos grupos etarios, no se encontraron diferencias significativas en ninguno de los factores $F(5,1)=1.55$; $p>0.05$ y $F(5,1)=1.49$; $p>0.05$, respectivamente (ver tabla 30).

Tabla 30. Estadístico ANOVA de los factores respecto a los grupos etarios durante el Covid-19.

Factores	Grupos etarios	Media	d.s.	F(5,1)
Motivacionales	12 a 17 años	40.67	5.50	1.55
	18 a 24 años	45.17	6.69	
	25 a 40 años	42.61	5.80	
	41 a 50 años	37.67	6.61	
	51 a 64 años	42.85	8.03	
	65 a + años	43.71	7.97	
Higiénicos	12 a 17 años	17.00	2.68	1.49
	18 a 24 años	17.17	4.04	
	25 a 40 años	14.98	3.33	
	41 a 50 años	13.78	2.86	
	51 a 64 años	14.23	5.33	
	65 a + años	14.43	3.31	

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al puesto de los comerciantes, se encontró que los factores motivacionales e higiénicos, la media de los encargados de los negocios ($\bar{x}=42.61$, d.s.=6.02 y $\bar{x}=15.94$, d.s.=3.48) fue superior que la media obtenida por los dueños de los negocios ($\bar{x}=42.35$, d.s.=7.01 y $\bar{x}=14.60$, d.s.=3.86).

Mientras que en los factores motivacionales no se encuentran diferencias significativas $t(89, 1 \text{ cola})=0.19$; $p>0.05$, en los factores higiénicos si se observaron diferencias significativas $t(89, 1 \text{ cola})=1.69$; $p<0.05$, lo cual puede indicar que los encargados se encuentran mayormente no insatisfechos que los dueños de los negocios, es decir, que caso contrario a antes de la pandemia, ahora son los encargados de los negocios quienes cuentan con cierta motivación con respecto a cómo se sienten en relación con su trabajo, sin embargo, dicha motivación no les genera satisfacción alguna pero contribuye en la disminución de la insatisfacción que el encargado pueda sentir con respecto al contexto de su trabajo (ver tabla 31).

Tabla 31. Estadístico *t* de student de los factores respecto al puesto de trabajo durante el Covid-19.

Factores	Puesto de trabajo	Media	d.s.	t (89, 1 cola)
Motivacionales	Encargados	42.61	6.02	0.19
	Dueños	42.35	7.01	
Higiénicos	Encargados	15.94	3.48	1.69*
	Dueños	14.60	3.86	

* $p < 0.05$

Fuente: Elaboración propia.

En la antigüedad laboral de los comerciantes, se observa que en los factores motivacionales en el grupo de entre 2 y 10 años de antigüedad ($\bar{x}=43.63$, d.s.=6.11) son quienes tienen más satisfacción y los de más de 30 años ($\bar{x}=37.44$, d.s.=7.45) son quienes se encuentran con menos satisfacción.

Algo similar ocurre en los factores higiénicos, el grupo de entre 2 y 10 años y el de más de 10 años ($\bar{x}=15.45$, d.s.=3.80 y $\bar{x}=15.45$, d.s.=3.17) son quienes cuentan con una mayor no insatisfacción y son los de más de 30 años ($\bar{x}=12.22$, d.s.=3.83) quienes tienen una no insatisfacción menor.

Al realizar el ANOVA de un factor, tanto los factores motivacionales como los factores higiénicos mostraron diferencias significativas $F(2,1)=4.18$; $p < 0.05$ y $F(2,1)=3.15$; $p < 0.05$, respectivamente (ver tabla 32).

Lo anterior significaría que la antigüedad laboral representa también un factor determinante en la motivación de los comerciantes informales, siendo que los comerciantes con una antigüedad de entre 2 y 10 años se encontrarán más satisfechos con respecto a los factores motivacionales y más no insatisfechos en los factores higiénicos, sin embargo, aquellos que tienen una antigüedad mayor a los 30 años presentarán más no satisfacción e insatisfacción en los factores motivacionales e higiénicos, respectivamente. Es decir, los comerciantes informales entre más tiempo se encuentren laborando menor será su grado de satisfacción y motivación.

Tabla 32. Estadístico ANOVA de los factores respecto a la antigüedad laboral durante el Covid-19.

Factores	Antigüedad	Media	d.s.	F(2,1)
Motivacionales	Entre 2 y 10 años	43.63	6.11	4.18*
	Más de 10 años	41.27	6.67	
	Más de 30 años	37.44	7.45	
Higiénicos	Entre 2 y 10 años	15.45	3.80	3.15*
	Más de 10 años	15.45	3.17	
	Más de 30 años	12.22	3.83	

*p<0.05

Fuente: Elaboración propia.

Motivación de los comerciantes ambulantes antes vs. durante el Covid-19

La tabla 33 presenta los resultados del estadístico t de student de la motivación con respecto al tiempo de administración del cuestionario, en donde se observa que se tiene una media superior mayor después del Covid-19 respecto a antes del Covid-19 ($\bar{x}=42.45$, d.s.=6.60 vs. $\bar{x}=41.78$, d.s.=6.04) en los factores motivacionales, lo que significaría que tras el Covid-19 los comerciantes ambulantes se encuentran con mayor satisfacción respecto al contenido del cargo laboral con el que cuentan.

Por otro lado, es antes del Covid-19 en donde se presenta una media más alta a comparación de durante el Covid-19 ($\bar{x}=15.91$, d.s.=2.99 vs. $\bar{x}=15.13$, d.s.=3.75) en los factores higiénicos, significando que los comerciantes presentaban más no insatisfacción antes de pandemia del Covid-19, es decir, no presentaban insatisfacción respecto al contexto del cargo de su trabajo.

No obstante, al realizar el estadístico t de student dichas diferencias no fueron significativas en los factores motivacionales $t(233, 1 \text{ cola})=-0.79$; $p>0.05$, mientras que en los factores higiénicos las diferencias fueron significativas $t(233, 1 \text{ cola})=1.76$; $p<0.05$ (ver tabla 33).

Dichas diferencias significativas en los factores higiénicos apoyarían lo dicho por Velásquez (2021) el cual menciona que tras la pandemia del Covid-19 existiría una recuperación en el empleo informal, sin embargo, los puestos presentarían baja calidad lo que haría que los comerciantes se quedarán sin acceso a créditos, beneficios de las medidas y estímulos fiscales, sin protección básica y social, etc., trayendo como consecuencia una disminución en la no insatisfacción de dichos comerciantes, aumentando de dicha manera la insatisfacción respecto al contexto del cargo de su trabajo.

Tabla 33. Estadístico *t* de student de los factores respecto al tiempo de administración del cuestionario.

		Media	d.s.	t (233, 1 cola)
Factores Motivacionales	Antes del COVID-19	41.78	6.04	-0.79
	Durante el COVID-19	42.45	6.60	
Factores Higiénicos	Antes del COVID-19	15.91	2.99	1.76*
	Durante el COVID-19	15.13	3.75	

* $p < 0.05$

Fuente: Elaboración propia.

Análisis de Correspondencia Canónica (CCA)

Se realizó el análisis de correspondencia canónica para examinar la relación lineal entre la satisfacción y no satisfacción (factores motivacionales) e insatisfacción y no insatisfacción (factores higiénicos), antes y durante la pandemia del Covid-19 con respecto a la edad, los días laborados, el sexo, el puesto, la antigüedad laboral y la residencia.

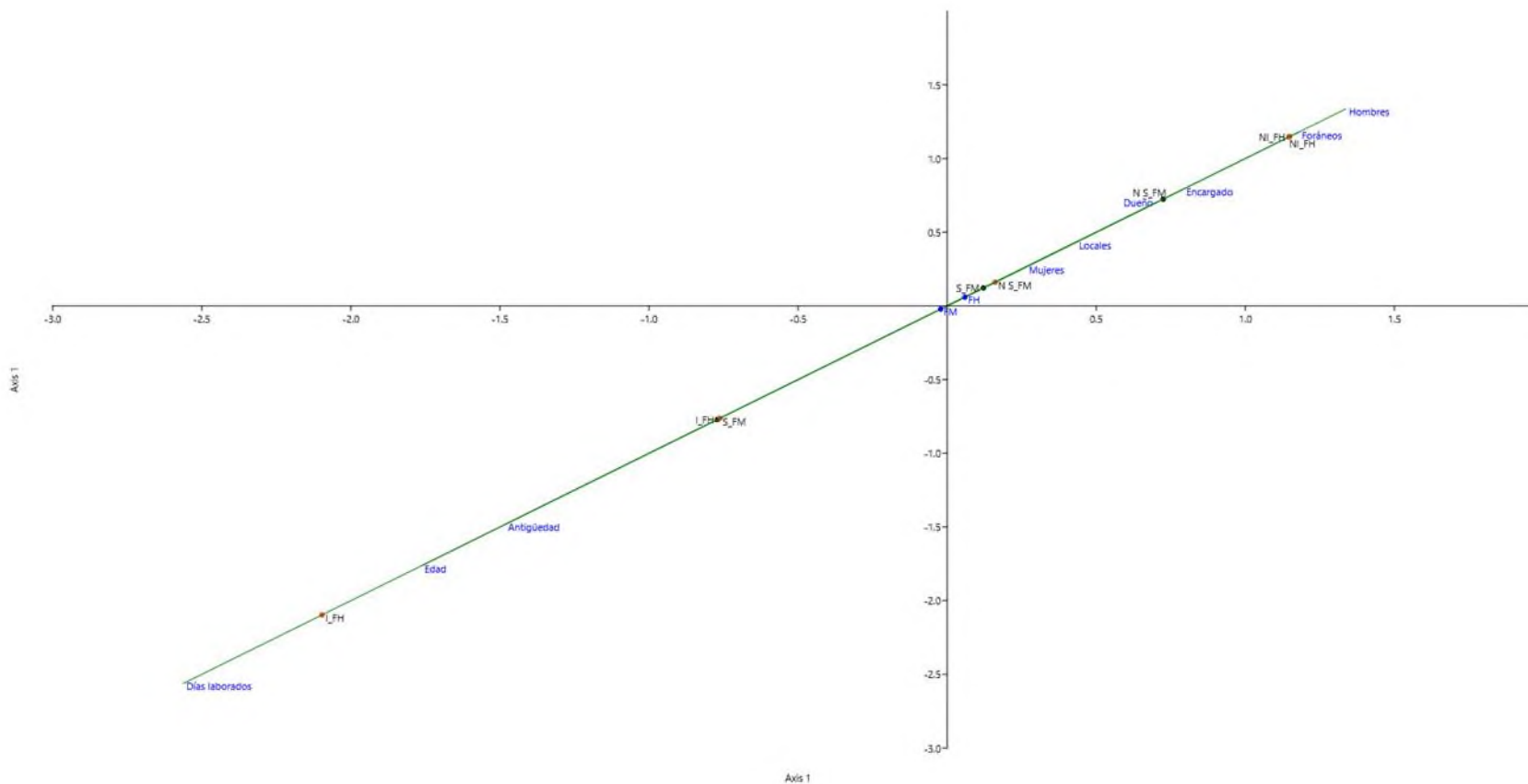
En la gráfica 10 se presentan los primeros resultados de la relación lineal entre los factores motivacionales y los factores higiénicos con respecto al sexo, el puesto, el lugar de procedencia, la edad, la antigüedad laboral y los días laborados. Los puntos negros representan los resultados de los factores antes de la pandemia de Covid-19, los puntos naranjas representan dichos resultados durante la pandemia y los puntos azules representan el total de factores higiénicos contra los factores motivacionales. La línea más larga está representada por los parámetros que tienen mayor influencia, lo que significa que cualquier alteración se reflejará también en una alteración de las variables afines.

Dicho eje explica el 100.00% de la varianza y puede observarse de manera general, sexo, lugar de residencia y puesto se encuentran relacionadas con los factores higiénicos, mientras que las variables edad, antigüedad y días laborados se relacionan directamente con los factores motivacionales.

De manera específica, antes de la pandemia de Covid-19 ser mujer, ser dueño y ser proveniente de Tuxtepec (locales) se relaciona con la satisfacción de los factores motivacionales y las variables edad, antigüedad y días laborados se relaciona con la insatisfacción de los factores higiénicos. Durante la pandemia ser hombre, ser encargado y ser proveniente de otro lugar (foráneos) se relaciona con la no satisfacción de dichos factores motivacionales. Por su parte, la edad, la antigüedad y los días laborados se

relacionan con la insatisfacción de los factores higiénicos. No obstante, no se encontraron diferencias significativas $p > 0.05$.

Del mismo modo, debido a que el número de variables es grande (edad, días laborados, sexo, puesto, antigüedad laboral y residencia) puede apreciarse que las líneas son paralelas. Por un lado, las variables de días laborados, edad y antigüedad son paralelas y, por el otro, las variables de sexo, puesto y residencia, lo cual indica que dichas variables son redundantes. Debido a lo anteriormente mencionado, se decide realizar el análisis de correspondencia canónica (CCA) por cada una de las variables.



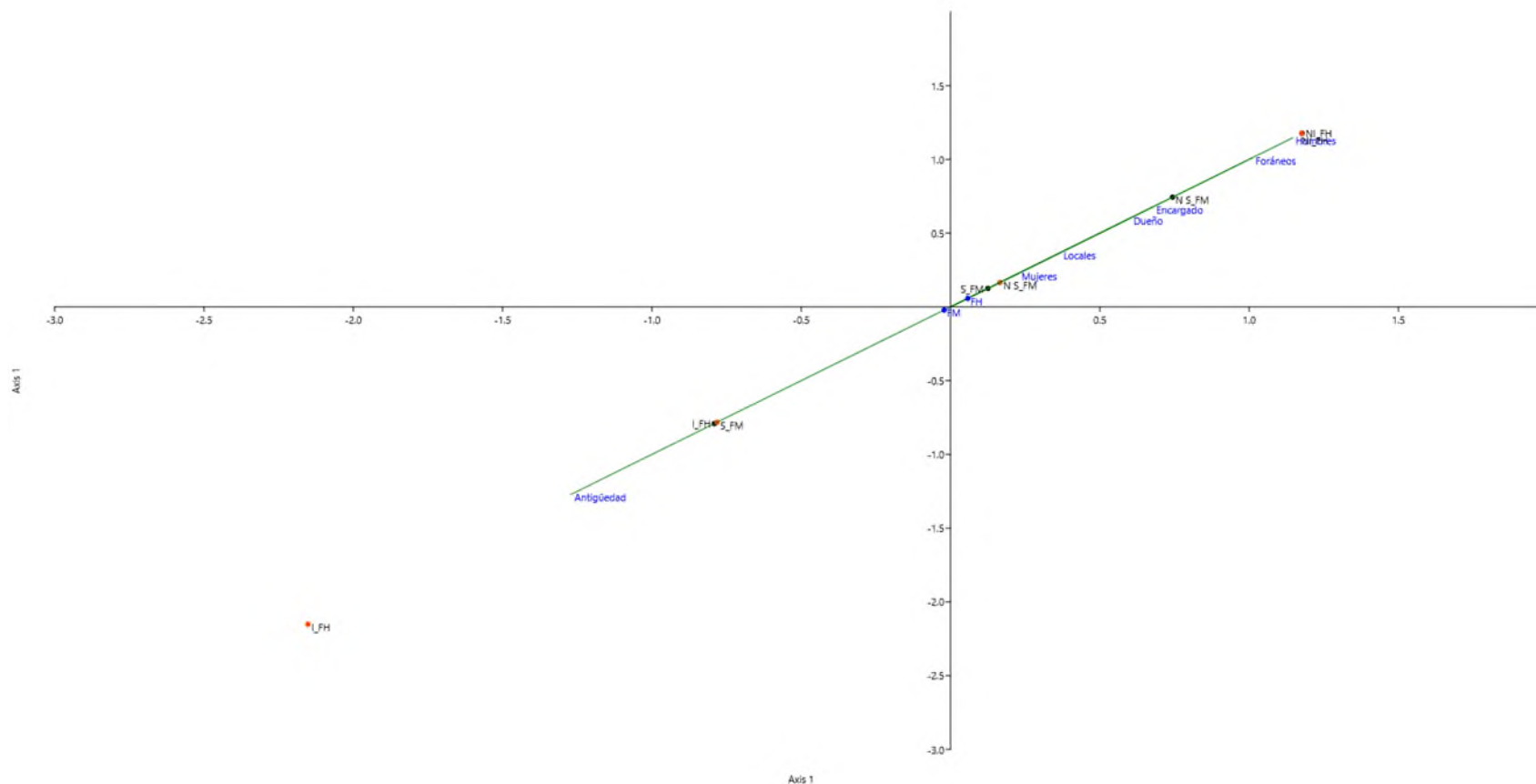
Gráfica 10. Análisis de Correspondencia Canónica de los factores motivacionales e higiénicos y las variables independientes con respecto al antes y durante la pandemia del Covid-19.
Fuente: Elaboración propia.

Al realizar el CCA por cada variable se encontraron los siguientes resultados:

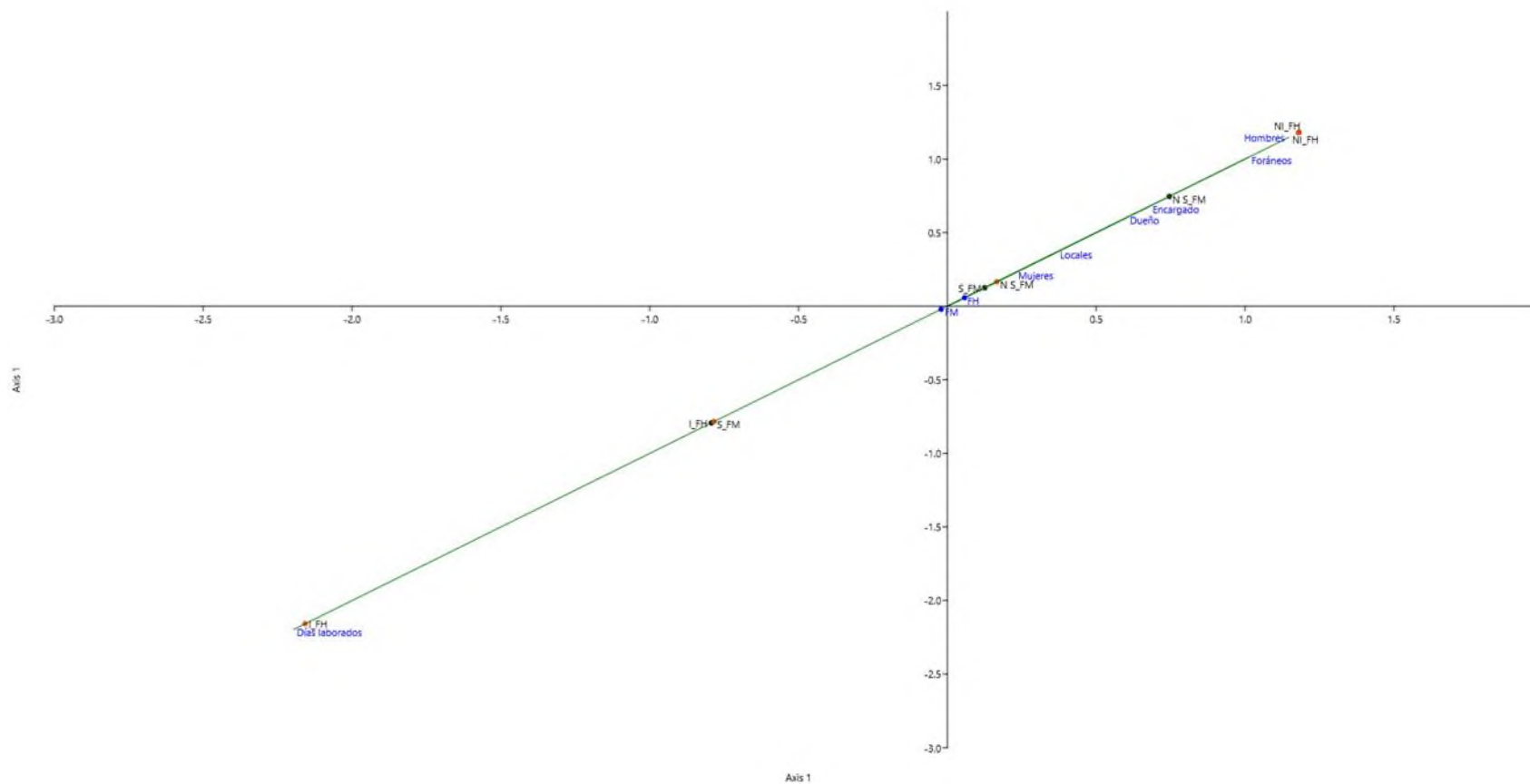
En las gráficas 11 y 12 se observan las relaciones lineales entre los factores motivacionales y los factores higiénicos con respecto a la antigüedad laboral y los días laborados, respectivamente.

Con respecto a la antigüedad laboral, el eje explica el 100.00% de la varianza, puede apreciarse antes de la pandemia de Covid-19 que ser mujer, ser dueño y ser proveniente de Tuxtepec (locales) se relaciona con la satisfacción de los factores motivacionales, de igual manera, el simple hecho de ser dueño o encargado dentro del comercio ambulante se relaciona con la no satisfacción de los factores motivacionales. Durante la pandemia ser hombre, ser proveniente de otro lugar (foráneos) y ser dueño o encargado de un negocio informal se relaciona con la no satisfacción de dichos factores motivacionales. Sin embargo, no existen diferencias significativas $p=0.08$

La misma tendencia se observa en los días laborados, el eje explica el 100.00% de la varianza. antes pandemia de Covid-19, tanto la antigüedad laboral y los días laborados se relacionan con la insatisfacción de los factores higiénicos y durante la pandemia de Covid-19 con la satisfacción de los factores motivacionales, asimismo, durante la pandemia los días laborados también tienen relación con la insatisfacción de los factores higiénicos. No obstante, las diferencias en la variable antigüedad laboral tampoco fueron estadísticamente significativas $p=0.08$.

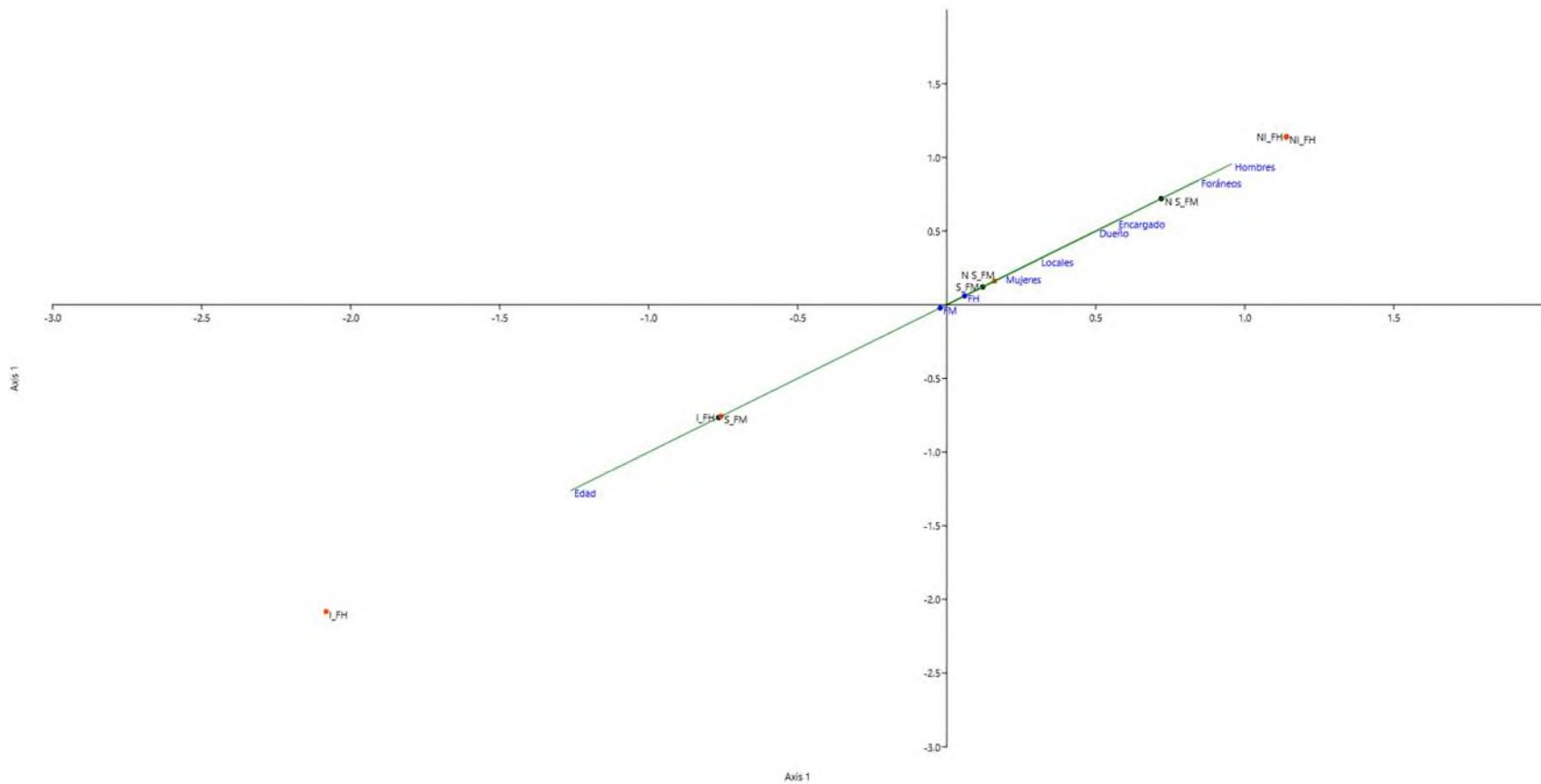


Gráfica 11. Análisis de Correspondencia Canónica de los factores motivacionales e higiénicos y la variable antigüedad laboral con respecto al antes y durante la pandemia del Covid-19.
Fuente: Elaboración propia.



Gráfica 12. Análisis de Correspondencia Canónica de los factores motivacionales e higiénicos y la variable días laborados con respecto al antes y durante la pandemia del Covid-19.
Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, en la gráfica 13 se presenta la relación lineal entre los factores motivacionales y los factores higiénicos con respecto a la edad, dicho eje explica el 100.00% de la variable y contrario a los análisis pasados, la variable edad si presentó diferencias significativas $p=0.02$. De esta manera, la edad se corresponde con los factores motivacionales e higiénicos, es decir, que a medida que esta aumente, la motivación de los comerciantes informales se verá alterada, siendo los factores motivacionales con los que se encuentra una mayor relación. De igual manera antes de la pandemia de Covid-19, la edad se encuentra relacionada con la insatisfacción de los factores higiénicos; ser mujer, ser proveniente de Tuxtepec y ser dueño del negocio informal se relacionan con los factores motivacionales. Durante la pandemia la edad se relaciona con la satisfacción de los factores motivacionales; ser hombre, ser foráneo y tener un puesto en el comercio informal con la insatisfacción de los factores higiénicos.



Gráfica 13. Análisis de Correspondencia Canónica de los factores motivacionales e higiénicos y la variable edad con respecto al antes y durante la pandemia del Covid-19.
Fuente: Elaboración propia.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES

Conclusiones

El objetivo de la presente investigación fue identificar los cambios en los factores de motivación (Herzberg, 1959) de los comerciantes ambulantes del centro de la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca, antes y durante la pandemia del COVID-19, para conocer su incursión en dicho sector económico e identificar diferencias entre los grupos.

De acuerdo a Lope et al (2013) la motivación se define como una fuerza que orienta a una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ellos el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción. Para inferir la motivación en otra persona se necesita observar las manifestaciones de su conducta y poner atención en los antecedentes conocidos que dan origen a los estados motivacionales. La teoría de Herzberg (1959) centra su atención en el trabajo en sí mismo como fuente principal de satisfacción, Herzberg basó gran parte de su estudio de los factores, planteando de antemano que la eliminación de fuentes de sufrimiento, no generan placer, como se venía pensando, que el placer y el sufrimiento eran puntos encontrados, de la misma manera, la teoría de Herzberg aclara las metas y los incentivos que tienden a satisfacer las necesidades que los trabajadores llegan a presentar (Hersey et al, 2008).

El COVID 19 es una enfermedad infecciosa, que trajo consigo la imposición de cuarentenas obligatorias y el comienzo de restricciones de salida y desplazamiento, cuyo objetivo era el distanciamiento social. Dicha situación afectó tanto la movilidad como los modos de vida y las relaciones sociales de las personas, siendo una de ellas el trabajo. Imponiendo un nuevo sistema de trabajo con incertidumbre y problemas de comunicación, generando desafíos que antes no existían, aumentando la carga de trabajo para muchas personas y, además, aumentando la inseguridad laboral (Pontificia Universidad Católica de Chile, 2020). De acuerdo al WIEGO (2021) la pandemia del Covid 19 generó un impacto negativo en los diferentes medios de sustento de todos los grupos ocupacionales, en donde el sector que más se vio dañado fue el comercio informal.

Teniendo en cuenta lo anterior, la presente investigación planteó las siguientes preguntas:

1. ¿Cómo era la motivación de los trabajadores informales de la zona centro antes de la pandemia?
2. ¿Cómo es la motivación de los trabajadores informales de la zona centro durante la pandemia del COVID-19?
3. ¿Qué factores motivacionales se han producido en los trabajadores informales de la zona centro antes y durante la pandemia?

Para responder a dichas preguntas, se planteó como hipótesis:

“Antes de la pandemia de Covid-19 los comerciantes ambulantes localizados en la zona centro de la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca presentarán mayor satisfacción en los factores motivacionales y no insatisfacción en los higiénicos. Mientras que tras la pandemia de Covid-19 los comerciantes ambulantes presentarán mayor insatisfacción en los factores higiénicos y no satisfacción en los motivacionales”.

De acuerdo con los resultados obtenidos, antes de la pandemia de Covid-19 los comerciantes ambulantes del centro de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca se encontraban más interesados en su trabajo y contaban con una percepción de reconocimiento y progreso laboral; debido a que en los factores motivacionales tenían más Satisfacción que No Satisfacción, mientras que en los factores higiénicos mostraban más No Insatisfacción que Insatisfacción, resultando con ello que el trabajo en sí no les generaba motivación, pero las condiciones del mismo tampoco les generaba insatisfacción. Dichos resultados corroboran la primera parte de la hipótesis planteada, puesto que antes de la pandemia de Covid-19 se presentó mayor satisfacción en los factores motivacionales y no insatisfacción en los higiénicos.

De Soto (1989) argumentó que la informalidad no es generada por las barreras de entrada en el mercado formal, sino que es causada por las circunstancias (situación económica, nivel de estudios, condiciones de trabajo deficientes, falta de oportunidades, trabajo familiar, entre otras) en la que viven los individuos. En esta línea, antes de la pandemia de Covid-19 no se encontraron diferencias significativas en ninguno de los factores (motivacionales e higiénicos) con respecto a las variables edad, nivel de estudios y antigüedad laboral, con lo cual se concluye que los factores enunciados por dicho autor, no fueron elementos sustanciales motivadores en los vendedores ambulantes del municipio en cuestión (ver imagen 19).

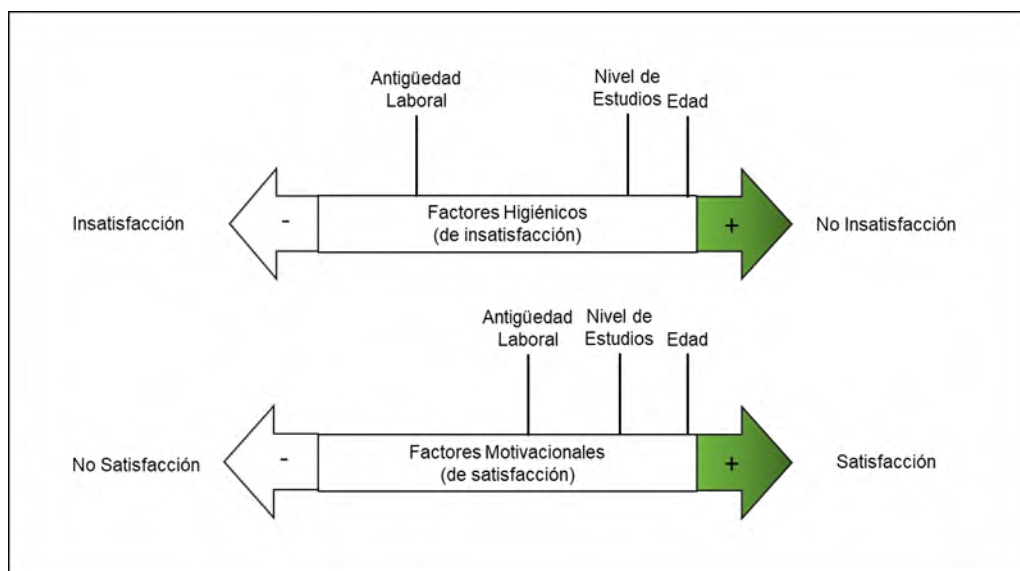


Imagen 19. Factores higiénicos y de motivación antes de la pandemia de Covid-19.

Fuente: Elaboración propia a partir de Chiavenato, 2002.

Por su parte, durante de la pandemia de Covid-19 los comerciantes ambulantes reportaron en los factores motivacionales una mayor Satisfacción que No Satisfacción, con lo indica que estos se mantienen motivados con respecto al contenido de su cargo laboral, mientras que en los factores higiénicos existe un mayor número de personas que presentan más insatisfacción que no insatisfacción, es decir, que el contexto de su trabajo, hablando de la administración, las condiciones del trabajo y los beneficios del mismo generan insatisfacción a los vendedores ambulantes. Lo antedicho refuta la segunda parte de la hipótesis que plantea que *“tras la pandemia de Covid 19 los comerciantes ambulantes presentarán mayor no satisfacción en los factores motivacionales”*.

Durante la pandemia de Covid 19 se encontraron diferencias significativas tanto en los factores higiénicos como en los factores motivacionales con respecto al nivel de estudios y la antigüedad laboral de los comerciantes ambulantes, lo cual permite concluir que ambas variables representan determinantes importantes en la motivación de estos comerciantes, puesto que entre mayor sea su nivel de estudios y cuenten con una antigüedad de entre 2 y 10 años se encuentran más satisfechos con respecto a su trabajo, el reconocimiento y progreso laboral, la responsabilidad y realización del mismo, así como se perciben no insatisfechos en los factores higiénicos, específicamente en las condiciones de trabajo, la administración del negocio, las relaciones con el supervisor y los beneficios y servicios sociales que puede obtener de dicho negocio. No obstante, aquellos que cuentan con una

antigüedad mayor a los 30 años presentan no satisfacción e insatisfacción en los factores motivacionales e higiénicos, respectivamente, es decir, los comerciantes informales entre más tiempo se encuentren laborando menor será su grado de satisfacción y motivación (ver imagen 20).

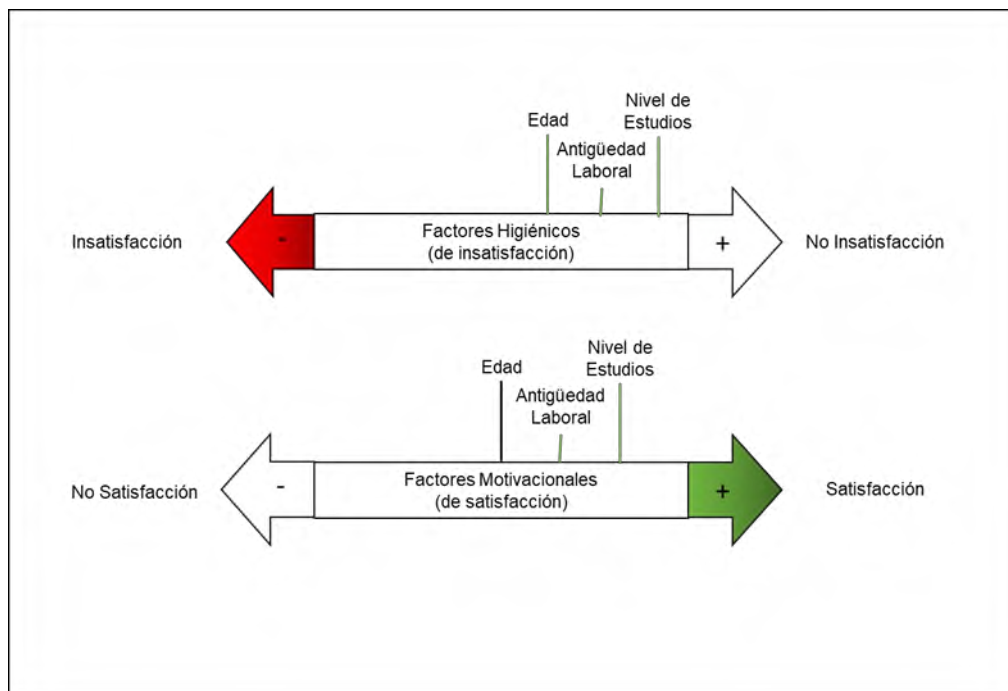


Imagen 20. Factores higiénicos y de motivación durante la pandemia de Covid-19.

Fuente: Elaboración propia a partir de Chiavenato, 2002.

Finalmente, se encontró que durante de la pandemia de Covid-19 los comerciantes ambulantes del centro de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca se encuentran más satisfechos en los factores motivacionales, específicamente con el contenido del cargo laboral, impulsándose por condiciones internas del puesto tales como el trabajo en sí mismo, la responsabilidad, el reconocimiento, la realización y el progreso profesional los que se pueden asociar con experiencias satisfactorias de los empleados.

Mientras que en los factores higiénicos se presenta una media superior antes de la pandemia de Covid-19 respecto a durante el Covid-19, por lo que los comerciantes presentaban una mayor No Insatisfacción antes de la pandemia de Covid-19, significando que tras la pandemia existió una disminución en la media, lo que aumentó la insatisfacción de dichos comerciantes respecto al contexto del cargo de su trabajo.

También se encontró que contrario a lo que sucedía antes de la pandemia de Covid-19, durante dicha pandemia gran parte de la informalidad de los participantes sí tiene relación con la antigüedad laboral, el nivel de estudios y la edad de los comerciantes, por lo que se concluye que las circunstancias que detonaron la estadia del sector informal fueron la antigüedad laboral y el nivel de estudios.

Con ello se observa que definitivamente la pandemia de Covid-19 marcó un antes y un después en la motivación de los comerciantes informales, puesto que antes de ella se puede decir que los comerciantes se encontraban tanto satisfechos en los factores motivacionales, los cuales se relacionan con el contenido del trabajo (el trabajo en sí mismo, la responsabilidad, el reconocimiento, la realización, el progreso profesional y la responsabilidad) los que se pueden asociar con experiencias satisfactorias de los empleados, y en los que se atribuyen condiciones internas del puesto; como no insatisfechos en los factores higiénicos, los cuales se relacionan con el contexto laboral (relaciones con el supervisor, las condiciones de trabajo, la administración de la empresa, el reconocimiento, los beneficios y los servicios sociales) y que buscan que la persona satisfaga sus instintos básicos como alimentación, abrigo y seguridad (Manso, 2002; Hernández y Morales, 2017).

Mientras que durante dicha pandemia es en los factores higiénicos donde se presenta un cambio notable, puesto que se presenta un aumento en la insatisfacción de los comerciantes, el cual puede deberse a que los ingresos se redujeron drásticamente, fueron nulos o cuya ganancia implicaba poner en riesgo la salud y la vida, la disminución en la calidad del trabajo y que el apoyo por parte del gobierno, ya sea monetario o alimentario, fue limitado durante la pandemia, por lo que los comerciantes ambulantes se vieron en la necesidad de recurrir a otras estrategias y a su red de apoyo para poder solventar necesidades básicas como alimentación, pago de renta y/o servicios (factores higiénicos) (ver imagen 21).

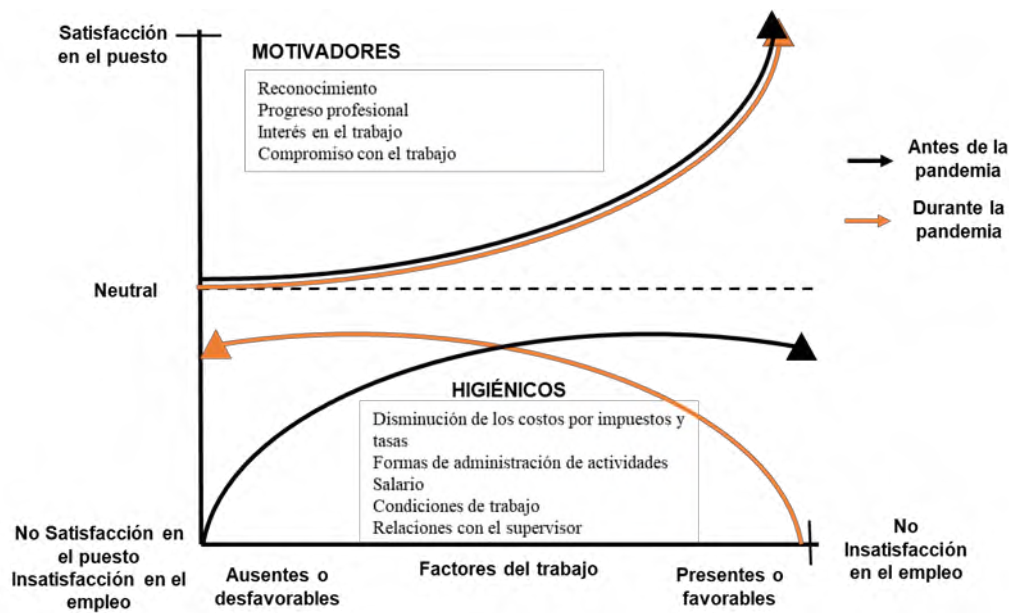


Imagen 21. Teoría Motivación-Higiene de Herzberg en el comercio informal antes y durante la pandemia de Covid-19.
 Fuente: Elaboración propia a partir de Manso, 2002.

De acuerdo con Iranzo (2007 citado en Gallardo, 2021) el comercio informal es aquel que se compone de todas aquellas actividades laborales que no están registradas legalmente y que por tanto no pagan impuesto, que tienen muy pocas posibilidades de crecer económicamente y que como son actividades que se hacen generalmente sin recibir ningún permiso o autorización del gobierno, son actividades que no están controladas ni protegidas por ninguna ley. Mientras que Fundsforngos (2009) menciona que dicho comercio informal no cuenta con reglas o acuerdos escritos, que generalmente no tiene salarios establecidos ni horas de trabajo fijas, que los trabajadores en este tipo de economía por lo general no logran reunirse y abordar sus problemas a través de una asociación o un grupo.

Sin embargo, en la presente investigación se identifica que el comercio ambulante de la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca sí presenta un registro ante las autoridades municipales por medio de las cédulas que deben adquirir para su incursión al padrón de comerciantes ambulantes y para llevar a cabo sus operaciones, así como que en su mayoría los comerciantes ambulantes se encuentran afiliados a alguna asociación, siendo las principales ALCACUP y CODECI.

Asimismo, los comerciantes ambulantes están obligados a realizar un pago de cuota diario para operar, el cual ronda entre los \$12.00 a \$18.00 dependiendo del giro en el que se encuentren ubicados, a seguir un reglamento para comerciantes no establecidos, el cual es

dado por parte del área de comercio, y a laborar dentro de un horario establecido de acuerdo a la cédula que adquieran.

Con lo anterior se concluye que, si bien la teoría plantea que el comercio informal presenta como características principales la falta de pago de impuestos, la regulación legal y el control por parte del gobierno, los resultados de la investigación plantean que en realidad sí existe cierta formalidad dentro de la informalidad, y así como que los comerciantes sí tienen la oportunidad de crecer económicamente dentro del comercio informal.

Debido a que durante la pandemia de Covid 19 los comerciantes ambulantes se mostraron más insatisfechos en los factores higiénicos, se sugiere:

1. Que el ayuntamiento e incluso las asociaciones en las que se encuentran afiliados los comerciantes ambulantes pueden buscar una reestructuración de manera que se aseguren que todos los comerciantes se encuentren integrados a alguna asociación y sean mejor regulados bajo estas. Del mismo modo, se recomienda la actualización del Reglamento para Comerciantes no Establecidos del Municipio de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca, el cual fue aprobado y expedido en febrero de 2006, así como una campaña de difusión del mismo para que dicha normativa sea conocida y acatada por todos los comerciantes ambulantes de la ciudad.
2. El fomento de programas de capacitación financiera, empresarial y de desarrollo personal con el objetivo de que dichos comerciantes adquieran conocimientos y habilidades para realizar nuevas formas de administración, mejoren sus condiciones del trabajo, ofrezcan u obtengan mejores salarios e ingresos (factores higiénicos) y adquieran una visión empresarial y competitiva que los lleve a incorporarse al sector formal.
3. La creación de mercados, así como la facilitación de acceso a los mismos con el objetivo de que los comerciantes ambulantes puedan establecerse propiamente en los mismos, además de simplificar los mecanismos administrativos de registro de los comerciantes al padrón formal, y facilitar asistencia para acceder a la seguridad social.
4. De acuerdo a la Oficina Internacional del Trabajo (2013) el acceso limitado a la financiación de los trabajadores de la economía informal se traduce en un menor número de oportunidades para ampliar los negocios y mejorar su productividad. A menudo, la falta de avales bancarios les excluye de las instituciones oficiales de crédito y tienen que recurrir a prestamistas. Es por ello, que se recomienda que las autoridades gubernamentales adopten normativas financieras incluyentes que favorezcan o exijan a los bancos y

aseguradoras la prestación de sus servicios a los comerciantes, o en su caso, se trabaje con el Banco del Bienestar para crear fuentes de financiamiento empresarial para los mismos.

Los resultados tanto antes como durante la pandemia indican que los comerciantes que cuentan con más estudios se incorporan a la actividad informal, encontrándose más satisfechos en los factores motivacionales y no insatisfechos en los factores higiénicos, entendiéndose que si se fomentan los programas mencionados anteriormente (incremento del apoyo gubernamental y de políticas públicas focalizadas a través de créditos o subsidios para crear empresas), estos comerciantes ambulantes podrían adquirir una mejor capacidad emprendedora y de igual manera, incorporarse al sector formal.

Bibliografía

- Adams, J. S. (1963). Wage inequities, productivity, and work quality. *United States: Industrial Relations*, 3, 9-10.
- Aguilera Vázquez, J.S. (2013). *Las fiestas patronales de San Juan Bautista Tuxtepec Oaxaca*. México: Editorial Cimarrona Casa de la Décima.
- Aiken, L. (2003). *Tests psicológicos y evaluación*. México: Pearson Educación.
- Alba Vega, C., Lins Ribeiro, G., y Mathews, G. (2015). *La globalización desde abajo. La otra economía mundial*. México: Fondo de Cultura Económica [FCE].
- Alderfer, C. (1978). *Advances in Experimental Social Process*. United States: Wiley-Blackwell.
- Anónimo. (2019). Entrevista a personal del H. Ayuntamiento de San Juan Bautista Tuxtepec/Entrevistadora: Andrea P. Arau. DES de Ciencias Sociales y Administrativas, Universidad del Papaloapan, Tuxtepec, Oaxaca.
- Arau Silva, A.P. y Olea Zavaleta, N. (2020). *La motivación en los comerciantes informales de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca, 2019-2020*. Documento sin publicar, DES de Ciencias Sociales y Administrativas, Universidad del Papaloapan, Tuxtepec, Oaxaca.
- Badii, M. H., Castillo, J., Cortez, K., Wong, A., & Villalpando, P. (2007). Análisis de correlación canónica (ACC) e investigación científica. *InnOvaciOnes de NegOciOs*, 4(2), 405-422. <http://eprints.uanl.mx/12486/1/A9%20%281%29.pdf>
- Batista, A.; Gálvez, M. e Hinojosa, I. (2010). Bosquejo histórico sobre las principales teorías de la motivación y su influencia en el proceso de enseñanza-aprendizaje. *Revista Cubana de Medicina General Integral* 26 (2), 376-386.
- Bisquerra, R. (2000). *Educación emocional y bienestar*. España: Wolters Kluwer.
- Bonillo, D. y Nieto, F. (2002). La satisfacción laboral como elemento motivador del empleado. *Trabajo*, 11, 189-200.
- Brunner, J. J. y Elacqua, G. (2003). *Informe capital humano en Chile*. Chile: La Araucana.
- Brunstein, S.; Romero, R. y Albarrán, M. (2007). Motivación hacia el estudio en el contexto universitario. *Alternativas en Psicología*, 13, 19-25.
- Bustamante, M.; Díaz Pérez, R. y Villarreal Navarrete, P. (2009). Economía informal: un análisis al comercio ambulante de la región del Maule, Chile. *Forum Empresarial*, 14 (1), 35-57.
- Cámara Nacional Comercio Servicios Turismo de Chile [CNC]. (2020). Durante el tercer trimestre del año el gasto informal online en el sector comercio fue de US\$ 422 millones. Recuperado de <https://www.cnc.cl/durante-el-tercer-trimestre-del-ano-el-gasto-informal-online-en-el-sector-comercio-fue-de-us-422-millones/>
- Castells, M y Portes, A. (1989). *World underneath: The origins, dynamics and effects of the informal economy*. In A. Portes, M. Castells and LA Benton (Eds.). *The Informal Economy: Studies in Advanced and Less Developing Countries*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Castells, M. (1989). *The informational city. Information technology, economic restructuring and the urban-regional process*. Oxford: Basil Blackwell.
- Chavarría Puga, S. A. y Chavarría Santibáñez, M. A. (s. f.). *Las microempresas en el estado de Morelos: Una aproximación entre el sector formal e informal*. *Revista de Divulgación Científico-Tecnológica del Gobierno del Estado de Morelos*. Recuperado de <https://www.revistahypatia.org/cea-rev-46.html>
- Chemes, J. M., y Etchevarría, M. B. (2018). *Economía y Comercio Informal: Algunos conceptos previos*. XIII Jornadas de Investigación FCE/UNL. Recuperado de <https://fce.unl.edu.ar/jornadasdeinvestigacion/trabajos/uploads/trabajos/94.pdf>

-
- Chen, J. (2022). Commerce: What It Is, How It Differs From Business and Trade. Investopedia. Recuperado de <https://www.investopedia.com/terms/c/commerce.asp>
- Chiavenato, I. (1989). Introducción a la teoría General de la Administración. México: McGraw-Hill, 414.
- Chiavenato, I. (2002). Gestión del Talento Humano. México: Mc Graw-Hill.
- Chiavenato, I. (2011) Administración de recursos humanos: El Capital Humano de las Organizaciones. México: McGraw Hill.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2020). Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe (LC/PUB.2020/17-P). Chile.
- Comunicado. (2020). Gobierno de Tuxtepec llevó a cabo Un Día Sin Ambulantes en la ciudad. Primera Línea. Recuperado de <https://www.primeralineamx/2020/04/01/gobierno-de-tuxtepec-llevo-a-cabo-un-dia-sin-ambulantes-en-la-ciudad/>
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social [CONEVAL]. (2020). Informe de pobreza y evaluación 2020. Oaxaca. México: CONEVAL.
- Correa, L. F. (2012). Los factores higiénicos de Frederick Herzberg no son suficientes para motivar. Tesis de licenciatura, Universidad FASTA, Argentina, 26-27.
- Cruz Hernández, A. (2010). Política pública para el mejoramiento urbano: El caso del municipio de Salina Cruz, Oaxaca. Tesis de licenciatura. Universidad Del Istmo, Oaxaca.
- Cuenca en línea. (s. f.). Cultural. Recuperado de <https://sites.google.com/site/cuencaenlaleia/home/tuxtepec/cultural>
- Dagnino S., J. (2014). Análisis de Varianza. Revista Chilena de Anestesia, 43(4), 306-310. Recuperado de <https://revistachilenadeanestesia.cl/P11/revchilanestv43n04.07.pdf>
- Dávila, F. (2017). Ayuntamiento de Tuxtepec comienza con censo de vendedores ambulantes. La Región. Recuperado de <https://www.laregionsemanario.com/2017/04/ayuntamiento-de-tuxtepec-comienza-con.html>
- Davis, K. y Newstrom, J.W. (2003) Comportamiento Humano en el Trabajo. México: Editorial McGraw Hill.
- De Soto, H. (1989). The other path: the informal revolution. Nueva York: Harper & Row Publishers.
- De Souza, M. y Bustos, A. (2017). El comercio informal de calle en las comunas Santiago y Concepción. Urbano, 35. 58-73.
- Dolores Atlahua, A., Luna Cruz, W., y López Guzmán, E., (2021). Motivación laboral, un factor influyente en la reactivación económica durante la pandemia de COVID-19. 593 Digital Publisher CEIT, 6(6-1), 65-79. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.844>
- Dutta, N., Kar, S., and Roy, S., (2013). Corruption and persistent informality: An empirical investigation for India. International Review of Economics & Finance, 27, 357-373.
- El MuroMx. (2022). Arranca reconstrucción del Mercado Porfirio Díaz Mori en Tuxtepec. El MuroMx. Recuperado de <https://elmuromx.org/2022/02/arranca-reconstruccion-del-mercado-porfirio-diaz-mori-en-tuxtepec/>
- Expresión de la Cuenca. (2020). Gobierno de Tuxtepec implementa acciones emergentes contra Covid-19. Expresión de la Cuenca. Recuperado de <https://www.expresioncuenca.com/gobierno-de-tuxtepec-implementa-acciones-emergentes-contra-covid-19/>
- Fernández Abascal, E.G. (2001). Psicología General: Motivación y emoción. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.
- Ferrell, O. C. y Hirt, G. (2003). Introducción a los negocios en un mundo cambiante. Cuarta edición. México: McGraw-Hill. 298-323
-

- Fundsforngos. (2009). Specific characteristics of the formal economy and informal economy. FundsforNGOs - Grants and Resources for Sustainability. <https://www.fundsforngos.org/development-dictionary/specific-characteristics-of-the-formal-economy-and-informal-economy/>
- Gallardo, M. (2021). Comercio informal y su incidencia en el desarrollo económico del país. Tesis de licenciatura. Universidad Nacional de Loja, Ecuador.
- García Cortés, A. A. (2021). Informalidad y desempleo en Oaxaca, México. Revista arbitrada del centro de investigación y estudios gerenciales, 52, 16–23. <https://revista.grupocieg.org/wp-content/uploads/2021/10/Ed.5216-23-Garcia-Angel.pdf>
- García, J. (2006). Aportaciones de la teoría de las atribuciones causales a la comprensión de la motivación para el rendimiento escolar. Ensayos: Revista de la Facultad de Educación de Albacete, Universidad de Castilla la Mancha, 21, 217-232.
- Gaviria, E., Cuadrado, I. y López, M. (2009). Introducción a la Psicología Social. Madrid: Mc Graw-Hill.
- General. (2020). Ambulantes se resisten a dejar de trabajar y riñen con policías en Tuxtepec, Oaxaca. Oaxaca Digital. <http://oaxaca.digital/ambulantes-se-resisten-a-dejar-de-trabajar-y-rinen-con-policias-en-tuxtepec-oaxaca/>
- Gërzhani, K. (2004). The informal sector in developed and less developed countries: A literature survey. Public Choice, 120, 267–300.
- Gherzi, E. y De Soto, H. (1987). El otro sendero: la revolución informal. Perú: Ausonia.
- Goldstein H. (1979). The design and analysis of longitudinal studies. Londres: Academic Press.
- Gómez Díaz, M. R. (2017). Monografía Motivación. México: Universidad Autónoma del Estado de México. Recuperado de http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/69999/secme-2608_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- González Roblero, A. G. (s. f.). Mercado Porfirio Díaz Morí, Tuxtepec Oaxaca. Behance. Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/102566039/Mercado-Porfirio-Diaz-Mori>
- González Serra, D. J. (2008). Psicología de la motivación. La Habana: Ciencias Médicas.
- Guergil, M. (1988). Algunos alcances sobre la definición del sector informal. Santiago: CEPAL.
- Guerrero, L. M. y Fera, I. E. (2020). El comercio informal y sus factores socioeconómicos (TFG). Universidad Nacional de Piura. Recuperado de <https://repositorio.unp.edu.pe/handle/20.500.12676/2404>
- H. Ayuntamiento de San Juan Bautista Tuxtepec. (2008). Diagnóstico municipal de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca 2008-2011. México.
- H. Ayuntamiento de San Juan Bautista Tuxtepec. (2022). Gaceta Municipal de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca, Tomo I, Ejemplar 1 Sección I. México: Autor
- H. Ayuntamiento de San Juan Bautista Tuxtepec. (s.f.). Tuxtepec, Oaxaca. Recuperado de <https://digaohm.semar.gob.mx/cuestionarios/cnarioTuxtepec.pdf>
- Harris, J. y Todaro M. (1970). Migration, unemployment and development: a two-sector analysis. American Economic Review 60 (1), 126-142.
- Heider, F. (1958). The psychology of interpersonal relations. United States: Wiley.
- Hernández Juárez, J. L. y Morales Morales, J. R. (2017). Evaluación de la motivación y satisfacción laboral en un organismo autónomo de la administración pública del Estado de Sinaloa. Mexico: Spenta.
- Hernández Sampieri, R.; Fernández-Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2006). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill. 207-223.

-
- Hernández, L. (2009). Crecimiento, Distribución y Pobreza En México (Una Nota). *Economía UNAM*, 6 (16), 101-106.
- Hersey, P., Blanchard, K. H. y Johnson, D. E. (2008). *Management of Organizational Behavior: Leading Human Resources* (10.a ed.). United States: Pearson College Div.
- Herzberg, F. (1959). *The motivation to work*. United States: World Publishing.
- Herzberg, F. (1966). *Work and the Nature of Man*. United States: World Publishing.
- Hurtado Melgoza, A. L., y Hurtado Espinosa, C. L. (2015). *La toma de decisiones en investigación educativa con SPSS*. México: Qartuppi. <http://www.qartuppi.com/2015/SPSS.pdf>
- Ibarra-Olivo, E., Acuña, J. y Espejo, A. (2021). Estimación de la informalidad en México a nivel subnacional. *Documentos de Proyectos (LC/TS.2021/19)*, Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- IDP Noticias. (2018). Inicia Gobierno de Tuxtepec operativo para retirar ambulantes sin permiso. IDP Noticias. Recuperado de <https://www.idpnoticias.com.mx/inicia-gobierno-de-tuxtepec-operativo-para-retirar-ambulantes-sin-permiso/>
- Instituto Mexicano para la Competitividad [IMCO]. (2021). La recuperación del empleo en 2021 se enfrentó a insuficiencia, informalidad y pobreza laboral. Recuperado de https://imco.org.mx/wp-content/uploads/2022/02/El-mercado-laboral-de-Me%CC%81xico-al-cierre-del-2021_Documento_20220225.docx-1.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2021a). Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Nueva Edición (ENOEN) Cifras durante el cuarto trimestre de 2020. [Comunicado de prensa núm. 115/21, 15 de febrero de México: INEGI. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/enoe_ie/enoe_ie_2021_02.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2014). La informalidad laboral, Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo: Marco conceptual y metodológico. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvin_inegi/productos/metodologias/ENOE/ENOE2014/informal_laboral/702825060459.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2020). Características principales e indicadores económicos de los establecimientos informales y formales del sector privado y paraestatal que tuvieron actividades en 2018, según entidad federativa, municipio y actividad económica [Conjunto de datos]. En *Censos Económicos 2019*.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2021b). El INEGI presenta el segundo conjunto de resultados del estudio sobre la demografía de los negocios 2020 [Comunicado de prensa]. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/EDN2020.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2021c). Actualización de la Medición de la Economía Informal 2003-2020. PRELIMINAR [Comunicado de prensa]. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/pibmed/pibmed2020.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2021d). Panorama sociodemográfico de Oaxaca: Censo de Población y Vivienda 2020. En Instituto Nacional de Estadística y Geografía. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvin_inegi/productos/nueva_estruc/702825197933.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2022). Tasas de informalidad laboral [Conjunto de datos]. En Banco de Información Económica (BIE).
-

-
- Iranzo, C., y Huggins, M. (2007). *Mujer y economía informal*. Venezuela: Fundación Centro Gumilla.
- Jiménez, L. (2022). Analizarán situación del comercio ambulante en Tuxtepec. NVI Noticias. Recuperado de <https://cuenca.nvinoticias.com/cuenca/general/analizaran-situacion-del-comercio-ambulante-en-tuxtepec/4810>
- Juárez, F., Villatoro, J. A. y López, E. K. (2002). *Apuntes de Estadística Inferencial*. México: Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente.
- Lasso, P. (2000). *El comercio informal; El comercio informal en países de América Latina*. Reporte de investigación Academia Consumidor/Investigación de Mercados. ITESO IV (16).
- Lezama, G. (2018). *Estado y comercio ambulante: Fundamentos normativos para la regulación del ambulante (TFG)*. Centro de Investigación y Docencia Económicas, A.C. Recuperado de <http://repositorio-digital.cide.edu/handle/11651/2568>
- Loayza, N. (2010). *Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú*. Lima: Banco Central De Reserva Del Perú.
- Locke, E. A. (1968). Toward a theory of task motivation and incentives. *Organizational Behavior & Human Performances* 3 (2), 157-189.
- Lope Díaz, L. H.; Reyna Palomo, C.; Hernández Iruegas, F. X. (2013). *Recursos humanos: la importancia de la motivación e incentivos para los trabajadores*. Observatorio de la Economía Latinoamericana. Servicios Académicos Intercontinentales SL (185).
- López, C. (2001). *Teoría X y teoría Y de Douglas McGregor, sus fundamentos*. Gestipolis. Recuperado de <https://www.gestipolis.com/teoria-x-y-teoria-y-de-douglas-mcgregor-sus-fundamentos/>
- Manso Pinto, J. (2002). El legado de Frederick Irving Herzberg. *Revista Universidad EAFIT*, 128, 78-86. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/215/21512808.pdf>
- Martínez Pérez, J. F. (2005). El sector informal en México. *El cotidiano*, (130), 31-45.
- Martínez, D.; Caamal, I.; Ávila, J. y Pat, L. (2018). Política fiscal, mercado de trabajo y empleo informal en México. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas*, 13 (1), 77-98.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton: Van Nostrand Reinhold.
- McClelland, D. C. (1985). *Human motivation*. United States: Scott Foresman.
- McGregor, D. (1960). *El lado humano de la empresa*. México: McGraw-Hill.
- Medrano Alvarado, E. (2013). *Estudio del comercio informal organizado en Monterrey, Nuevo León. Enoe 2005 – 2011*. Tesis de maestría. Universidad Autónoma de Nuevo León, México, 9-10.
- Mejía, C. (2018). A pesar de operativos de gobierno de Tuxtepec, aumentan ambulantes de UGOCP y Codeci en centro de la ciudad. *El MuroMx*. Recuperado de <https://elmuromx.org/2018/08/a-pesar-de-operativos-de-gobierno-de-tuxtepec-aumentan-ambulantes-de-ugocp-y-codeci-en-centro-de-la-ciudad/>
- Miettinen OS (1985). *Theoretical epidemiology: principles of occurrence research in medicine*. Nueva York: Wiley.
- Mujeres en Empleo Informal: Globalizando y Organizando (WIEGO). (2021). *La crisis del COVID-19 y la economía informal: Trabajadoras y trabajadores en empleo informal en Ciudad de México, México*. Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CRDI). <https://www.wiego.org/covid-19-crisis-and-informal-economy-study-0>
- Naranjo, M. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista Educación*, 33 (2), 153-170.
- Organisation for Economic Cooperation and Development [OECD]. (2019). *Unpacking E-Commerce: Business Models, Trends and Policies*. Organisation for Economic
-

- Cooperation and Development. Recuperado de <https://doi.org/10.1787/23561431-en>
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2002). Conclusiones sobre el trabajo decente y la economía informal. Informe VI presentado para la discusión general en el marco de la 90.^a reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo. Recuperado de <https://www.ilo.org/public/spanish/standards/relm/ilc/ilc90/pdf/rep-vi.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2003). Documento de las Tendencias Mundiales del Empleo. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo. Recuperado de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_elm/---trends/documents/publication/wcm_041934.pdf
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2005). Women and Men in the Informal Economy: A statistical picture. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2013). La Economía Informal y el Trabajo Decente: Una guía de recursos sobre políticas. Apoyando la transición hacia la formalidad. Turín: Organización Internacional del Trabajo.
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2015) Indicadores clave del mercado de trabajo. Novena edición. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo. Recuperado de https://www.ilo.org/global/statistics-and-databases/research-and-databases/kilm/WCMS_498940/lang-es/index.htm
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2020). Economía informal. Obtenido de Plataforma de recursos de trabajo decente para el desarrollo sostenible: Recuperado de <https://www.ilo.org/global/topics/dw4sd/themes/informal-economy/lang-es/index.htm>
- Organización Mundial del Comercio [OMC]. (1998). Comercio Electrónico. Organización Mundial del Comercio. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/wkprog_s.htm
- Ovando, W., Rivera, C., y Salgado, M. (2021). Características del empleo informal en México, 2005 y 2020. Papeles de población, 27(108), 147-184. <https://doi.org/10.22185/24487147.2021.108.15>
- Padovan, I. (2020). Teorías de la motivación: Aplicación práctica [Trabajo de Investigación]. Argentina: Universidad Nacional de Cuyo. Recuperado de https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/15664/teorias-de-la-motivacin.-aplicacin-prctica.pdf
- Papel y Tinta. (2020). Piden comerciantes reubicación de ambulantes en Tuxtepec. Papel y Tinta. Recuperado de <https://www.papelytinta.mx/piden-comerciantes-reubicacion-de-ambulantes-en-tuxtepec/>
- Papel y Tinta. (2022). Ambulantes continúan con petición de construcción de plaza en Tuxtepec. Papel y Tinta. <https://www.papelytinta.mx/ambulantes-continuan-con-peticion-de-construccion-de-plaza-en-tuxtepec/>
- Pardo, D. (2019). Economía informal y países en desarrollo: motor de crecimiento y fuente de abusos. Tomorrow City. Recuperado de <https://tomorrow.city/a/economia-informal-y-paises-en-desarrollo-motor-de-crecimiento-y-fuente-de-abusos>
- Peña Estrada, C. (2015). La motivación laboral como herramienta de gestión en las organizaciones empresariales (TFG). (ICAI- ICADE). España: Universidad Pontificia Comillas. Recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/4152/1/TFG001138.pdf>
- Peña Rivas, H. C. y Villón Perero, S. G. (2018). Motivación Laboral. Elemento Fundamental en el Éxito Organizacional. Revista Científica, 3(7), 177–192. Recuperado de <https://doi.org/10.29394/scientific.issn.2542-2987.2018.3.7.9.177-192>

-
- Perea, É. (2017). Limitan espacios para comercio ambulante en Tuxtepec. El Imparcial de Oaxaca. <https://imparcialoaxaca.mx/cuenca/14131/limitan-espacios-para-comercio-ambulante-en-tuxtepec/>
- Perea, É. (2018a). Esperan locatarios de Tuxtepec la rehabilitación del mercado Flores Magón. El Imparcial de Oaxaca. <https://imparcialoaxaca.mx/cuenca/109226/esperan-locatarios-de-tuxtepec-la-rehabilitacion-del-mercado-flores-magon/>
- Perea, É. (2018b). Locatarios del Mercado Flores Magón piden atención del gobierno para su remodelación. IDP Noticias. <https://www.idpnoticias.com.mx/locatarios-del-mercado-flores-magon-piden-atencion-del-gobierno-para-su-remodelacion/>
- Pérez Ruiz, G. D. (2011). El fenómeno del comercio informal en el municipio de Oaxaca de Juárez y su impacto en las microempresas. Congreso internacional de investigación en ciencias administrativas. Universidad Autónoma Benito Juárez: Oaxaca de Juárez. 176-191.
- Petri, H. y Govern, J. (2006). Motivación, teoría, investigación y aplicaciones. México: Grupo GEO impresores.
- Pontificia Universidad Católica de Chile. (2020). Motivación y estrés en tiempos de Covid-19. Escuela de Administración. Recuperado de <https://escueladeadministracion.uc.cl/motivacion-y-estres-en-tiempos-de-covid-19/>
- Portes, A. (1995). En torno a la Informalidad: Ensayos sobre la teoría y mediación de la Economía no Regulada. México: Editorial Porrúa.
- Programa Regional de Empleo sobre América Latina y el Caribe [PREALC]. (1989). Bibliografía comentada sobre el sector informal urbano en América Latina 1975-1987. Documento de trabajo. Chile: Oficina Internacional del Trabajo.
- Programa Regional de Empleo sobre América Latina y el Caribe [PREALC]. (1985). Enfoques alternativos sobre el mercado del trabajo: Un examen de los modelos neoclásico, keynesiano, neomarxista y de segmentación. Santiago: Oficina Internacional del Trabajo.
- Punto y Coma. (2021). Mercado Flores Magón dice no a obra del CEA. Punto y Coma. <https://puntoycomaoaxaca.com/2021/11/09/mercado-flores-magon-dice-no-a-obra-del-cea/>
- Punto y Coma. (2021b). Ni un ambulante más acuerdan ayuntamiento de Tuxtepec y organizaciones. Punto y Coma. <https://puntoycomaoaxaca.com/2021/03/12/ni-un-ambulante-mas-acuerdan-ayuntamiento-de-tuxtepec-y-organizaciones/>
- Punto y Coma. (2022). Ambulantes proyectan macroplaza con fideicomiso. Punto y Coma. <https://puntoycomaoaxaca.com/2022/01/04/ambulantes-proyectan-macroplaza-con-fideicomiso/>
- Quevedo, F. (2011). Medidas de tendencia central y dispersión. Revista Medwave, 11(03). <https://doi.org/10.5867/medwave.2011.03.4934>
- Reeve, J. (2003). Introducción al estudio de la motivación. En J. Reeve. (Ed.). Motivación y Emoción. México: McGraw Hill. 1-27.
- Rivera, R., López, N., y Sánchez, L. (2018). Economía informal y otras formas de producción y trabajo atípico: Estudios para el caso de México. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, División de Ciencias Sociales y Humanidades. <https://www.casadelibrosabiertos.uam.mx/contenido/contenido/Libroelectronico/economia-informal.pdf>
- Robbins, P.S. y Judge, T.A. (2009) Comportamiento organizacional. México: Pearson Educación.
- Robbins, S. P. y Coulter, M. (2005). Administración. Octava edición. Pearson Prentice Hall. 343-344.
-

- Robles Ortiz, D. y Martínez García, M.A. (2018). Determinantes principales de la informalidad: un análisis regional para México. *Revista del Colegio de Sonora*, 30 (71), 1-35.
- Rodríguez Sacoto, M. G. y Acosta Carranza, J. A. (2009). Orientaciones hacia el aprendizaje y el desempeño; con el trabajo duro e inteligente de la fuerza de ventas en las empresas del país. Tesis de licenciatura. Escuela Superior Politécnica del Litoral Ecuador.
- Román, Y. (2017). Jóvenes y sector informal en el Estado de México. Un grupo en desventaja. *Revista Perspectivas Sociales/ Social Perspectives*, 19 (2), 15-24.
- Salas, C. (2005). El sector informal: auxilio u obstáculo para el conocimiento de la realidad social en América Latina. México: UAM.
- Salazar F., P., Manterola, C., Quiroz S., G., García M., N., Otzen H., T., Mora V., M., & Duque P., G. (2019). Estudios de cohortes. 1ª parte. Descripción, metodología y aplicaciones. *Revista de Cirugía*, 71(5). doi:<http://dx.doi.org/10.35687/s2452-45492019005431>
- Salazar, G. (2003). *Ferías Libres: espacio residual de soberanía ciudadana*. Chile: Ediciones SUR.
- Santrock, J. (2002). *Psicología de la educación*. México: McGraw-Hill.
- Secretaría de Infraestructura y el Ordenamiento Territorial Sustentable [SINFRA] (2019). Entrega AMH remodelación del Mercado Central Municipal de Tuxtepec. <https://www.oaxaca.gob.mx/sinfra/2019/04/25/entrega-amh-remodelacion-del-mercado-central-municipal-de-tuxtepec/>
- Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte [SCIAN]. (2002). Principales conceptos del sector comercio. *Experimentación Teórica* (79), 96.
- Sosa, Y. (2019). Comercio informal ahoga el centro de Tuxtepec. *El Universal Oaxaca*. <https://oaxaca.eluniversal.com.mx/especiales/02-04-2019/comercio-informal-ahoga-el-centro-de-tuxtepec>
- Sosa, Y. (2020). Diputados de Oaxaca donan un mes de sueldo para enfrentar el Covid-19. Agencia Zona Roja. <http://www.zonaroja.com.mx/?p=10564>
- Soto, J. (2012). La informalidad en el comercio también es digital. *Economicón*. Recuperado de <https://economicon.mx/2012/11/06/la-informalidad-tambien-es-digital/>
- Spector, P. (2002). *Psicología industrial y organizacional: investigación y práctica*. México: El Manual Moderno.
- Tec Review. (2022). El increíble crecimiento del e-commerce en México. Recuperado de <https://tecreview.tec.mx/2022/06/24/emprendimiento/e-commerce-en-mexico/#:~:text=Los%20mexicanos%20hacen%20del%20e%2Dcommerce%20un%20gran%20negocio&text=As%C3%AD%2C%20el%20%C3%BAltimo%20reporte%20de,transacciones%20provengan%20del%20canal%20digital.>
- Timoteo, D. (2022). Tras petición de los líderes, en Tuxtepec inician censo de ambulantes. TVBus. <http://www.tvbus.tv/web/2022/07/20/tras-peticion-de-los-lideres-en-tuxtepec-inician-censo-de-ambulantes/>
- Tomás, B. Jr. (2022). Entrevista a líder de la Alianza de Comerciantes Ambulantes de la Cuenca del Papaloapan [ALCACUP]/Entrevistadora: Andrea P. Arau. DES de Ciencias Sociales y Administrativas, Universidad del Papaloapan, Tuxtepec, Oaxaca.
- Torrealba Yuscanni. (2015). *Teorías de la motivación organizacional*. Gestipolis. Recuperado de <https://www.gestipolis.com/teorias-de-la-motivacion-organizacional/>
- Torres Ramírez, D.C. (2019). *La teoría de las atribuciones y su aporte al trabajo comunitario*, Tesis de maestría, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia.

-
- Torres, A. (2022). Retoman censo a ambulantes en Tuxtepec. NVI Noticias. Recuperado de <https://cuenca.nvinoticias.com/cuenca/general/retoman-censo-ambulantes-en-tuxtepec/8665>
- Tuxtepec Turismo. (s. f.). Fiestas y Tradiciones en Tuxtepec, Oaxaca. Recuperado en <http://tuxtepecturismo.com/festividades/>
- Universidad Internacional de Valencia. (2021). Teorías de la motivación: propósito, importancia y tipos. VIU. <https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/teorias-de-la-motivacion-proposito-importancia-y-tipos>
- Vargas Orozco, J.H. (2011). Actualización del Atlas de Riesgo del Municipio de San Juan Bautista Tuxtepec. Informe Final. Número de obra: 120184PP036250. Despacho Arquitectónico Empresarial. Recuperado de http://rmgir.proyectomesoamerica.org/PDFMunicipales/2011/vr_20184_AR_SJB_T_UXTEPEC.pdf
- Vázquez Herrera, S. (2022). Proyectan invertir 11 MDP en nuevo mercado de Tuxtepec. Estado Actual. <https://estadoactual.com/proyectan-invertir-11-mdp-en-nuevo-mercado-de-tuxtepec/>
- Velásquez Pinto, M. (2021). La protección social de los trabajadores informales ante los impactos del COVID-19. (Documentos de Proyectos LC/TS.2021/37), Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Velaz, J. (1996). Motivos y Motivación en la empresa. España: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Velázquez, L. (2020). Economía informal y convergencia regional en México: 1998-2018, Tesis de maestría, El Colegio de la Frontera Norte, México.
- Vroom, V. (1964). Work and motivation. New York: Wiley.
- Wikiwand. (s. f.). San Juan Bautista Tuxtepec. https://www.wikiwand.com/es/San_Juan_Bautista_Tuxtepec
- Zapata, D. (2020). Cierran Guardia Nacional establecimientos no esenciales en Tuxtepec. Rio Oaxaca. <https://www.rioaxaca.com/2020/04/23/cierran-guardia-nacional-establecimientos-no-esenciales-en-tuxtepec/>
- Zavala, J. C. (2021). Pandemia golpea a 5 mil personas económicamente activas en Oaxaca, principalmente mujeres. El Universal. Recuperado de <https://oaxaca.eluniversal.com.mx/estatal/pandemia-golpea-5-mil-personas-economicamente-activas-en-oaxaca-principalmente-mujeres>