



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

**DIFERENCIAS GENERACIONALES EN RELACIÓN
AL PERFIL “GODIN”**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA**

P R E S E N T A N:

**LESLIE JOHANA ORTIZ LÓPEZ
JOVANA LIZET ORTIZ LÓPEZ**

**DIRECTOR DE TESIS
DRA. ERIKA VILLAVICENCIO AYUB**

CIUDAD UNIVERSITARIA, CDMX. SEPTIEMBRE 2018



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

Resumen	1
Introducción	3
CAPÍTULO 1: Antecedentes	6
1.1 Historia de las oficinas	6
1.2 Las generaciones laborales en las empresas	7
1.3 Los oficinistas	15
CAPÍTULO 2: Los “Godínez”	22
2.1 Surgimiento de los “Godínez”	22
2.2 Definición de los Godínez	23
2.3 Características de los Godínez	24
2.3.1 Perfil básico	24
2.3.2 Jornada	24
2.3.3 Ubicación y lugar en el organigrama	25
2.3.4 Imagen	25
2.3.5 Remuneración económica	26
2.3.6 Espacio	27
2.3.7 Relaciones interpersonales	27
2.3.8 Comunicación y lenguaje	28
2.3.9 Cultura organizacional	31
2.3.10 Liderazgo	32
2.4 Tipos de Godínez	32
2.5 Godínez en las empresas	34
2.5.1 Percepción y autopercepción	34

2.5.2 Aspectos positivos y negativos	35
2.5.3 Desempeño laboral	35
2.6 Los Godínez en otros países	36
CAPÍTULO 3: Investigación	39
3.1 Planteamiento de problema y justificación	39
3.2 Objetivo general	40
3.3 Objetivos específicos	40
3.4 Pregunta de investigación	40
3.5 Hipótesis	40
3.6 Método	41
3.6.1 Participantes	41
3.6.2 Tipo de estudio	42
3.6.3 Variables	42
3.6.4 Instrumento	45
3.6.5 Procedimiento	47
3.7. Resultados	47
3.8. Discusión	69
3.9. Conclusiones	72
3.10 Aportaciones	74
3.11 Limitaciones y sugerencias	74
Referencias	76

Índice de Tablas

Tabla 1. Características sociodemográficas y laborales de los participantes	42
Tabla 2. Diferencias en las variables de perfil laboral por generación	49
Tabla 3. Diferencias estadísticamente significativas de las variables de perfil laboral con la variable de sexo	66
Tabla 4. Diferencias estadísticamente significativas de las variables de perfil laboral con la variable de escolaridad máxima	67
Tabla 5. Diferencias estadísticamente significativas de las variables de perfil laboral con la variable de área de conocimiento	68

Índice de Figuras

Figura 1. Diferencias generacionales estadísticamente significativas en la Escala de Interacción Social en el Trabajo	50
Figura 2. Diferencias generacionales no significativas en la Escala de Interacción Social en el Trabajo	51
Figura 3. Diferencias generacionales no significativas en la Escala de Proyección de la Imagen Personal en el Trabajo	52
Figura 4. Diferencias generacionales en la Escala de Valores en el Trabajo	53
Figura 5. Diferencias generacionales en la Escala de Administración de Tiempo	54
Figura 6. Diferencias generacionales estadísticamente significativas en la Escala de Uso de Redes Sociales y Tecnología en el Trabajo	55
Figura 7. Diferencias generacionales no significativas en la Escala de Liderazgo y Trabajo en Equipo	56
Figura 8. Diferencias generacionales no significativas en la Escala de Desempeño en la Organización	57
Figura 9. Diferencias generacionales estadísticamente significativas en el uso de expresiones de “Mal del puerco”, “Ahorita”, “FYI (For Your Information)” y “Memo” entre generaciones	60
Figura 10. Diferencias en el uso de las expresiones “Si no ocupas esa pluma (u otro objeto) ¿me la/o prestas?”, “¿Qué no era para mañana?” y “Su ropa está super out” entre generaciones	61
Figura 11. Diferencias en el uso de las expresiones “¿Ya vieron lo que puso en su red social?”, “Juebebes”, “Memo”, “ASAP (As Soon As Possible)” y “Pendientes” entre generaciones	63
Figura 12. Diferencias no significativas en el uso de la expresión “Ánimo ya casi es viernes” entre generaciones	64
Figura 13. Diferencias no significativas en el uso de las expresiones “¿A dónde va tan guapo/a?”, “Lic, Arquí o Doc” entre generaciones	65

RESUMEN

Los Godinez son empleados que laboran tanto en el sector público como privado, que han adoptado ciertas actitudes y conductas, con la finalidad de integrarse adecuadamente a su entorno laboral, todo por obtener una ganancia monetaria por su trabajo. Dentro de las organizaciones, los oficinistas se pueden clasificar de acuerdo a su edad y a la generación a la que pertenecen, clasificación realizada por Kotler & Keller (Villegas, 2016) que divide a las generaciones y sus características de acuerdo al periodo en el que nacieron, como es el caso de la Generación X; que son considerados como multitareas, poseen un alto deseo por ser alguien en la vida; los Millenials que son idealistas, tienden a no permanecer en un solo trabajo si no satisface sus expectativas por completo y la Generación Z quienes cuentan con gran adaptación cuando se les presentan innovaciones y utilizan la tecnología como un estilo de vida.

El objetivo de este estudio fue determinar si el perfil laboral (Godín) se diferencia entre generaciones (X, Millenial y Z). Con el fin evaluar las diferencias entre las características del perfil laboral entre generaciones, se aplicó una batería integrada por un cuestionario sociodemográfico, uno laboral, de expresiones usadas y un Inventario del Perfil Laboral (que consta de 7 escalas), a 318 oficinistas de empresas, tanto privadas como públicas.

Los resultados obtenidos por medio del análisis descriptivo; un análisis de comparación de medias (prueba T y ANOVA), así como una comparación de porcentajes (Chi-cuadrada) entre las tres generaciones para cada factor de la escala y expresión usada, mostraron la existencia de diferencias y tendencias en las características del perfil entre trabajadores de cada generación; específicamente, en los factores de interacción grupal, comunicación personal, uso de redes y tecnología en el trabajo, confirmando la existencia de

diferencias en las características de Perfil Laboral Godínez. Asimismo, mediante el mismo estudio realizado se pudieron observar diferencias significativas en el Perfil Godínez por sexo, escolaridad máxima y área de conocimiento. Estos hallazgos pueden ser útiles en la ampliación del Perfil general de los Godínez y de esa manera, puedan ser considerados con una connotación positiva; así como en el desarrollo de estrategias de aprovechamiento de dichas diferencias en beneficio de las empresas y de la calidad de vida de los trabajadores en el entorno laboral actual.

Palabras clave: diferencias / generaciones laborales / oficinistas / perfil / Godínez

INTRODUCCIÓN

No es la especie más fuerte la que sobrevive, ni la más inteligente, sino la que responde mejor al cambio.

Charles Darwin (1859)

En la actualidad, se sabe que el cambio es un proceso inevitable, está presente en la naturaleza, en la sociedad y, por supuesto, en las empresas. Desde el siglo XVIII, se han presentado diversos cambios, un ejemplo sería el inicio de una revolución en el ámbito laboral que abarcaría no solamente la maquinaria innovadora, sino también un desarrollo e interés en las áreas y en el personal de las organizaciones.

Con relación a este crecimiento laboral en México, se puede mencionar la importancia que ha cobrado la cultura laboral reflejada dentro y fuera de las empresas. Por cultura laboral, se refiere a la forma y desempeño con que se realiza un trabajo, teniendo en cuenta una serie de variables como el que se debe hacer, el trabajo o tarea a realizar, el apego a valores y reglas establecidas por la empresa, así como el respeto a los propios principios, entre otros (Aguilar, 2013).

Cuando se habla de cultura laboral, Aguilar (2013) resalta lo esencial que resulta orientarla hacia un desarrollo integral donde exista un bienestar a nivel de vida de los trabajadores y sus familias, de manera que la productividad y la competitividad de las empresas se vea beneficiada, a través de la generación de hábitos de trabajo, prácticas productivas y valores en el mundo laboral, que permitan los trabajadores ser conscientes de sus derechos y sus deberes.

A la par de este pensamiento de considerar al trabajador como parte fundamental para la empresa, se deben sumar dos temas de gran relevancia, cuya relación aún no ha sido estudiada, primeramente las generaciones laborales (Baby Boomers, X, Millennial y Z) que

poseen diferentes cualidades, motivaciones y por otro lado los Godínez (oficinistas), grupo que actualmente ha comenzado a ser relevante en diversos medios de comunicación (mayoritariamente informales), pero del que aún no se conoce con exactitud características como: sudesempeño laboral, liderazgo, interacción social, valores, entre otras, ni mucho menos si la generación a la que corresponden representa una variable trascendente en su comportamiento.

A este grupo le aqueja un mal producido por su origen incierto y la referencia popular de los personajes de “Gutierritos” y “Godínez”, ambos personajes de series de televisión, caracterizados por evitar responsabilidades y mirados como generadores de burlas y lástima por muchos latinoamericanos que siguieron o escucharon acerca de ellos. Así es que la definición y características que se les han atribuido a los Godínez son mayoritariamente cómicas y despectivas e, incluso, denigrantes para los trabajadores, que dan como resultado una negativa percepción de mediocridad con la que se ellos mismos se identifica o son identificados, lo que afecta en su actividad laboral.

Aun así se debe destacar algunas de las características que en Latinoamérica son vistas como motivos de burla, en países de Asia, como Japón, son características valoradas e incluso premiadas por las organizaciones. De esta manera, en el presente estudio se busca corroborar la existencia de diferencias en el perfil generacional de los trabajadores que puedan ayudar a establecer aquellas competencias, con los que cuentan para, en un futuro cercano, proveer a las organizaciones de información correspondiente a los puestos para los que son más adecuados; así como los estímulos que puedan garantizar un ambiente y desempeño adecuados para y por los miembros de la empresa.

Para ello, el documento está organizado en 3 capítulos: el primero versa sobre los antecedentes de los oficinistas, mencionando de manera breve la historia y desarrollo del

lugar de trabajo donde se desenvuelven; las oficinas, con relación a las actividades y requerimientos surgidos a partir del siglo XVIII hasta la actualidad; la distinción generacional de los recursos humanos y sus características positivas y negativas en las empresas, para culminar con la definición actual de los oficinistas según diferentes autores e instituciones.

El segundo capítulo se enfoca en el análisis del concepto Godín, desde las diferencias históricas del concepto hasta la descripción general y específica de cada una de las características que se le atribuyen (perfil básico, jornada, lugar de trabajo, imagen, desempeño laboral, etc.), los diversos tipos existentes Godínez, según autores como Sosa (2017) y Pinto (2015), la percepción y autopercepción que se tiene(n) de ellos en las empresas. El capítulo finaliza con una breve descripción de la versión asiática de los Godínez en Japón, llamada *Salaryman*.

El tercer capítulo explica la metodología empleada, para evaluar la existencia de diferencias en el perfil laboral y el uso de expresiones entre las generaciones (X, Millennial y Z), sexo, escolaridad máxima y área de conocimiento, así como los resultados obtenidos en cada una de las variables, conclusiones, aportaciones, limitaciones y sugerencias acerca del tema investigación.

CAPÍTULO 1. ANTECEDENTES

Treinta años le he servido a los filisteos y mi cuello no está sometido al yugo. Usted no imagina el cansancio que supone respirar el aire encerrado entre cuatro paredes día tras día, sin alivio.

Charles Lamb (XVIII)

1.1 Historia de las oficinas

La oficina es el hábitat donde el empleado pasa gran parte de su vida laboral, aquel espacio físico que es destinado a un trabajo, el cual puede tener distintas formas de organización y de distribución de acuerdo con la cantidad de trabajadores y su función, el manejo de la información y el procesamiento de los requerimientos para que la empresa pueda alcanzar sus objetivos (Kellawey, 2013).

De acuerdo con Ibañez (2017) respecto a la evolución de estos espacios de desarrollo administrativo, se puede mencionar que uno de los primeros indicios de carácter informal eran las casas y cafeterías usadas como lugares de trabajo durante el siglo XVIII, en donde propietarios de tiendas y otros negocios de ventas vivían en la parte superior de las tiendas en que laboraban.

Para Kellawey (2013) el origen propiamente dicho y relacionado con las labores administrativas del oficinista de hoy en día, se desarrolla a principios de la Revolución Industrial, época que, si bien se caracterizó por un extraordinario progreso de la industrial y el comercio, también lo hizo por ser un periodo de contratación y capacitación de nuevos empleados que fueran capaces de operar las maquinarias y, por tanto, sus espacios de trabajo.

Durante esa época los lugares de trabajo eran bastante sencillos (conformados por sillas y material básico de oficina lo cual prosiguió durante la década de los sesenta y ochenta), para los noventa se empezó la ola de reinvención, caracterizada por la creación de

espacios más confortables para los empleados, con el fin de que se sintieran como en su casa y, de esta manera, aumentar su productividad. Actualmente los grandes corporativos incluyen dentro de sus instalaciones, comedor, gimnasio, estética y diferentes comodidades para que los empleados no tengan la necesidad de salir de su zona laboral y, de esa manera, concreten cada uno de sus proyectos sin la necesidad de distraerse (Ibañez, 2017).

Ejemplo de esto es Google, empresa que impulsa la recreación y creatividad de sus empleados integrando resbaladillas en sus locaciones y diferentes áreas de entretenimiento, además de contar con tecnología avanzada para proyectar información en sus diferentes reuniones, todo con la finalidad de que sus empleados se encuentren menos estresados y cómodos desarrollando su trabajo (Sardá, 2011). Otro ejemplo son las oficinas de Facebook, las cuales están enfocadas en la comodidad del empleado e incluyen elementos diferenciales como decoraciones de la Edad Media que fueron reconfiguradas para hacer un centro de mesa para la cocina, calentadores de agua *vintage* y tanques de gas que ahora funcionan como macetas (Sun, 2016).

1.2 Las generaciones laborales en las empresas

Kotler & Keller (Villegas, 2016) en el artículo, segmentación del mercado por generaciones clasificaron a las generaciones de la siguiente manera:

Baby Boomers

Se conoce con este nombre a aquellas personas nacidas después de la Segunda Guerra Mundial hasta los años sesenta. Su nombre es el resultado del inusual *boom* o repunte en la tasa de natalidad que se dio durante el segundo y tercer cuarto del siglo XX; también se les

llega a llamar o referir como *Alpha Boomers* o *Golden Boomers* debido a que muchos de los líderes mundiales pertenecen a esta generación (M&P Magazine, 2016).

Al haber experimentado las crisis y devaluaciones, están familiarizados con palabras como inflación y deuda, razón por la cual, para ellos el trabajo es lo más importante, se comprometen, creen en una trayectoria fija, están motivados por su trabajo y por obtener una buena posición económica, por lo que valoran la productividad y no toleran el ocio. Disfrutan de grandes logros profesionales y tienen una gran seguridad e independencia. Aprecian los símbolos de estatus y el crecimiento vertical de una compañía.

Están acostumbrados a mantenerse informados, a través de escuchar o leer noticias en los diferentes medios básicos, confían en los beneficios de los estudios formales, trabajan bien en equipo y lo prefieren a trabajar individualmente. Quieren aprender, actuar, desarrollar y realizar planes sin límite. No se mueven por el salario sino por el estilo de vida, lo que incluye ambientes que les agraden, además exigen transparencia (Roca, 2015).

Los *Baby boomers* pueden impulsar en el resto de las generaciones una visión empresarial y de liderazgo, de estructura y de orden; establecer una relación bilateral para que el *Millennial*, a través de su mente revolucionada, tenga el voto de confianza dentro de la organización y se le permita ser el intrapreneur de la empresa; ofrecer a la generación X la voz que pocos les han dado, empoderarlos y asesorarlos. La misión de los *Millennial* será orientar al *Baby Boomer* y a la generación X sobre la forma más eficiente de lograr los objetivos de negocio a través del uso inteligente de la tecnología. La generación X tendrá que aportar equilibrio y jugar un rol mediador (Zamora, 2015).

Generación X

Nacieron desde mediados de los años 60 hasta principios de los 80, durante una época de grandes cambios. Vida analógica en su infancia y digital en su madurez. Obtuvieron su nombre gracias a la dificultad de la anterior generación por comprenderla (Perezbolde, 2014).

Entre sus características está el ser multitareas, poseer un alto deseo por ser alguien en la vida, lo que los lleva a ser emprendedores, conocen y emplean de manera efectiva y eficiente la mayoría de los aparatos electrónicos, sin embargo, el internet, las redes sociales y el comercio electrónico todavía les resulta ajeno e incluso poseen cierta renuencia a su empleo. No se conforman con su preparación, de forma que buscan alternativas a su alcance para estudiar y actualizarse, son ambiciosos y buscan escalar posiciones cuanto antes dentro de una organización, llevándolos a alcanzar altos puestos. Gustan de mostrar su éxito al comprar accesorios, *gadgets*, asistir a bares o viajes, entre otros. Se orientan a resultados, no toleran mucho las reuniones y la política colaborativa y buscan una relación informal, transparente y directa con la autoridad.

El desarrollo de la Generación X requiere apoyar la búsqueda de sus habilidades y capacidades. Actualmente son escépticos, sobre todo en cuanto a los negocios y la seguridad del empleo, se ven más como agentes libres de una fuerza laboral móvil y esperan desarrollar la seguridad de su carrera. Si la empresa los ayuda a ampliar sus conocimientos y habilidades en el campo laboral, estos desearan permanecer en ella para adquirirlas (Navassi, 2013). Sienten que la autosuficiencia y la capacidad para manejar cualquier circunstancia son fundamentales, para su vida cotidiana. Para ellos la tecnología es un facilitador y no una barrera.

Los pertenecientes a la Generación X, son individualistas y solitarios, poseen fuerte consciencia sobre la diversidad. Al haber crecido bajo la influencia televisiva, son más

realistas y escépticos que sus antecesores, buscan que todo tenga solución o una respuesta rápida. Tienen la necesidad de competir y de aprovechar cada oportunidad de aparezca. Son desinteresados y pueden trabajar en algún proyecto que no tenga relación con su posición actual. Algunas de las personas que conforman a esta generación prefieren dejar su faceta creativa para su vida personal, debido a que su trabajo solo representa una fuente de ingresos y crecimiento profesional (Lor recursos humanos.com, 2010)

La Generación X es conocida porque la conforman personas impacientes, que tienen un enfoque a corto plazo, desean cambios rápidos, haciéndolos intolerantes a periodos de ajuste necesarios para los cambios organizacionales. En la búsqueda de crecimiento y desarrollo de su puesto esta generación tiende a cambiar de trabajo frecuentemente, similar a la Generación Millennial buscan beneficios a corto plazo. Aspira más que las generaciones anteriores a lograr un balance entre trabajo y familia, son independientes y autónomos, valoran el aprendizaje continuo y el desarrollo de habilidades y le gusta recibir retroalimentación (Santiago, 2014)

Una habilidad que caracteriza a la Generación X es el pensamiento analítico, debido que son profesionales que crecieron en medio de cambios culturales (primeros pasos de internet), sociales (divorcios aceptados), entre otros, que les ayudó a analizar y a buscar soluciones a los problemas. La destreza más destacada de la Generación X tiene que ver con la adaptabilidad ya que prefieren la estabilidad, adaptándose a las circunstancias y sacando lo mejor de ellas. Esta característica estabiliza las organizaciones en términos de retención laboral, por lo que con incentivos adecuados la Generación X se sentirá más comprometida para seguir con su trabajo por mucho tiempo (Francia, 2018).

Millennials

M&P Magazine (2016) los define como aquellos que nacieron a principios de los ochenta y hasta los noventa, son más liberales en todos los sentidos, desde su forma de pensar más abierta hacia las relaciones con el mismo sexo, hasta ver el matrimonio como un requisito no tan indispensable y a futuro.

Tienden a ser autodidactas en su aprendizaje, emplean sobre todo de herramientas visuales como; los videos en línea para aprender; además, poseen un mejor dominio de las tecnologías actuales como los teléfonos inteligentes y las tabletas, por lo que gran parte de sus tiempo lo dedican a su uso. Desean un lugar de trabajo que sea tanto divertido como gratificante, requieren empleos afines con sus intereses y no aceptan la manera en la que se han hecho las cosas en el pasado. Son la primer generación que ha crecido en el mundo digital y saben cómo usar la tecnología para crear un ambiente personal y laboral que apoye a su estilo de vida. (Navassi, 2013).

Para esta generación, el trabajo no ocupa el mismo lugar que le otorgaban las anteriores generaciones. La vida de familia, las relaciones de amistad y el ocio son tan importantes como el trabajo, incluso a veces la vida personal es más importante que la vida profesional. El ambiente de trabajo, el edificio, el espacio, e incluso el trayecto hacia el lugar de trabajo se convierten en prioridades para esta generación, quieren destacar y buscan ser reconocidos individualmente. El cambio más importante que ha traído esta generación ha sido una relación importante entre los medios y la comunicación, debido a que constantemente se encuentran utilizando redes sociales y herramientas digitales (50Minutos, 2017).

Son muy idealistas y están orientados a dejar un impacto en la sociedad, por lo que su cabeza está llena de temas ecológicos, de cuidado ambiental, etcétera, sin embargo suelen

no permanecer por mucho tiempo en un puesto de trabajo, pues tienen altas expectativas de este. La Generación Millennial, en su mayoría son hijos de la generación Baby Boomers, crecieron con padres que trabajaban sin descanso, por lo que buscan una libertad laboral. Uno de sus fines es ser su propio jefe y ser dueños de sus tiempos y sus horarios.

Lo que ellos buscan en una organización es lo siguiente: un trabajo con buena remuneración económica, flexibilidad en horarios y tiempos, libertad para hacer su trabajo a su trabajo a su manera, sentirse valorados laboralmente, crecer en las organizaciones, tener un líder y no un jefe, un ambiente laboral agradable (Navassi, 2013).

Están conscientes que el mundo laboral exige mucha preparación académica, por lo que constantemente buscan maneras para actualizarse en sus áreas de estudio, utilizan herramientas digitales, cursos, talleres o estudios posteriores. Una de las características de estos jóvenes es que buscan trabajar en algo que les motive y no se dejan llevar por generaciones anteriores (Educaweb, 2018).

De acuerdo a BBVA, 2018, el problema de esta generación va incluso más allá de ver satisfechos sus objetivos profesionales: tienen dificultades para encontrar un empleo fijo, emanciparse y por lo tanto muchos aún viven en su casa y no tienen una buena situación económica, el 94% de esta generación son usuarios de banca online y utilizan servicios y productos bancarios a través de las aplicaciones electrónicas.

La mayoría de la Generación Millennial quieren trabajar en una compañía que valore su creatividad, trabajan duro si saben cuál es el propósito y de su esfuerzo y esperan recibir retroalimentación de todas las actividades que realizan para poder mejorar cada día (Infojobs, 2017). Son más optimistas y orientados al equipo a diferencia de la Generación X los cuales son más individualistas.

Generación Z

Son aquellos que han nacido desde los noventa a la actualidad, basan sus decisiones en otros factores distintos a lo visual, los momentos únicos o los entornos colaborativos. Gran parte de esta población todavía no ha ingresado al mundo laboral, sin embargo, tiene una tendencia al consumo, un acceso y manejo a toda su tecnología (internet, mensajes instantáneos, celulares, iPod, iPad, Notebook) y la consideran un elemento fundamental en sus vidas (New York Times, 2015).

Esta generación representa aproximadamente 26% de la población mundial. Según información de una encuesta publicada por el centro de inteligencia de la Agencia JWT, realizada a más de 1000 adolescentes entre 12 y 19 años, este segmento tiene un poder adquisitivo anual de 44 billones de dólares tan sólo en Estados Unidos. El 86% de ellos utiliza el *smartphone* múltiples veces al día y 68% se siente muy cómodo al comprar en línea; sin embargo, también 67% prefiere comprar de manera tradicional (Mata, 2017). Actualmente, esta generación representa 28% de la población en México, alrededor de 33 millones de personas (SDPNoticias, 2014).

En ellos prevalece la inteligencia y el conocimiento sobre la tecnología, por lo que, se adaptan rápidamente a las innovaciones. Están conscientes de la ética laboral y social, le dan menos importancia a la carrera profesional y a los estudios formales. Su espíritu es más emprendedor.

Son interdisciplinarios y profesionales para interactuar con las demás personas, tienen capacidad de trabajo en equipo superior a la de las demás generaciones. La Generación Z da mucha importancia a la comodidad dentro de la empresa; sentirse parte del proyecto y compartir los valores de la empresa. Es dinámica, participativa, interactiva y abierta a innovar en cuanto al trabajo. Salir de su zona de confort no supone un problema para ellos.

A los jóvenes que conforman la Generación Z les preocupa no encontrar un empleo acorde a su personalidad, no tener oportunidades de crecimiento profesional y no alcanzar las metas que se marquen a lo largo de su carrera. Asimismo prefieren entornos flexibles que faciliten la conciliación en su vida profesional y personal, así como su creatividad. Además están acostumbrados a la inmediatez y eficiencia que proporciona la tecnología incrementan la presión de las empresas por revisar sus procedimientos internos e invertir en su mejora (Ortega y Villanova, 2014).

La Generación Z es el primer grupo generacional que ha incorporado Internet y las nuevas tecnologías en su proceso de aprendizaje desde la infancia, por lo que posee características únicas que los diferencia de las generaciones anteriores; priorizan el dinero y la carrera profesional por delante de la familia o hacer deporte, poseen carácter impaciente, en busca de resultados inmediatos. Son autodidactas, están capacitados para realizar varias actividades a la vez. Su carácter participativo les lleva a buscar empresas con valores. El 60% quiere un empleo capaz de impactar al mundo. El 76% se preocupa por el impacto del ser humanos en el planeta. Son personas entregadas en su trabajo y con cualidades creativas, lo que los hace perfectos para entornos laborales emergentes y nuevas profesiones. Su alta dependencia de la tecnología tiene también un reverso oscuro, debido a que se encuentran acostumbrados a recibir una diversidad de estímulos y su capacidad de atención es reducida (Más que negocio, 2018)

Cabe destacar que existe relación dentro de estas generaciones, debido a que se encuentran vigentes dentro del ámbito laboral, sin embargo, un hecho que es importante destacar es la actitud de indiferencia entre los *Baby Boomers* y la Generación X, debido a un cierto recelo por parte de esta primera generación, la cual está en el camino a la jubilación

ante aquellos que aspiran a ocupar sus posiciones. Por otro lado los *Millennials*, los *Baby Boomers* y la Generación X se complementan y aprenden entre sí.

En una investigación hecha en el 2013 (*Benefits for Tomorrow Study*) por *The Hartford*, se hace mención de la percepción que tiene la generación como una gran fuente de conocimiento en el trabajo. (Forbes, 2014).

Por último, es importante destacar que, la generación Z se está involucrando en el ámbito laboral aportando nuevas ideas a la organización y aprendiendo del entorno que los rodea. Identificar las diferencias entre estas generaciones de trabajo en las empresas permite, primeramente, entender su forma de relacionarse entre ellas y con el trabajo, mismas que si bien pueden derivar en conflictos e incluso afectar en otros aspectos como el ambiente laboral, también pueden significar una gran fortaleza para las empresas en torno a encontrar puntos de encuentro, oportunidades de complementación y sinergias estratégicas que las beneficien. Además, estas mismas diferencias generacionales son un punto relevante a tomar en cuenta al describir al perfil Godinez, como un complemento a las características ya otorgadas a este grupo y que pueden explicar de manera más amplia los objetivos, principios, valores de los oficinistas.

1.3 Los oficinistas

Según el blog *Oficinista* (2008), este perfil se puede definir como:

El agente que colabora directa e indirectamente con todas las actividades de la empresa [...] y con un sueldo que se deriva del dinero que aporta el público consumidor cuando llega en búsqueda de artículos o servicio para satisfacer sus necesidades y gusto.

Este mismo *blog* enlista, una serie de tareas que el oficinista debe realizar para poder tener éxito como empleado, entre las cuales se destaca: emplear por lo menos media hora semanal para pensar en nuevos métodos o mejorar el trabajo; agrupar el trabajo similar para hacerlo junto y alternar los trabajos fáciles con los más difíciles, trabajar sin dar muestra de esfuerzo y desarrollar el deseo de entregar un trabajo bien hecho.

En adición, BBVA Bancomer (2018, Párra. 1), en su página empresarial, publicó una pequeña nota relacionada con “¿Cómo es el perfil básico de un empleado de oficina?”. Al respecto menciona lo siguiente:

... ciertas competencias generales que debe poseer un empleado de oficina y que pueden representar un buen punto de partida a la hora de confeccionar nuestros perfiles. En una oficina se pueden realizar multitud de labores, pero la utilización de los sistemas informáticos es ya común a la mayoría de ellos. Esto requiere conocimientos teóricos y prácticos que dependen de cada herramienta utilizada, aunque también es necesario un conocimiento mínimo sobre el sistema operativo utilizado, así como destrezas a la hora de mecanografiar y utilizar paquetes básicos como el Office (u otros procesadores de textos y hojas de cálculo) calendarios, gestores de correo, etc. [...] Muchos de ellos también necesitan de una alta capacidad de organización y concentración, así como conocimientos sobre procedimientos administrativos que pueden adquirirse en estudios especializados o mediante una buena experiencia laboral. También es importante que sepan expresarse adecuadamente de forma escrita (así como verbal para el uso del teléfono, por ejemplo) y que sean capaces de soportar una tarea normalmente monótona. Por otro lado, suele ser necesaria una buena autogestión del tiempo, confianza y responsabilidad, ya que puede manejar información

sensible. Saber trabajar en equipo, autoestima, flexibilidad, personalidad proactiva, capacidad de priorizar... Además, es importante conocer las labores específicas del puesto, que pueden hacer que las habilidades de cálculo sean imprescindibles para un buen desempeño, así como tener conocimientos de contabilidad, maquetación, redacción técnica, análisis de datos, creación de informes, traducción (idiomas), etc. ...

Por otro lado, la Universidad Latinoamericana (ULA) (s.f.) también elaboró su propia "descripción genérica de las funciones" más completa para el puesto de oficinista:

DESCRIPCIÓN GENÉRICA DE FUNCIONES

OBJETIVO GENERAL: Asistir en las actividades secretariales desarrolladas en la oficina, recibiendo, chequeando, clasificando, distribuyendo, archivando, registrando y transcribiendo documentos, a fin de apoyar las actividades técnicas y administrativas de la unidad.

FUNCIONES, ACTIVIDADES Y/O TAREAS:

- Recibe, revisa, clasifica, archiva y despacha comunicaciones y demás documentos de oficina consignados por usuarios de la unidad.
- Llena a mano formatos, libros de registros y control, fichas y otros documentos similares.
- Efectúa y atiende llamadas telefónicas.
- Atiende a profesores, estudiantes, empleados y público en general.
- Suministra información a las personas que la requieran.
- Opera una fotocopidora.

- Lleva el control de ingresos y egresos de material.
- Recibe información para transcribirla.
- Procesa en el computador información solicitada.
- Transcribe correspondencia general, notas de examen, datos de inscripción y cualquier documento que se le asigne.
- Llena formatos de cheques de acuerdo a los datos contenidos en los documentos soporte.
- Transcribe información para mantener bases de datos.
- Realiza respaldos a la información procesada en el computador.
- Graba información para mantener bases de datos.
- Elabora cuadros demostrativos, organigramas, formatos, flujo gramas y otros documentos con la información procesada.
- Imprime el trabajo realizado.
- Desglosa, ordena, compagina y entrega los documentos con la información procesada.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de Seguridad Integral, establecidos por la organización.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea fin que se le sea asignada.

Materiales: Maneja constantemente equipos y materiales de fácil uso, siendo su responsabilidad directa y, de manera periódica, equipos y materiales medianamente complejos, siendo su responsabilidad indirecta.

Información confidencial: Maneja en forma indirecta un grado de confidencialidad bajo.

Toma de decisiones: Las decisiones que se toman se basan en procedimientos y experiencias anteriores para la ejecución normal del trabajo, a nivel operativo.

Supervisión: El cargo recibe supervisión específica de manera directa y constante y no ejerce supervisión.

Relaciones internas: El cargo mantiene relaciones continuas con el personal de la oficina y/o frecuentes con integrantes de la comunidad universitaria usuarias del servicio, a fin de ejecutar lo relativo al área exigiéndose para ello una normal habilidad para obtener cooperación.

Relaciones externas: El cargo mantiene relaciones frecuentes con él y/o frecuentes a fin de ejecutar lo relativo al área, exigiéndose para ello una normal habilidad para obtener cooperación.

Ambiente de trabajo: El cargo se ubica en un sitio cerrado, generalmente agradable y no mantiene contacto con agentes contaminantes.

Riesgo: El cargo exige un esfuerzo riesgo irrelevante, con posibilidad de ocurrencia baja.

Esfuerzo: El cargo exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y caminando periódicamente y requiere de un grado de precisión manual y visual bajo.

PERFIL DEL CARGO:

Educación: Bachiller, más curso de oficina que incluya Operación de Microcomputador, de dos años de duración.

Experiencia: Dos años de experiencia progresiva de carácter operativo en el área de oficina.

CONOCIMIENTOS EN:

- Métodos y procedimientos de oficina.
- Computación.
- Técnicas de archivo.

HABILIDAD PARA:

- Seguir instrucciones orales y escritas.
- Tratar en forma cortés y efectiva con profesores, estudiantes y público en general.

DESTREZAS EN:

- El manejo de equipos de oficina (fotocopiadora, fax).
- El manejo de micro-computador.

ADiestRAMIENTO REQUERIDO:

- Técnicas de oficina.
- Relaciones Humanas.
- Computación básica.

De esta manera se puede apreciar que existen ya una serie de características que definen a cada una de las generaciones y que las distinguen una de otra. Asimismo, la evolución que ha tenido el trabajo; en diferentes aspectos; desde el espacio en el cual se desarrollan estas actividades, que paso de solo considerar en su diseño las tareas que se realizarían hasta tomar en cuenta a quienes ocupaban dichos espacio, sus necesidades y comodidades.

Durante esta evolución también la definición de trabajador u oficinista también se transformó y se diferencio según el lugar o área de trabajo en la que se desempeñaba. Es así que, las actividades destrezas, habilidades y adiestramiento que se ha caracterizado a este puesto se comenzó a definir de diversas formas, conservando algunos elementos hasta la actualidad. A la par de este desarrollo en la definición del concepto de oficinista, se comenzó a emplear una forma más innovadora de llamarlos y que hace referencia al surgimiento de un grupo dentro de la cultura oficinista: “Godínez”.

CAPÍTULO 2. LOS “GODÍNEZ”

2.1 Surgimiento de los Godínez

El término Godínez no tiene un origen exacto, sin embargo se pueden destacar tres versiones importantes de esta palabra empleada para designar a los oficinistas en México.

Primeramente, Godínez es un patronímico cuyo significado es “hijo de Godino”, nombre popular del año 1 200 d. C. en España y Portugal, y cuya historia, de acuerdo con el Heraldrys Institute of Roma (2016), se transformó después en Godín y Godino, y más tarde en Godínez.

De acuerdo con Bermúdez existe un antecedente directo de los famosos Godínez y se remonta a los años 60, en la telenovela *Gutierritos*, donde aparecía el personaje de “un tipo bonachón, chambeador, pero con poco carácter, cuya esposa e hijos lo consideraban un mediocre, su jefe siempre se lo traía de bajada”, sin embargo, fue hasta que en 1971, a través del canal 8, un gran número de gente reconoció en uno de sus personajes ciertas características atribuibles a los burócratas trabajadores de oficina, que se comenzó a emplear esta palabra para designar a los oficinistas de manera simpática (Chilango, 2015) .

En una de las series cómicas mexicanas más representativas, el Chavo del 8, creada y protagonizada por Roberto Gómez Bolaños, los personajes marcaron la infancia de muchas personas con frases como “Yo no fui”, “¿Ahora, qué hice?” y “No pues no me la sé, profesor”. Este personaje (de apellido Godínez) representado por el hermano de su creador, era definido por ser un estudiante flojo y que buscaba constantemente evadir las preguntas del profesor, siempre buscando el camino más fácil de resolver sus problemas.

Estas características de libre de responsabilidades y una constante lucha por pasar desapercibidos a los ojos del jefe, solían ser asociadas a los burócratas. Más tarde se agregaría

un conjunto de características como los gafetes, los *tuppers* y la devoción por los viernes que se aplicarían a manera de denominación a todos los empleados y oficinistas tanto del sector público como privado.

2.2 Definición de los Godínez

Los oficinistas se visten, piensan y consumen de una manera específica. Entre ellos suelen usar el mismo medio de transporte, hablan de las mismas cosas, y comen a la misma hora. Todas esas cosas los convierte en un grupo...

Sylvia Gutiérrez y Vera (Rincón, 2013)

Los Godínez son los oficinistas burócratas y empleados de corporativos, de empresas, tanto privadas como de gobierno, que cumplen con un horario, típicamente de 9 a 7, de lunes a viernes y van casi siempre de traje o vestimenta formal.

Sin embargo, como menciona Antonio Garci en su libro *El Godinato*:

... ser un Godínez es algo que va más allá de algún puesto en alguna oficina: es toda una forma de ser, una actitud, una ideología y una fe, algo que va más allá... lo que sucedió es que se volvió un remunerado estilo de vida (Garci, 2016, pp. 51).

Los Godínez son empleados que se encuentran laborando tanto en el sector público como privado, que han adoptado ciertas actitudes y conductas, con la finalidad de integrarse adecuadamente a su entorno laboral y a las políticas que indique la empresa u organización en la que se encuentren todo para obtener una ganancia monetaria a cambio de su trabajo. Esta tribu urbana, en la actualidad cuenta con una serie de características que permite identificar a los Godínez dentro de las empresas.

2.3 Características de los Godínez

2.3.1 Perfil básico

Aquellas características en común que comparten de manera general los Godínez extraídas y seleccionadas a partir de las diferentes referencias consultadas para este trabajo.

1. Reciben una remuneración quincenal o mensual por su trabajo.
2. Tienen uno o más jefes.
3. Horario fijo de ocho horas, normalmente comprendido entre las 9 am y 6 pm.
4. Cuenta con su propio correo con dominio de la empresa.
5. Su lugar de trabajo suele ser un cubículo.
6. Cuentan con un gafete que los diferencian de las personas externas.

(Portodoslosmedios.com, 2014).

2.3.2 Jornada

Su horario de trabajo generalmente consiste de un periodo de ocho horas, la importancia de este es que para los Godínez su hora de llegada tiende y tiene que ser puntual; la motivación tras esto varía, desde el mantener el premio por puntualidad, terminar el trabajo pendiente o pasar por un café antes de entrar a la oficina. Los Godínez emplean su creatividad inventando nuevas rutas o formas de ahorrar unos minutos, paciencia para tomar el transporte colectivo o privado y despertarse una hora antes para evitar el tráfico de personas y automóviles cada mañana, todo con tal de lograr su cometido diariamente.

2.3.3 Ubicación y lugar en el organigrama

Normalmente se concentran en zonas de trabajo donde hay grandes oficinas o corporativos, no importa el sector o giro de la empresa. En la Ciudad de México podemos destacar puntos o lugares donde se concentran los corporativos como Santa Fe, Colonia de Valle, Polanco, Reforma y la colonia Roma, (Hernández, 2017)

El lugar en el organigrama es la posición que ocupa en nivel jerárquico en la organización, sin embargo, se dice que los Godínez ocupan puestos medios o administrativos, pues se sienten más cómodos alejándose de las responsabilidades y de la toma de decisiones importantes, entonces, como se mencionó, este comportamiento va más allá de ocupar un puesto por lo que en la actualidad podemos encontrar Godínez en puestos altos rodeados de otros Godínez para trabajar y lograr los resultados.

2.3.4 Imagen

En la actualidad existe una plena conciencia acerca de la importancia que tiene la imagen personal en las empresas: la vestimenta, la actitud, el lenguaje empleado, entre otros factores, son parte de la impresión que generamos en otros. En el caso de los Godínez no es muy diferente, pues éstos siguen un marco que les permite saber cómo lucir, actuar y hablar para poder adaptarse y conservar su empleo.

- Vestimenta; Pinto (2015), Garci (2016) y Flores (2016) refieren que, como cualquier oficinista, su atuendo básico es aquel traje tipo sastre o vestidos con diseños poco coloridos o con colores opacos, a lo que las tiendas de ropa le llaman moda de oficina (formal), sin embargo, algunos oficinistas más intrépidos y jóvenes, en conjunto con los medios de comunicación, han desarrollado una nueva ola de estilos y formas de vestir

para el trabajo que sigue funcionando como moda de oficina; en algunos casos, incluso, se han publicado artículos que sugieren la relación de la personalidad Godín con el tipo de vestimenta que emplea.

- Gafete: el uso de este elemento no se queda en el horario laboral, sino que incluso se porta durante la hora de la comida y salida del trabajo hasta llegar a casa. Garci (2016) también sugiere que existe un vínculo entre la relación afectiva con la fuente de trabajo y el lugar en que éste se coloca: si es usado cerca del corazón refiere al gran aprecio que le tenemos al trabajo, en el pecho es símbolo de orgullo y en el pantalón o cadera, su prioridad por encima de todas las cosas.

2.3.5 Remuneración económica y organización

Se refiere a la retribución monetaria que la organización brinda a sus empleados a cambio de su labor física e intelectual, y la cual utilizan para cubrir tanto sus necesidades principales o fisiológicas.

De acuerdo con Flores (2015):

la mayoría de los oficinistas (27%) percibe ingresos de entre 2 y 3 salarios mínimos, es decir, de 4 mil 206 a 6 mil 309 pesos mensuales”, esta certeza de un pago quincenal los hace sentirse seguros, pero aun así tienden a participar en tandas constantemente bajo el pensamiento de ahorrar y no gastar en deseos innecesarios; son proclives a comprar a meses sin intereses, adquirir varias tarjetas de débito o crédito, clientes de las ofertas y los cupones y/o membresías que prometen ahorrarles lo que tienen de su quincena.

En el caso de los Godínez, una de las principales peculiaridades que tienen es la habilidad de organización y la emplean cuando planifican los diferentes eventos que tienen, como cumpleaños, salidas, reuniones u otras festividades; son rescatados para poder dividir las responsabilidades que conlleva la celebración sin hacerse notar, valiéndose de su habilidad para ahorrar y reutilizar materiales, así como siempre denotar la importancia de dar el “detallito ”a otros compañeros de trabajo.

2.3.6 Espacio

Es el lugar físico en el que suelen pasar gran parte de su tiempo. Para los Godínez este es un espacio personal que debe ser respetado por sus compañeros de oficina. De igual manera, es el lugar que gustan de ver decorado de distintas maneras, desde fotos personales o familiares, hasta frases inspiradoras y muñecos o figuras de acción; hasta la conserva de alimentos y botanas en cajones o cajas que les brinde la ayuda energética que se necesita para terminar sus pendientes.

También este espacio personal es empleado en ocasiones como el lugar de reunión con los compañeros de trabajo, ya sea para celebrar alguna ocasión especial o simplemente comer juntos los alimentos preparados en casa (Garci, 2016).

2.3.7 Relaciones interpersonales

Los Godínez también saben ser buenos compañeros y lo demuestran con hechos tan sencillos como regalar un detalle en fechas especiales: paletas de chocolate o bombones el 14 de febrero, saber la fecha de cumpleaños de cada compañero y juntar a todos en la oficina para adornar el lugar con globos y todo lo referente a la celebración. Además de mantener una

actitud de compañerismo que demuestran al contribuir monetariamente a algún compañero cuya economía está afectada, invitándoles el almuerzo o algún bocadillo.

Les gusta convivir y compartir su día a día con otros y están dispuestos a salir un jueves en la noche para realizar alguna actividad en conjunto.

2.3.8 Comunicación y lenguaje

La forma en la que nos comunicamos con otros y con nosotros mismos determina la calidad de nuestras vidas.

Anthony Robbins (1960)

La comunicación es un elemento importante en la vida del ser humano que permite interactuar con diferentes personas y de esa manera expresar emociones, sentimientos y pensamientos con la finalidad de cubrir sus necesidades de afiliación y socialización.

La comunicación laboral es una herramienta importante en las organizaciones debido a que da lugar a la transmisión de información para identificar los requerimientos, metas y logros de la organización y de los trabajadores.

La forma en que se comunican suele ser cordial y amable a las diferentes personas internas y externas (proveedores, asociados) de la organización. Es importante destacar que en cada una de las empresas u organizaciones poseen un diferente terminología la cual se relaciona con diversos factores, ya sea el giro de la organización o incluso el área en la que se desenvuelvan, sin embargo, es preciso mencionar que así como existen ciertas desigualdades entre las empresas existen ciertas conductas que suelen repetirse en cada una sin importar el rubro en el que participen (Romero, 2016).

Con el paso del tiempo, los Godínez han ido desarrollando su lenguaje para referirse a diversas cosas y con eso han adaptado palabras en inglés o han abreviado otras que utilizan de forma coloquial para desenvolverse en su trabajo y estar en sintonía con los demás.

Ejemplo de estas expresiones son (Flores, 2016):

- VoBo: Visto Bueno
- ASAP: *As soon as possible* (Tan rápido como sea posible).
- CV: Curriculum Vitae
- Meeting: Para una reunión
- Inge: Ingeniero
- FYI: *For Your Information* (Para tu información)

Es necesario destacar que no solo lo hacen mediante la comunicación oral sino que han ido adoptando diversas herramientas tecnológicas para interactuar con sus compañeros, una de ellas es el correo electrónico el cual se utiliza para solicitar cierta información o apoyo y de esa manera ser más formales y conservar un respaldo de su trabajo y de la información en caso de requerir alguna aclaración sobre el tema.

Existen diversos canales para comunicarse dentro del ambiente laboral, la razón para utilizar cualquiera de ellos varía en relación al mensaje que se busca expresar. Algunos de los más importante son: boletines, carteles, convocatorias, intranet de la empresa, correos electrónicos, etc. (Byrne & Williams, s.f.).

Además, la comunicación en redes sociales también es importante para ellos, pues gustan de emplear sus dispositivos inteligentes con gran frecuencia mientras trabajan, ya sea por razones de ocio, como publicar fotos o estados que estén o no relacionados con su trabajo, hasta preferir un mensaje tipo “What’s” o artículos para hablar o llamar la atención a algún

compañero de trabajo o crear grupos que faciliten su organización y convivencia organizacional.

Para que una comunicación organizacional se vuelva efectiva se debe buscar una retroalimentación de la información recibida. Por ello, se debe de establecer un canal en el que jefes y subordinados puedan establecer cierta cercanía para comunicarse entre sí y para que la comprensión de lo que se quiera transmitir fluya de manera adecuada. Es común que en el proceso de comunicación empresarial surjan obstáculos que impiden el correcto proceso de transmisión de datos laborales, personales u organizacionales. (Romero, 2016)

Páginas web y sitios para Godínez

Con el creciente interés y humor que provocan los Godínez se han creado un gran número de artículos formales e informales que hablan acerca de ellos, pero también grupos en redes sociales como Facebook, Blogs e incluso artículos en revistas de moda o de opinión pública, dedicados a ellos, los cuales son utilizados para brindar un sentido humorístico hacia la vida laboral. Entre los temas que se tocan, destacan aquellos relacionados con dar consejos o test acerca de cómo ser un mejor Godínez en diversas áreas. Ejemplos de esto podemos mencionar en páginas de Facebook que motivan y se burlan de ciertos comportamientos del ámbito laboral y que de cierta manera proyectan imágenes y mensajes con los cuales los oficinistas se sientan identificados como son (Flores, 2016):

- Lo que callamos los Godínez
- Mundo Godínez
- Godínez Pura Sangre
- Mr. Godínez

Aunado a esto, los Godínez ocupan ciertas páginas que les brindan información relevante para poder desarrollarse en su ambiente laboral. Claro ejemplo es la página *Mundo Godínez* (<http://mundogodinez.com.mx/>) que brinda información acerca de los días laborales e incluso las que mencionan la innovación y las nuevas tecnologías que se han estado implementando en diversas empresas.

2.3.9 Cultura organizacional

La cultura organizacional se refiere a un conjunto de significados aprendidos y compartidos por los miembros que conforman a la empresa y que se ven reflejados en sus valores creencias y actitudes, las cuales a su vez le distinguen de otras empresas.

Robbins y Judge (2013) definen a la cultura organizacional como un conjunto de cuatro niveles; el primer nivel incluye:

- Las vías usadas de forma rutinaria para comunicarse, como los rituales y las ceremonias o el lenguaje empleado habitualmente en la organización.
- Las normas que comparten las personas y los equipos de toda la organización.
- Los valores dominantes.
- La filosofía que rige las políticas y la toma de decisiones de la gerencia.
- Las reglas de interacción entre los miembros.
- El clima, la distribución física y las interacciones entre los miembros con los clientes, gerentes, clientes y las personas del exterior.

El segundo nivel contiene los valores culturales de la organización, los cuales representan las creencias, supuestos y sentimientos colectivos acerca de que es correcto, normal, racional y valioso. El tercer nivel contiene las conductas compartidas, las cuales incluyen las normas.

El nivel más superficial contiene los símbolos culturales, las palabras, gestos imágenes y otros objetos.

Además Hellriegel (2009) complementa que existen siete características fundamentales que componen la esencia de la cultura organizacional. La innovación y toma de riesgos, atención a los detalles (precisión y análisis), orientación a resultados, orientación a la gente, orientación a los equipos, dinamismo y estabilidad (status quo).

2.3.10 Liderazgo

Muchos Godínez se han vuelto personajes exitosos y reconocidos a nivel mundial; Bill Gates era un programador en una empresa de artículos electrónicos y Johny Deep vendía plumas por teléfono en una empresa de telemarketing.

Pinto (2015)

Los “Godínez”, no son solo los empleados sin rango con ciertas características, pues ellos también pueden pertenecer a puestos que requieran un tipo de líder con las características de un oficinista.

Este tema de liderazgo de los Godínez está aún abierto a investigación, pues en la actualidad el estigma acerca de los Godínez evitados de responsabilidad sigue presente y la existencia de estudios científicos que contradigan esta postura es nula.

2.4 Tipos de Godínez

Al igual que su inexacto origen existen diferentes clasificaciones del perfil Godín de acuerdo con las características bajo la cuales se les agrupe. Para Sosa (2017) en las empresas existen tres tipos de Godínez:

1. Godín contento / conforme. Los que consideran que ser empleados es la mejor estrategia para lograr sus objetivos financieros y están contentos o al menos satisfechos, por lo que trabajan muy duro, estudian maestrías o especialidades para valer cada vez más en el mercado laboral para convertirse en directores de área y, si es posible, en director general, de alguna empresa de renombre para capitalizarse, comprar bienes raíces o hacer inversiones y vivir de sus rentas a más tardar a los 65 años.
2. Godín Wantepreneur. Quieren independizarse o emprender pero no han encontrado cómo hacerlo o están “esperando a ahorrar una suma de dinero para tener su propio negocio”, pero no ahorran realmente.
3. Godín Emprendedor. Son aquellos que realmente están buscando y probando nuevas formas de generar ingresos, pues desean lograr su independencia financiera y siempre están aprendiendo nuevas cosas.

Por otro lado, Pinto (2015) en su libro *El Manual del Godín*, los divide en tres categorías a partir de su imagen:

1. Chavorrucos. Edad de más 35 años, con comportamientos que buscan aparentar un estilo de vida “juvenil”, escuchando música de moda, asistiendo a reuniones informales en antros y vistiendo con colores más atrevidos.
2. Chavorrucas. Mujeres maduras, entre los 30 años, que compran su vestimenta en tiendas de tiro comercial juvenil, que disfruta de las novelas eróticas y cuya creencia acerca del mejor atractivo es la experiencia.

3. Hipstínez. Emplean Mac por encima del sistema Windows y se enorgullecen de trabajar con Photoshop en vez de PowerPoint; así como una vestimenta con accesorios como lentes de pasta y perforaciones.

De esta manera podríamos mencionar un conjunto amplio de clasificaciones de Godínez con diferentes perspectivas y autores.

2.5 Godínez en las empresas

Los empleadores han aprovechado la demanda de trabajo existente. De ese modo, lanzan ofertas de empleo sin seguridad social, mal pagadas y con sujeciones.

Patrick Gun (2015)

2.5.1 Percepción y autopercepción

Andrade (2016) recalca que existe una aceptación humorística del término Godínez por parte de la población mexicana, a consecuencia del carácter alegre y positivo de los mexicanos que reconocen las características otorgadas a este perfil en las personas que desempeñan su actividad laboral en oficinas públicas o privadas y además lo aprovechan.

Sin embargo, a partir de un estudio realizado por GIN Group (s.f.) se puede entender la negatividad que se le otorga a este término.

Un 61% de los mexicanos considera que la palabra "Godin" denigra a los trabajadores y 64% cree que denigra a los mexicanos... los profesionales de alto rango adjetivan a los trabajadores de menor rango con esa palabra, mismos que con el paso del tiempo terminan usándola contra sus mismos compañeros; también existen aquellos empleados que encuentran el término como despectivo

y discriminatorio, lo cual conlleva una autopercepción mediocre que se ve reflejada en su actividad laboral (Venegas, 2017, Párra. 3).

2.5.2 Aspectos positivos y negativos

Sin embargo, Andrade (2016) también menciona que, de acuerdo con esta autoaceptación como Godínez, resultan impactos positivos como negativos en la cultura organizacional:

Impacto “negativo”	Impacto ”positivo”
<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de compromiso con la organización, entregan resultados con el mínimo esfuerzo. 2. Falta de proactividad, no hacen nada hasta que sus superiores les dan indicaciones. 3. Evitan la responsabilidad e intentan evadir nuevas funciones a su cargo. 4. Generan conflictos con su grupo de trabajo. 5. Generan ambientes de desconfianza y de hostigamiento laboral. 6. Falta de responsabilidad con los proyectos que les asignan en equipo. 7. Pérdida de identidad. 8. Descuido físico. 9. Exceso de trabajo. 10. Falta de conocimiento para crecer profesionalmente. 11. Desmotivación profesionales. 12. Estrés continuo. 13. Amenazas de perder el empleo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mayor integración entre compañeros de trabajo a través de la implementación de tradiciones (festejos de cumpleaños, días festivos, reuniones informales, etc.). 2. Generan lazos de solidaridad al compartir un mismo estatus. 3. Generan ambientes de confianza y camaradería. 4. Apoyan en gestión con sus superiores el flexibilizar algunas reglas o realizar negociaciones en las condiciones de trabajo. 5. Buscan alcanzar objetivos que les permitan obtener premios o ascensos. 6. Generan ambientes de trabajo armonizado y optimista.

2.5.3 Desempeño laboral

Autores como Jorge Pinto (Manual del Godínez, 2015), Arturo Flores (Godínez; el poder de la quincena, 2016) y Antonio Garci (El Godinato, 2016), destacan que los Godínez son productivos, pues no solo trabajan a un buen ritmo de trabajo y de manera óptima, sino que también poseen un alto índice de pertenencia a la empresa (siempre y cuando se sientan respaldados por el jefe o la organización). Además, cuando es necesario, se quedan para

terminar los trabajos pendientes o urgentes o aprovechan bien sus momentos para tener a tiempo los informes solicitados.

Suelen desarrollar su habilidad de organización gracias a los diferentes eventos y actividades que deben de desempeñar. Ejemplo de esto es organizar los pasteles para cada uno de los integrantes de su equipo, establecer la fecha para irse de vacaciones, etc.

2.6 Los Godínez en otros países

Los Godínez han existido siempre incluso menciona a figuras históricas como políticos, científicos, pensadores entre otros al igual que existen en otros países del mundo, en España se les conoce como curritos, en Francia dodo mecs, en Estados Unidos office blockers y en Italia impiegati...

Garci (2016)

El trabajo, así como todos los temas que se relacionan con este, son de interés internacional, no es de extrañar que entonces podamos encontrar al Godín en otros países (se podría decir), aunque éstos son nombrados y valorados (no en todos), al menos en sus características de diferente manera.

Primeramente mencionaremos a Estados Unidos, en donde no parecer existir una diferenciación con respecto a la definición mexicana en torno al cómo se consideran a los Godínez en el ambiente laboral, ejemplo de esto es la campaña publicitaria titulada “Mac vs PC”, donde se puede observar que el trabajador que representa a PC es un Godínez que viste su muy característico traje de oficina, mientras que el sujeto más destacado y de personalidad más relajada representa a la cultura Mac, no se necesita explicar lo que se buscaba transmitir al respecto con esta campaña (Excelsior, 2016).

Ahora también existen otros tipos de Godínez, en Asia, en Japón. Conocidos como *Salaryman* quienes comparten ciertas características con el oficinista mexicano: un ingreso fijo o quincena, una jornada laboral de 8 horas o más, se levanta temprano, se viste de traje, desayuna lo que se pueda, corre y sube al transporte en horas pico para no llegar tarde, participa en eventos (reuniones informales) de la empresa, toma siestas y se alimenta durante el trabajo para poder terminar las labores del día al día (Medina, 2009).

Sin embargo para Medina (2009), a pesar de estas similitudes, y como ya se mencionó, muchas de estas características son aceptadas en incluso vistas como “parte del trabajo” para estos empleados por ejemplo:

- La prioridad es el trabajo y es una forma entendible para excusarte.
- El 飲み会 (nomikai, salidas a beber en grupo) son un deber del trabajo, por lo que es normal cancelar cualquier otro compromiso para asistir a ellas.
- Entre más tiempo se trabaja eres “mejor empleado”.
- El jefe no permite que se vayas el empleado y solicita que se retire hasta que él lo haga, es una obligación (en Japón se pagan las horas extras).
- Tomar siestas durante el trabajo es normal y refleja lo mucho que ha trabajado una persona, pues ellos asumen que no está dormida totalmente, si no que más bien se encuentra procesando toda la información y en un estado de alerta.

Sin embargo no todo es perfecto para los Godínez nipones, pues Medina (2009) nos menciona diversas desventajas de esta cultura tan orientada al trabajo.

- El síndrome de “no saber descansar”, pues en ese país incluso los fines de semana son días ocupados, tan así que muchos de éstos no tienen tiempo para un pasatiempo debido a la constante carga en la que viven.
- Entregarse en cuerpo y alma a la empresa que te contrato es lo normal, pues esta les brinda una oportunidad, así que su tiempo de trabajo, su tiempo de ocio y su tiempo de descanso tienen dueño (Llull, 2015).

De esta manera podemos destacar la importancia de identificarlos, estudiarlos y cambiar el cómo se mira a esta tribu para mejorar muchos factores importantes que promoverían un mejor desempeño, una cultura y ambiente organizacional más pulcro, etc. Cambiar muchos de éstos estigmas que se tienen de ellos y comenzar a aprovechar sus características y enfocarlas de mejor manera representaría un paso para posicionar a México entre esos países que ya han comenzado a invertir en esta fuerza de trabajo.

CAPÍTULO 3. INVESTIGACIÓN

3.1 Planteamiento del problema y justificación

Aguilar (2013) menciona que uno de los elementos más importantes para un desempeño favorable en las empresas es el orientar la cultura laboral hacia un desarrollo integral de los trabajadores, es decir, procurar un nivel de bienestar de vida de ellos como de sus familias, generando hábitos de trabajo, prácticas productivas y valores en el mundo laboral que repercutan positivamente en la productividad y la competitividad de las empresas.

De esta manera podemos denotar la importancia que tiene el explorar el perfil Godínez, pues aunque esta tribu ha comenzado a ser relevante en diversos medios de comunicación, no se tiene información científica acerca de su influencia o importancia en las empresas, sino que más bien fueron estigmatizados como irresponsables, objeto de burla y lástima en México, cuya consecuencia inmediata se ha visto reflejada de manera negativa en una percepción y la autopercepción de trabajadores mediocres a aquellos oficinistas que se identifican o son identificados con este nombre, misma que también influye en su actividad laboral (Andrade, 2016).

El presente estudio buscó identificar las diferencias entre la las generaciones de los trabajadores, las cuales se han tomado en cuenta para la diferenciación de la temporalidad y cómo han influido los sucesos externos para el comportamiento de las generaciones y el perfil Godínez con la finalidad de establecer características que los representen y poder, en un futuro cercano, proveer a las organizaciones de información correspondiente a los puestos en los que son más aptos, así como los estímulos adecuados para garantizar un ambiente adecuado para los miembros de la empresa que influya en un desempeño eficiente.

3.2 Objetivo general

Identificar las diferencias generacionales entre los grupos X, Millennial y Z a partir de las características del perfil Godínez.

3.3 Objetivos específicos

1. Evaluar la existencia de diferencias en el perfil laboral y expresiones usadas de los Godínez entre las generaciones X, Z y Millennial.
2. Evaluar el efecto de las variables sociodemográficas (sexo, escolaridad máxima y área de conocimiento) con relación al perfil laboral de los oficinistas.

3.4 Pregunta de investigación

1. Entre las generaciones Z, Millennial y X, ¿cuál es el efecto que tienen las variables relacionadas con el perfil laboral de: Interacción Social en el Trabajo (IST), Proyección de Imagen Personal en el Trabajo (PIPT); Valores en el Trabajo (VT), Administración de Tiempo (AT), Uso de Redes Sociales y Tecnología en el Trabajo (URSTT), Liderazgo y Trabajo en Equipo (LTE) y Desempeño en la organización (DO)?
2. Entre las generaciones Z, Millennial y X, ¿cuál es el efecto que tienen las variables de: sexo, escolaridad máxima y área de conocimiento en el perfil laboral?

3.5 Hipótesis

H1: Existen diferencias en las variables del perfil laboral Godínez con relación a la variable Generación.

H2: Existen diferencias en las variables del perfil laboral Godínez a las variables sexo, escolaridad máxima y área de conocimiento.

3.6 Método

3.6.1 Participantes

La batería fue aplicada a 318 oficinistas de empresas, tanto privadas como públicas, que cumplen con un horario, típicamente de 9 am a 6 pm, de lunes a viernes y asisten a trabajar con vestimenta formal. Su edad osciló entre los 20 y 64 los años de edad ($M = 30.50$; $DE = 9.92$), gran parte de ellos pertenecen a la Generación Z; la proporción de hombres y mujeres era similar. Casi la totalidad de los trabajadores contaban con una escolaridad de nivel licenciatura finalizada y pertenecían al área social (categorización del área de conocimientos de la UNAM 2018 DGAE). Mayoritariamente eran trabajadores de instituciones públicas, cuyo tiempo trabajando en la organización oscilaba entre 1 mes y 420 meses (35 años), con una $M = 55.86$ meses y una $DE = 71.23$ (Tabla 1.).

Tabla 1. Características sociodemográficas y laborales de los participantes

Variables		Categorías	% parcial	% total
Demográficas	Sexo	Hombre	46.2	100
		Mujer	53.8	
	Generación	X (19-35 años de edad)	10.4	100
		Millennial (36-49 años de edad)	21.7	
		Z (50-68 años de edad)	67.9	
	Escolaridad máxima	Carrera técnica	7.5	100
Licenciatura		76.4		
Posgrado		16.1		
Área de conocimiento	Físico-Matemáticas e Ingenierías Biológicas y de la Salud Sociales Humanidades y las Arte	7.2	100	
		34.0		
		57.2		
		1.6		
Laborales	Tipo de empresa	Pública	82.4	100
		Privada	17.6	
	Tiempo en la empresa (meses)	1-18	40.6	100
		19-48	25.7	
		49-72	12.6	
73- en adelante		21.1		

3.6.2 Tipo de estudio

No experimental *ex post facto*; solo se estudiaron las diferencias en las características del perfil Godínez con respecto a la variable generación y las variables sociodemográficas: sexo, escolaridad máxima y área de conocimiento.

3.6.3 Variables

Se estudiaron variables de generación, demográficas, de perfil laboral y uso de las expresiones de los Godínez.

Generación

Las variables de generación, de acuerdo con la clasificación de Kotler y Keller en libro *Marketing Management* (2002 citado por Villegas 2016), se hizo con base a elementos culturales, económicos y desarrollos tecnológicos, dividiendo a las generaciones como: Generación Silenciosa, *Baby Bombers*(que para fines de esta tesis no fueron sujetos de estudio),, generación X, Millennial y Z.

Demográficas

Las variables demográficas medidas a partir del cuestionario de datos sociodemográficos del Inventario de Perfil Laboral (IPL) fueron:

1. Sexo: hombre, mujer
2. Escolaridad máxima: Carrera técnica, licenciatura y posgrado
3. Área de conocimientos: Físico-Matemáticas e Ingenierías, Biológicas y de la Salud, Sociales y Humanidades y las Artes

Perfil laboral

Las variables de perfil laboral estudiadas correspondieron a las escalas del IPL (Pérez, en proceso de publicación) y fueron:

1. Interacción Social en el Trabajo (IST): manera en que el trabajador se relaciona con sus compañeros y su jefe inmediato dentro y fuera de la empresa y el cómo expresa sus opiniones.

2. Proyección de Imagen Personal en el Trabajo (PIPT): la importancia que el trabajador le da al cuidado personal y al espacio relacionado con su labor.
3. Valores en el Trabajo (VT): responsabilidad que muestra el trabajador en sus actividades laborales, así como el respeto a las posesiones de sus compañeros.
4. Administración de Tiempo (AT): organización que el trabajador emplea para realizar sus actividades laborales y horarios de manera puntual.
5. Uso de Redes Sociales y Tecnología en el Trabajo (URSTT): nivel de involucramiento del trabajador con los medios de comunicación durante su horario laboral.
6. Liderazgo y Trabajo en Equipo (LTE): papel que juega el trabajador, la disposición y la organización de las tareas al realizar actividades en conjunto.
7. Desempeño en la Organización (DO): percepción de la preparación y motivación del trabajador que está para realizar sus actividades, así como el nivel de empatía con su lugar de trabajo.

Uso de expresiones

Las variables de uso de expresiones de los Godínez, medidas a partir del cuestionario de expresiones usadas; que se refieren a aquellas expresiones más empleadas por estos trabajadores durante su jornada laboral, según autores como Flores (2016), fueron las siguientes:

1. ¡Ánimo ya casi es viernes!
2. Si no ocupas esa pluma (u otro objeto) ¿me la/o prestas?
3. ¿A dónde va tan guapo/a?

4. ¿Ya vieron lo que puso en su red social?
5. ¿Qué no era para mañana?
6. Su ropa está super *out*
7. Juebebes
8. Mal del puerco
9. Lic, Arquí o Doc
10. Memo
11. ASAP (*As Soon As Possible*)
12. Ahorita
13. FYI (*For Your Information*)
14. Pendientes

3.6.4 Instrumento

Se empleó una batería integrada por un cuestionario demográfico, un cuestionario de características laborales, el Inventario de Perfil Laboral (IPL), un cuestionario de expresiones usadas y una carta de Consentimiento Informado y Autorización (Pérez, Hernández, Tesis de Licenciatura en Psicología en proceso, 2018)

La batería contiene 101 reactivos: 4 demográficos (sexo, edad, escolaridad máxima y área de conocimientos); 2 laborales (tipos de empresa y tiempo en la empresa); 81 del IPL en escala tipo Likert (donde 6 corresponden a: completamente de acuerdo/siempre y 1 a

completamente en desacuerdo/nunca) y 14 expresiones o modismos, cuya confiabilidad total es de 0.91

El Inventario de Perfil Laboral (IPL) se encuentra integrado por 7 escalas (cada una con sus correspondientes factores):

1. Interacción Social en el Trabajo (IST), total de reactivos: 22. Seis factores que explicaron 59.35% de la varianza; participación en reuniones informales (5 reactivos), apoyo a compañeros (4 reactivos), comunicación personal efectiva (3 reactivos), inteligencia emocional (4 reactivos), interacción grupal (3 reactivos) y solidaridad con compañeros (3 reactivos).
2. Proyección de la Imagen Personal en el Trabajo (IPT), total de reactivos: 13. Tres factores que explicaron 46.54% de la varianza; relevancia de la imagen personal (5 reactivos), búsqueda de descuentos (5 reactivos) y personalización del lugar de trabajo (3 reactivos).
3. Valores en el Trabajo (VT), total de reactivos: 5. Un factor y un indicativo que explicaron 65.6% de la varianza; compromiso con el trabajo (3 reactivos) y respeto a la propiedad ajena (2 reactivos).
4. Administración de Tiempo (AT), total de reactivos: 7. Dos factores que explicaron 58.8% de la varianza; puntualidad en la entrega de trabajos (4 reactivos) y puntualidad en la llegada al trabajo (3 reactivos).
5. Uso de Redes Sociales y Tecnología en el Trabajo (URSTT), total de reactivos: 5. Mostró un factor que explicó 37.3% de la varianza.

6. Liderazgo y Trabajo en Equipo (LTE), total de reactivos: 15. Tres factores que explicaron 53.22% de la varianza; asunción de liderazgo (6 reactivos), trabajo participativo (7 reactivos) y trabajo compartido (2 reactivos).
7. Desempeño en la Organización (DO), total de reactivos: 14. Tres factores y un indicativo que explicaron 57.31% de la varianza; capacidad para resolver problemas (5 reactivos), comunicación con la organización (4 reactivos), identificación con la empresa (3 reactivos) y capacitación continua (2 reactivos).

El cuestionario de expresiones usadas de los Godínez cuenta con un total de 14 reactivos, en la que los participantes marcaban con una “X” todas las expresiones que consideraran emplear en su trabajo.

3.6.5 Procedimiento

La batería se envió a diferentes organizaciones vía correo electrónico; de esta manera se obtuvo el 40% de los participantes de este estudio. El resto se consiguió a través de la aplicación presencial a la población oficinista durante el horario de comida en lugares públicos (tanto las empresas como instituciones públicas solicitaron privacidad en sus datos) y la aplicación en línea mediante un cuestionario en Google Forms.

3.7 .Resultados

El proceso de recolección de información tomó cuatro meses, durante los cuales se construyó una base de datos en SPSS en la que se realizó el vaciado de los reactivos de la batería y se procedió con su análisis descriptivo e inferencial. Para evaluar las diferencias en el Perfil Laboral por generaciones, área de conocimiento y escolaridad máxima se empleó una prueba

ANOVA; se compararon las medias y desviaciones estándar por cada generación, escolaridad y área de conocimiento y se obtuvieron las medias significativas entre grupos y posteriormente se realizó un análisis Post-hoc de Turkey para determinar que grupos se diferenciaban entre sí.

Para la variable de sexo, se empleó una prueba T, en la que se obtuvieron las medias y desviación estándar, se compararon las medias entre ambos grupos (hombre y mujer) para evaluar las diferencias significativas en el perfil laboral por esta variable.

Finalmente para el análisis de las expresiones usadas se utilizó una prueba Chi-cuadrada, para determinar las diferencias significativas en los porcentajes por cada expresión para cada generación.

Efecto de la variable generación sobre las variables del perfil laboral y de estereotipos de los Godínez

1. Perfil laboral

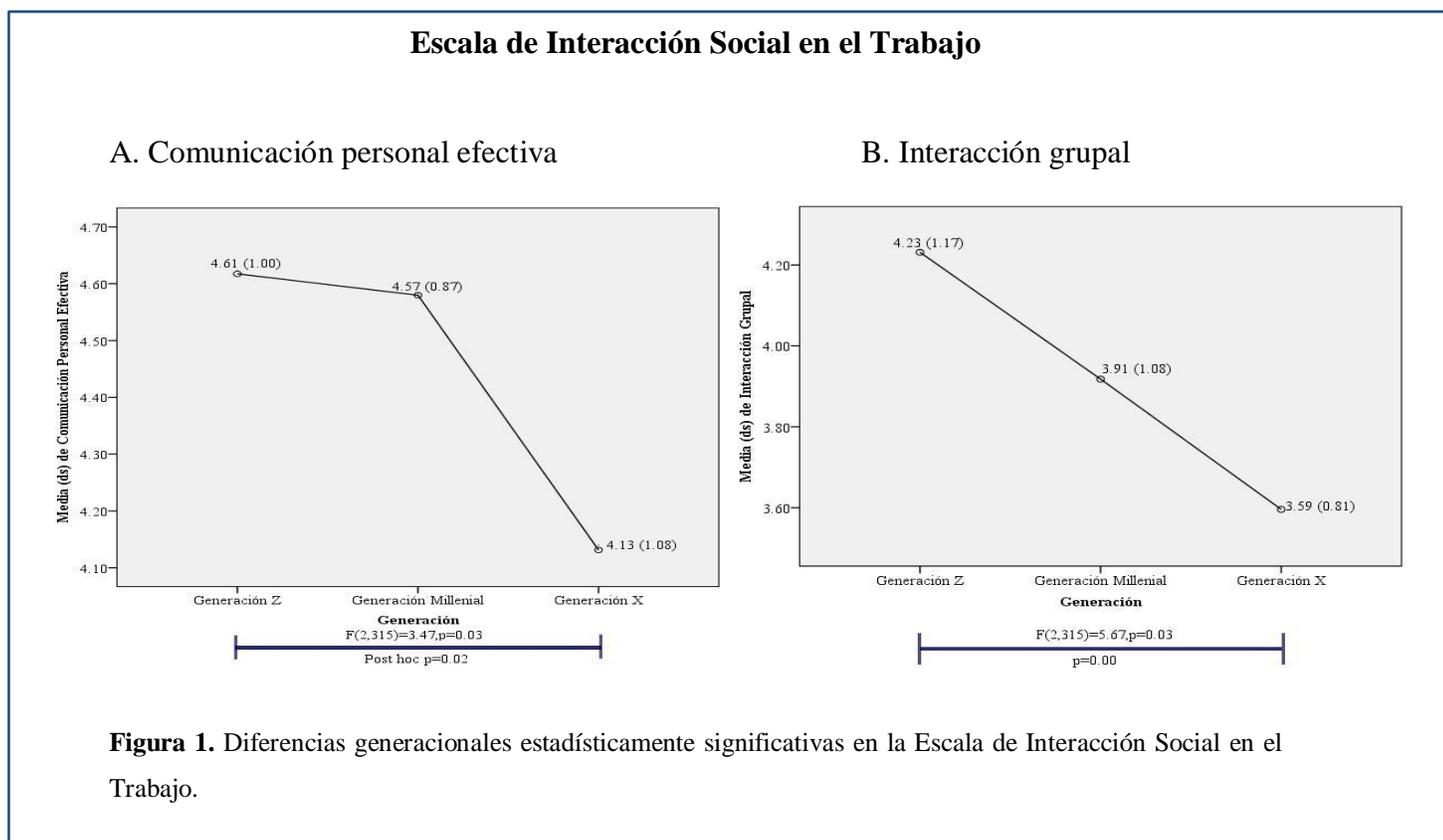
Del total de 19 factores y 2 indicativos divididos en 7 escalas en el Perfil, se obtuvieron diferencias significativas por generaciones; para los factores de interacción grupal y comunicación personal de la Escala de Interacción Social en el Trabajo, Uso de Redes y Tecnología en el Trabajo, la media obtenida por la Generación Z fue la más alta entre las tres generaciones y puntualidad en la llegada al trabajo de la Escala de Administración de Tiempo, la Generación X obtuvo la media más alta en comparación con la Generación Z y Millennial.

Tabla 2.Diferencias en las variables de perfil laboral por generación

Escala	Factores	Generación			Prueba estadística	Prueba post hoc de Turkey
		Z	Millennial	X		
Interacción Social en el Trabajo	Comunicación personal efectiva	4.61 (1.00)	4.57 (0.87)	4.13 (1.08)	F(2,315)3.47,p=0.03	Generación Z - Generación X:p=0.02
	Apoyo a Compañeros	3.79 (1.05)	3.64 (1.00)	3.46 (0.96)	F(2,315)1.71,p=0.18	
	Participación en reuniones Informales	2.51 (1.17)	2.78 (1.13)	2.95 (1.12)	F(2,315)1.18,p=0.30	
	Inteligencia emocional	4.97 (0.74)	4.93 (0.77)	4.84 (0.66)	F(2,315)0.42,p=0.65	
	Interacción grupal	4.23 (1.17)	3.91 (1.08)	3.59 (0.81)	F(2,315)5.67,p=0.03	Generación Z - Generación X:p=0.03
Solidaridad con Compañeros	3.46 (1.17)	3.47 (0.94)	3.26 (0.99)	F(2,315)0.50,p=0.60		
Proyección de la Imagen Personal en el Trabajo	Búsqueda de Descuentos	3.44 (1.11)	3.39 (1.14)	3.24 (1.07)	F(2,315)0.43,p=0.64	
	Relevancia de la Imagen Personal	2.57 (1.06)	2.54 (1.16)	2.13 (0.86)	F(2,315)2.49,p=0.20	
	Personalización del Lugar de Trabajo	2.83 (1.10)	2.72 (1.08)	2.47 (1.15)	F(2,315)1.58,p=0.20	
Valores en el Trabajo	Compromiso con el Trabajo	4.90 (0.77)	4.83 (0.75)	4.81 (0.93)	F(2,315)0.32,p=0.72	
	Respeto a la Propiedad Ajena	5.71 (0.56)	5.53 (0.80)	5.68 (0.61)	F(2,315)1.99,p=0.13	
Administración de Tiempo	Puntualidad en la Entrega de Trabajo	4.73 (0.75)	4.78 (0.72)	4.84 (0.87)	F(2,315)0.36,p=0.69	
	Puntualidad en la Llegada al Trabajo	4.70 (0.99)	4.97 (0.85)	5.35(0.66)	F(2,315)7.82,p=0.00	Generación Z - Generación X:p=0.00
Uso de Redes Sociales y Tecnología en el Trabajo	Uso de Redes Sociales y Tecnología en el Trabajo	2.98(0.91)	2.81 (0.91)	2.51 (0.78)	F(2,315)4.21,p=0.01	Generación Z - Generación X:p=0.01
Liderazgo y Trabajo en Equipo	Asunción de Liderazgo	4.25 (0.92)	4.26 (0.80)	4.12 (1.06)	F(2,315)0.29,p=0.74	
	Trabajo participativo	4.87 (0.78)	4.89 (0.64)	4.84 (0.69)	F(2,315)0.04,p=0.95	
	Trabajo compartido	4.04 (1.29)	3.96 (1.20)	3.92 (1.27)	F(2,315)0.19,p=0.82	
Desempeño en la Organización	Capacidad para Resolver Problemas	4.66 (0.80)	4.69 (0.68)	4.58 (0.94)	F(2,315)0.19,p=0.82	
	Comunicación con la Organización	4.09 (1.09)	4.17 (1.15)	3.80 (1.11)	F(2,315)1.31,p=0.27	
	Identificación con la Empresa	4.49 (1.02)	4.42 (0.85)	4.75 (0.79)	F(2,315)1.39,p=0.25	
	Capacitación continua	4.03 (1.27)	4.05 (1.18)	3.95 (1.39)	F(2,315)0.07,p=0.92	

A continuación se presentan gráficamente las diferencias de medias entre generaciones (X, Millennial y Z), por cada escala y factor, del Inventario del Perfil Laboral (IPL).

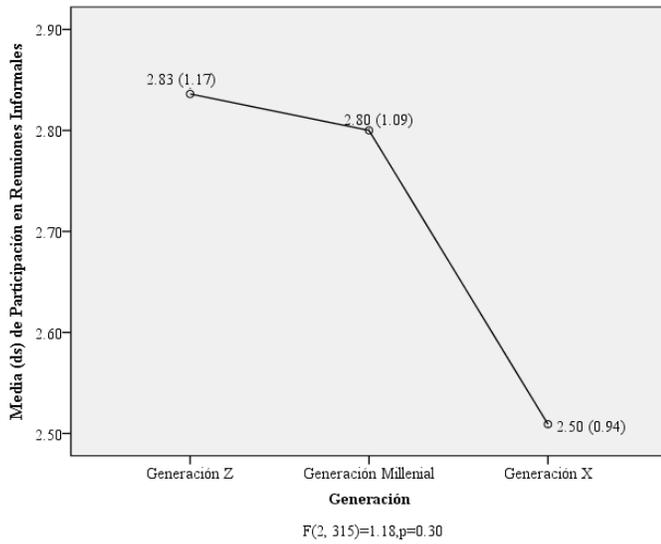
Se encontraron diferencias estadísticamente significativas en cuatro de las variables del Perfil Laboral. Primeramente en la Escala Interacción Social en el Trabajo, en los factores comunicación personal efectiva ($p= 0.02$) y de interacción grupal ($p<0.001$) (Figura 1A y 1B). La Generación Z mostró puntajes más altos en comparación con la Millennial y la Generación X.



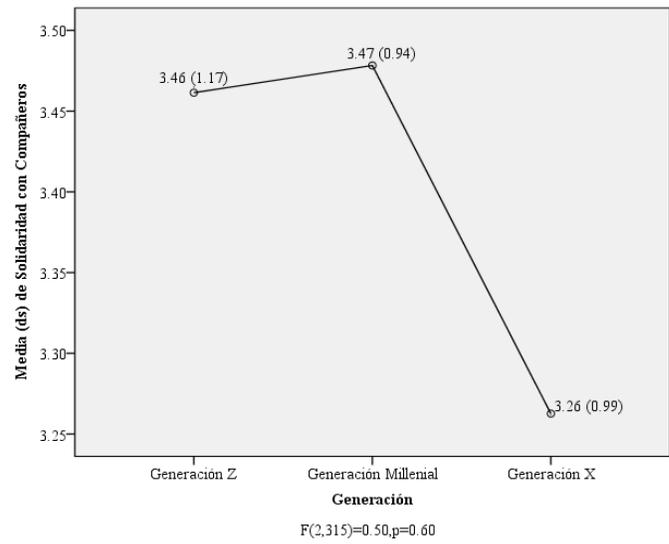
Para el resto de la escala, los factores de participación en reuniones informales, solidaridad con compañeros, inteligencia emocional y apoyo a compañeros, se observó una tendencia decreciente, donde las medias de la Generación Z obtuvieron el mayor valor y las de la Generación X el menor (Figura 1A, 1B, 1C y 1D).

Escala de Interacción Social en el Trabajo

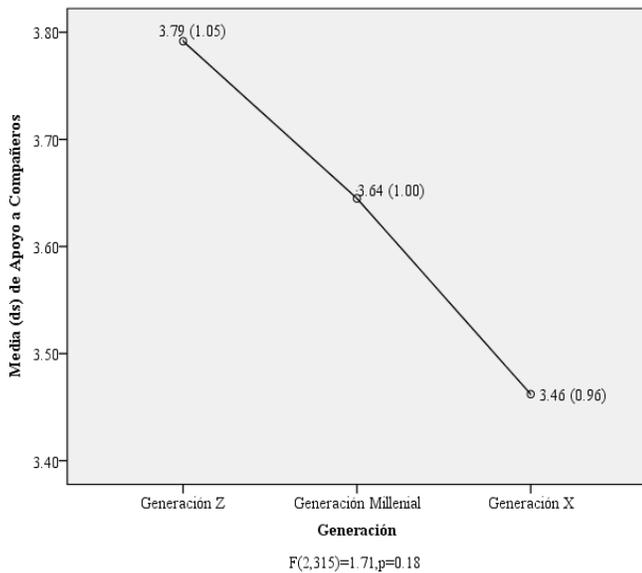
A. Participación en reuniones informales



B. Solidaridad con compañeros



C. Apoyo a compañeros



D. Inteligencia emocional

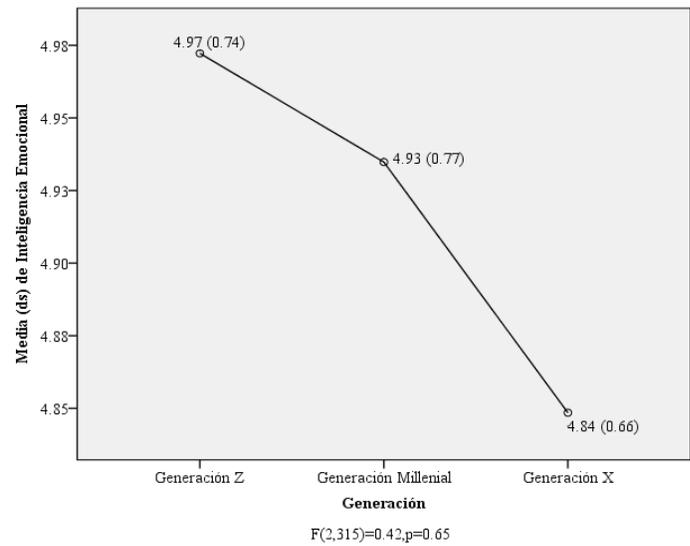
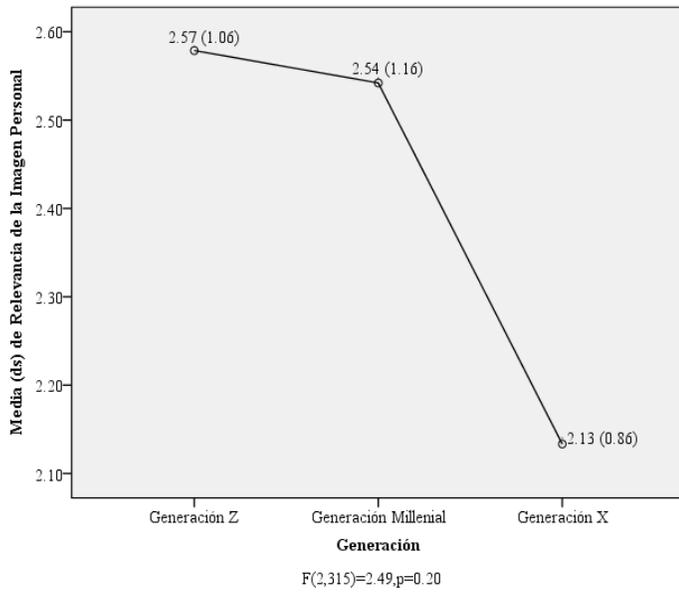


Figura 2. Diferencias generacionales no significativas en la Escala de Interacción Social en el Trabajo.

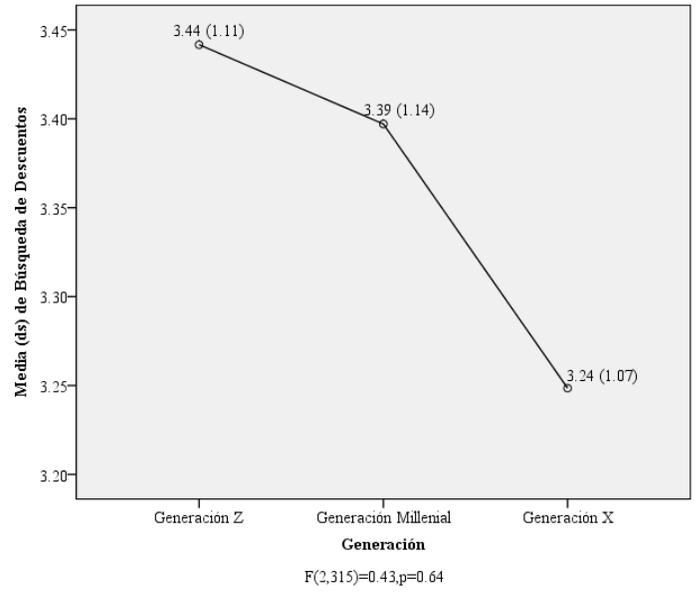
En la Escala de Proyección de la Imagen Personal en el Trabajo, para los factores de relevancia de la imagen personal, búsqueda de descuentos y personalización del lugar de trabajo, se obtuvo una tendencia de disminución de las medias desde la Generación Z a la Generación X (Figura 3A, 3B y 3C).

Escala de Proyección de la Imagen Personal en el Trabajo

A. Relevancia de la imagen personal



B. Búsqueda de descuentos



C. Personalización del lugar del trabajo

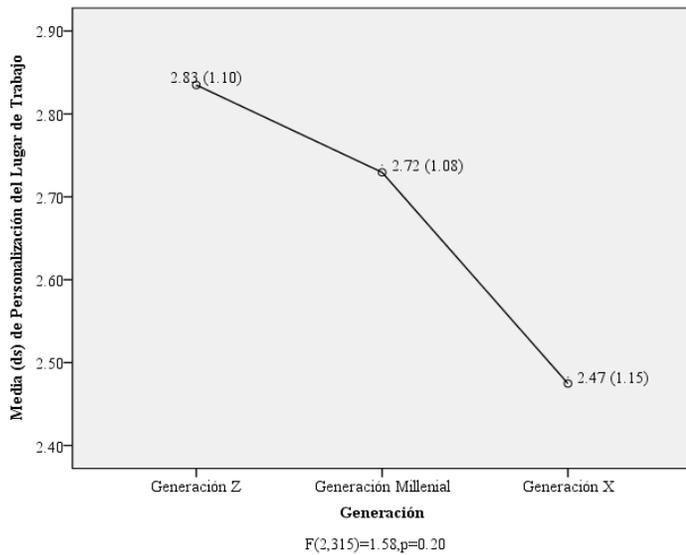
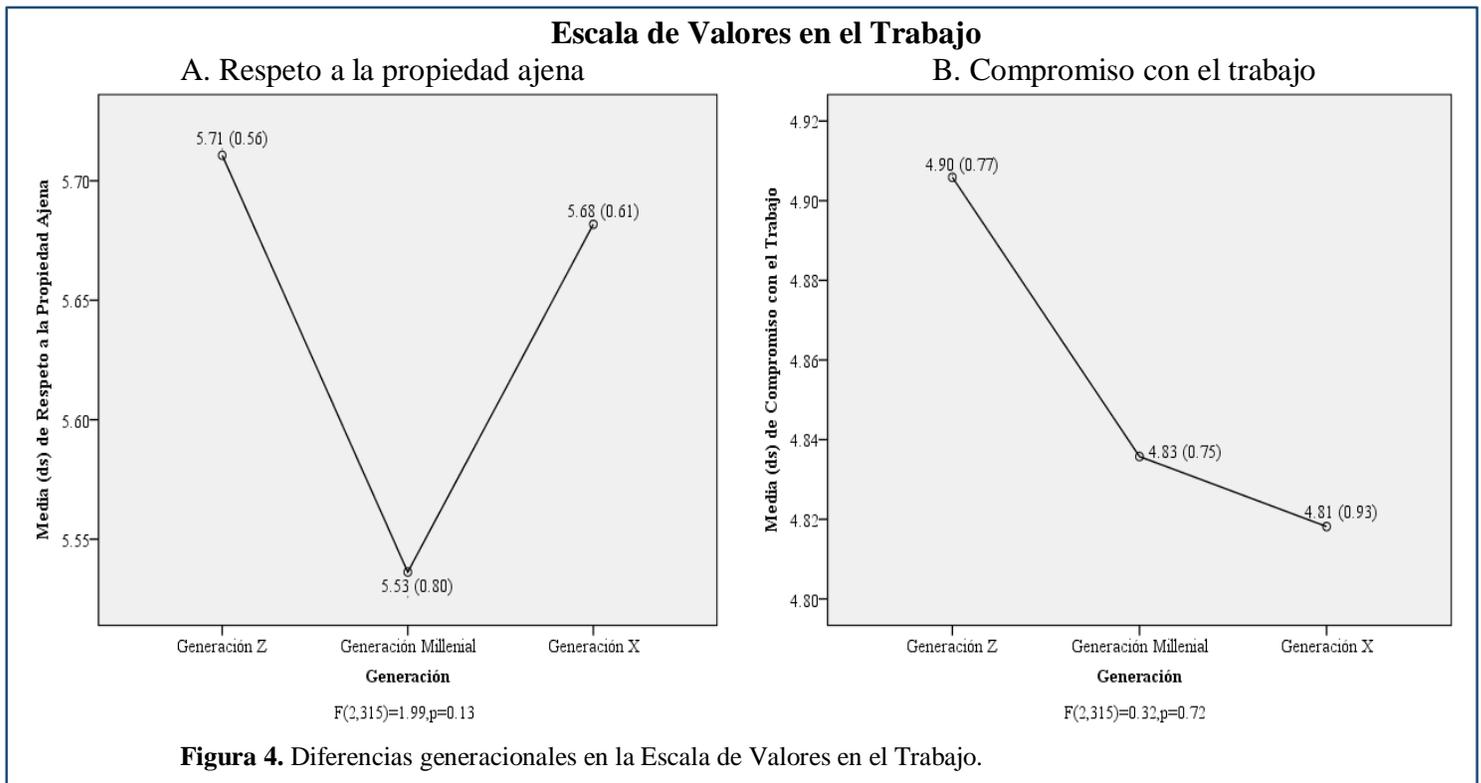


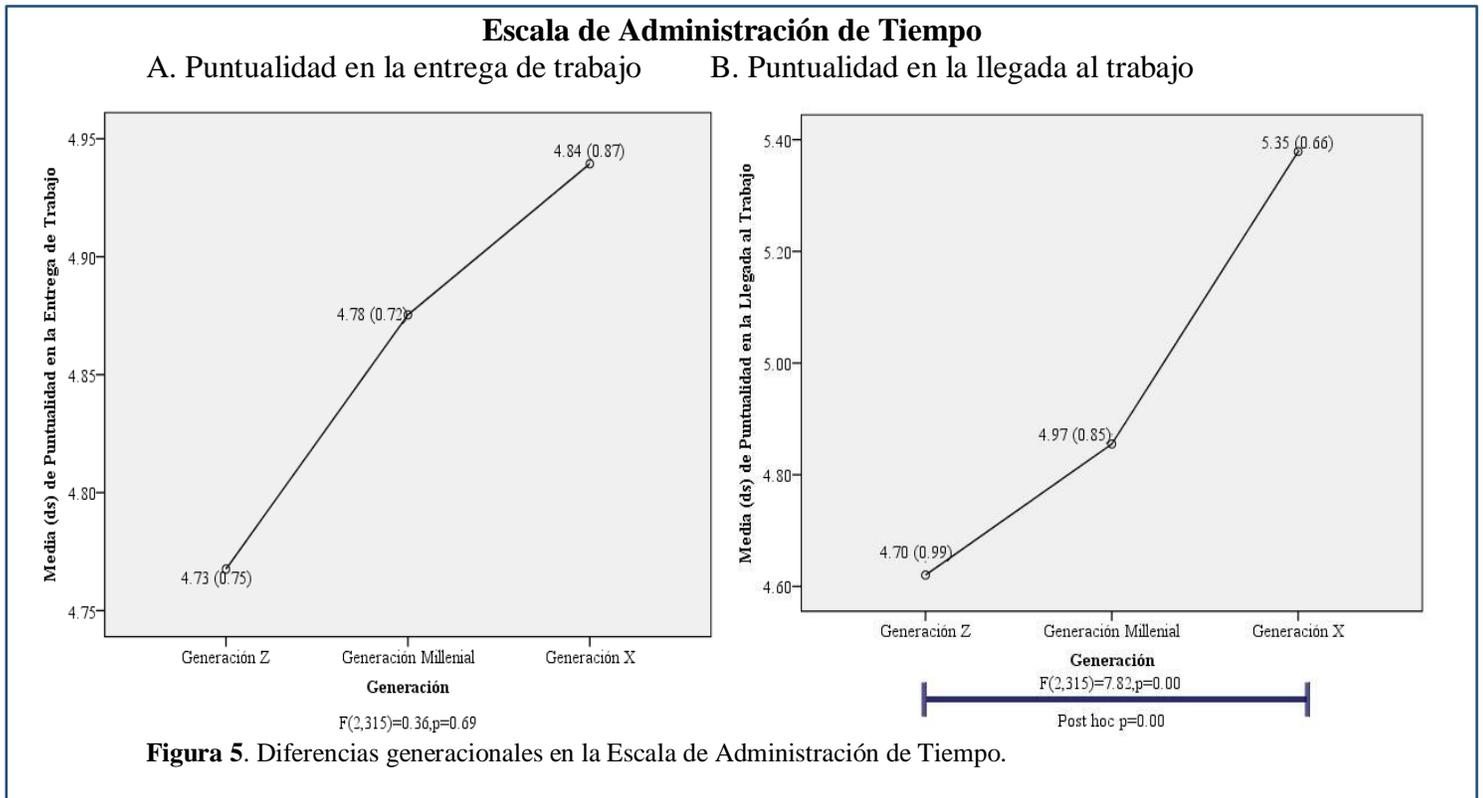
Figura 3. Diferencias generacionales no significativas en la Escala de Proyección de la Imagen Personal en el Trabajo.

Con respecto a la Escala de Valores en el Trabajo, no se obtuvieron diferencias significativas. En el factor de respeto a la propiedad ajena, la Generación Z puntuó más alto en su media, seguida de cerca por la Generación X y la Generación Millennial con el puntaje más bajo y alejado de las otras. Mientras que en el factor de compromiso con el trabajo la Generación Millennial y X obtuvieron puntajes bajos similares y alejados del puntaje de la Generación Z con la media más alta (Figura 4A y 4B).



En la Escala de Administración de Tiempo se encontraron diferencias estadísticamente significativas para el factor de puntualidad en la llegada al trabajo ($p < 0.001$) y se obtuvo una tendencia general en este factor y en el de puntualidad en la entrega de trabajo, en la cual la Generación X puntuó más alto que la Generación Z y los Millennial (Figura 5A y 5B). Sin embargo la distribución entre las medias para estos dos factores fue muy diferente; para la puntualidad en la entrega de trabajo los valores en las medias son bastantes cercanos entre

las generaciones, pero para el factor de puntualidad en la llegada al trabajo, el valor de la media de la Generación X está sumamente apartado del obtenido por la Generación Z y Millennial.



Se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre generaciones en la Escala de Uso de Redes y Tecnología en el Trabajo ($p= 0.01$); la Generación Z mostró un mayor puntaje al obtenido por la Millennial y la Generación X (Figura 6).

Escala de Uso de Redes Sociales y Tecnología en el Trabajo

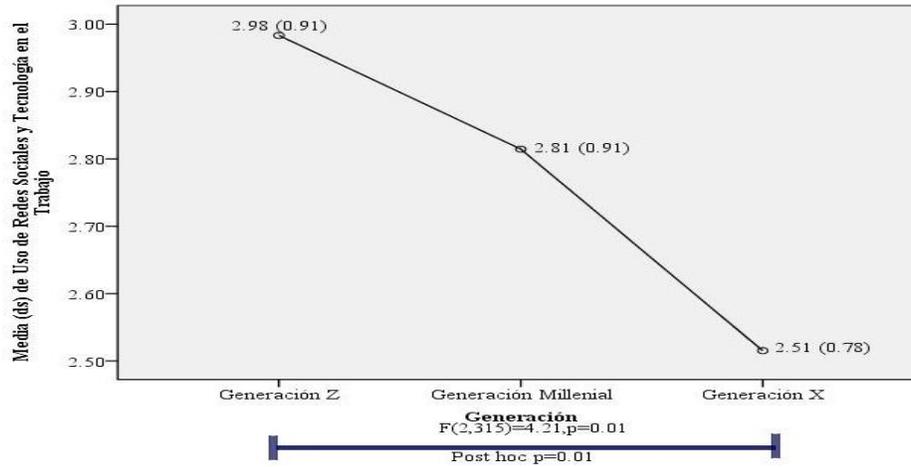
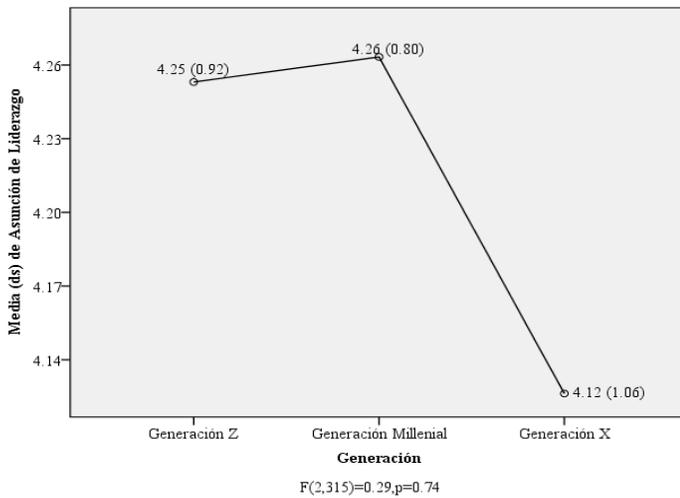


Figura 6. Diferencias generacionales estadísticamente significativas en la Escala de Uso de Redes Sociales y Tecnología en el Trabajo.

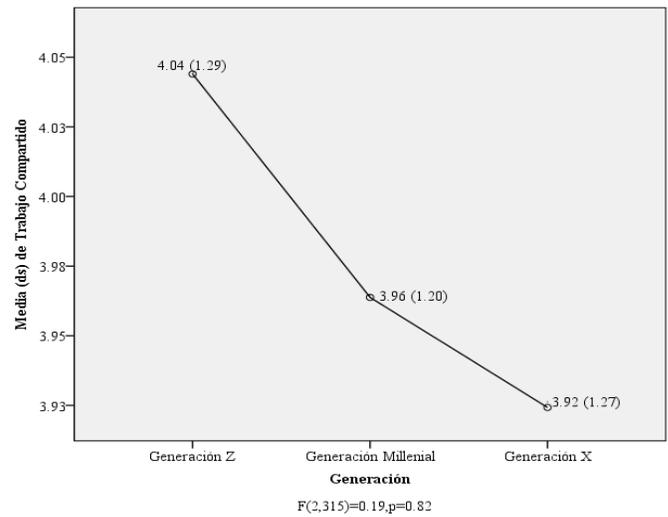
La Escala de Liderazgo y Trabajo en Equipo, no se encontraron diferencias significativas. Los factores de asunción de liderazgo y trabajo participativo (Figura 7A y 7B) mostraron una tendencia decreciente parecida a una uve (V) invertida, la media de la Generación Millennial represento el valor más alto, seguido por una diferencia mínima de la Generación Z y finalmente la Generación X con la más baja y apartada de las otras dos. El factor de trabajo compartido tuvo una tendencia decreciente; sin embargo, la distancia entre el valor de las medias de la Generación Millennial y la Generación X disminuyó, por lo que se alejaron del valor obtenido por la Generación Z (puntaje más alto (Figura 7C)).

Escala de Liderazgo y Trabajo en Equipo

A. Asunción de liderazgo



B. Trabajo compartido



C. Trabajo participativo

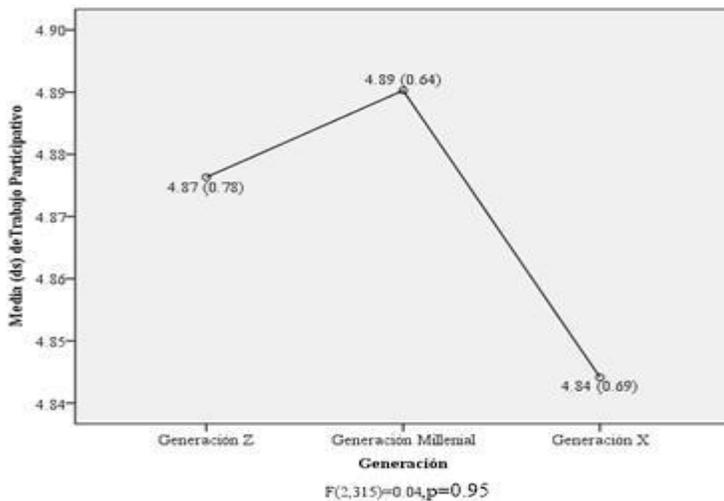


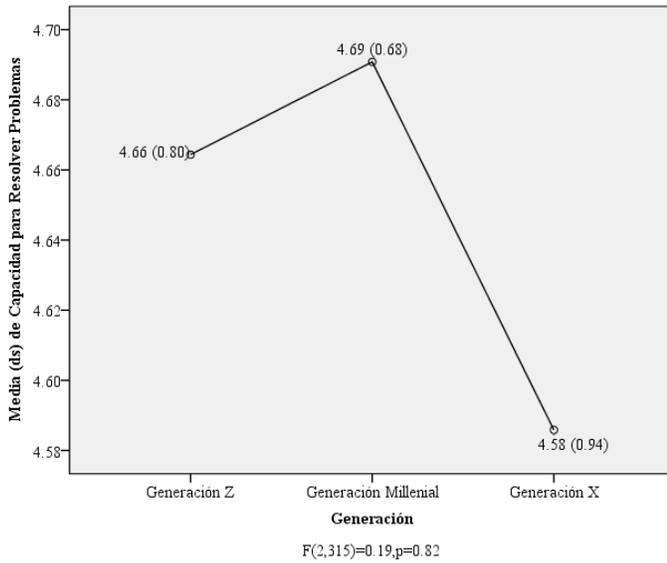
Figura 7. Diferencias generacionales no significativas en la Escala de Liderazgo y Trabajo en Equipo.

No se obtuvieron diferencias significativas para la escala de Desempeño en la Organización. En los factores de capacidad para resolver problemas, comunicación con la organización y capacitación continua (Figura 8A, 8B y 8D) se observó una tendencia decreciente de las medias, en la cual la Generación Millennial obtuvo el puntaje más alto y la Generación X el más bajo y apartado de las otras generaciones. Por otro lado en el factor de identificación con

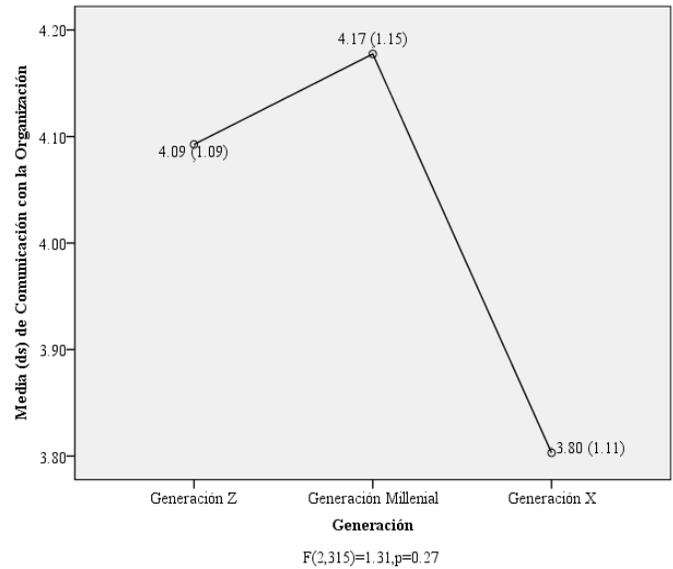
la empresa la Generación X obtuvo el puntaje más alto y la Millennial el más bajo y apartado de la Generación X (Figura 8C).

Escala de Desempeño en la Organización

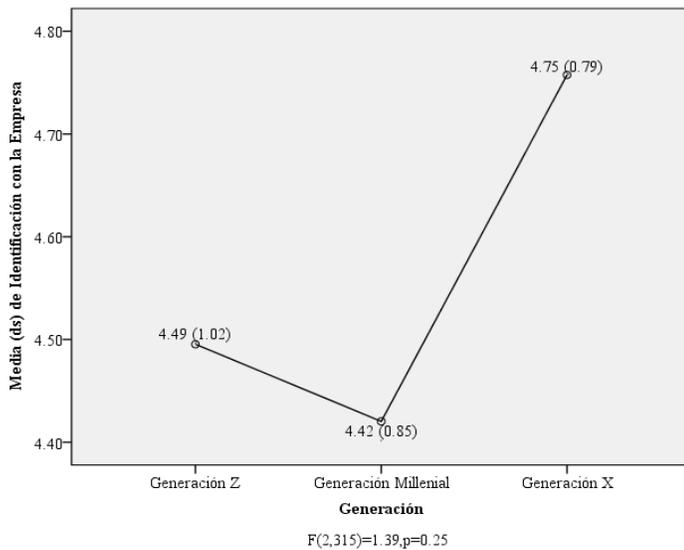
A. Capacidad para resolver problemas



B. Comunicación con la organización



C. Identificación con la empresa



D. Capacitación Continua

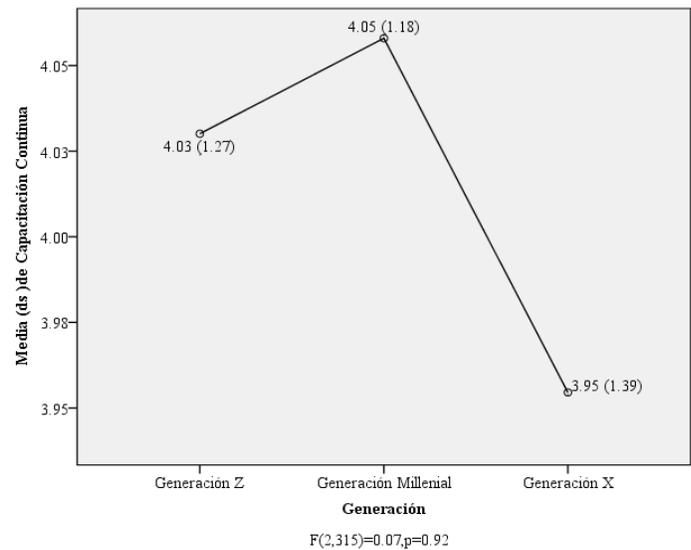


Figura 8. Diferencias generacionales no significativas en la Escala de Desempeño en la Organización.

En resumen, se encontraron diferencias estadísticamente significativas en cuatro de los factores de las Escalas del Inventario de Perfil Laboral. En interacción grupal y comunicación personal de la Escala de Interacción Social en el Trabajo y Uso de Redes y Tecnología en el Trabajo, la Generación Z obtuvo el puntaje más alto y la Generación X el más bajo. En relación con la puntualidad en la llegada al trabajo de la Escala de Administración de Tiempo, la Generación X obtuvo el puntaje más alto y la Generación Z el más bajo (Figura 1, Figura 5B y Figura 6).

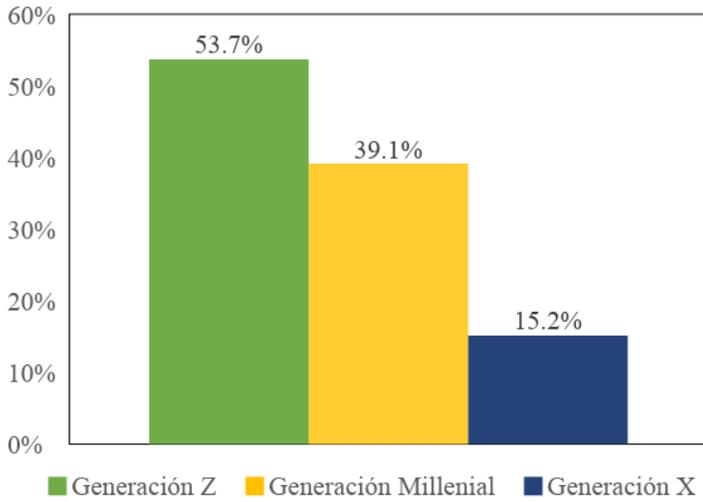
Se observó una tendencia general decreciente en la mayoría de los factores de las Escalas del Inventario del Perfil Laboral, en la cual el valor de las medias disminuyó desde la Generación Z hasta la Generación X, sin embargo, con respecto al valor de las medias en los factores de puntualidad en la entrega de trabajo y puntualidad en la llegada al trabajo (Figura 5A y 5B) de la Escala de Administración de Tiempo, se observó una tendencia invertida, donde las medias de cada generación subieron su valor desde la Generación Z hasta la Generación X, siendo esta última la más alta en ambos factores.

En adición para la Escala Interacción Social en el Trabajo en el factor de solidaridad con compañeros (Figura 2B) y la Escala de Desempeño en la Organización en los factores de comunicación con la organización, capacidad para resolver problemas, capacitación continua (Figura 8A, 8B y 8D) así como en la Escala de Liderazgo y Trabajo en Equipo en los factores de asunción de liderazgo y trabajo participativo (Figura 7A y 7C) mostraron una tendencia parecida a una uve (V) invertida, donde la media de la Generación Millennial representó el valor más alto, seguido por una diferencia no muy amplia en la media de la Generación Z y finalmente la Generación X con la media más baja y apartada de las otras dos variables.

2. Expresiones usadas

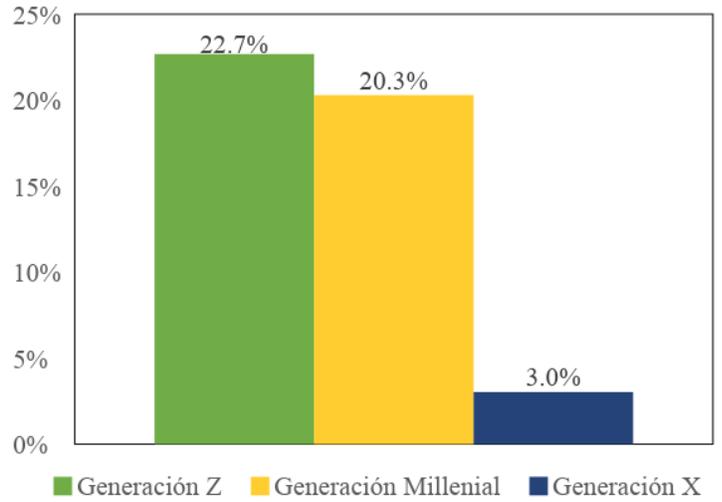
Se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre generaciones en el uso de las expresiones “Mal del puerco”, “Memo”, “Ahorita” y “FYI” (For Your Information). En cuanto a las expresiones “Mal del puerco”, “Ahorita” y “FYI” la Generación Z obtuvo el porcentaje más alto de trabajadores que usan estas frases, seguida de la Generación Millennial y X, cuyos porcentajes fueron más bajos en comparación con la anterior mencionada (Figura 9A, 9B y 9C). Adicionalmente, las expresiones “Mal del puerco” y “FYI” tuvieron una amplia diferencia en los porcentajes entre las Generaciones Millennial y X, sin embargo para la expresión “FYI” las diferencias entre los porcentajes de la Generación Z y Millennial era más reducida a comparación con la expresión “Mal del puerco”. La expresión “Ahorita” obtuvo un porcentaje muy diferenciado en la Generación X en relación con las otras dos generaciones (menor a 5%), en relación con las otras dos generaciones cuyos porcentajes fueron más cercanos entre sí. Por otro lado la generación que obtuvo porcentajes más altos en la expresión “Memo” fue la Millennial, seguida de la generación Z y la X, con los puntajes más bajos y con un valor menor al porcentaje obtenido por la Generación Millennial (Figura 9D).

A. Expresión "Mal del puerco"



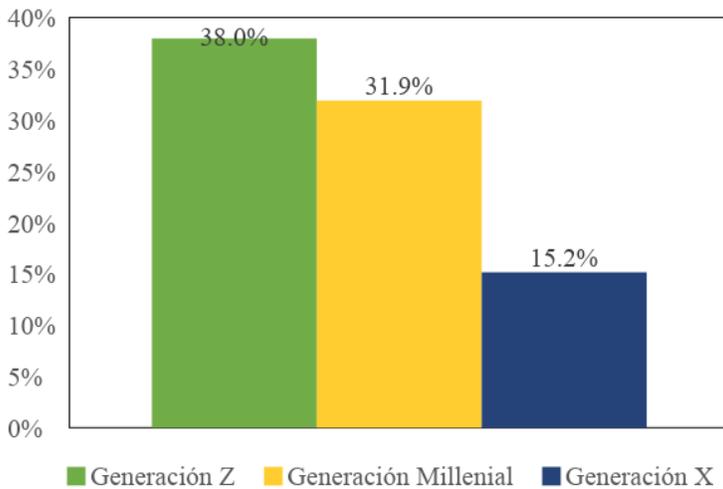
$$\chi^2_{(2)}=19.04, p=0.00$$

B. Título del Expresión "Ahorita"



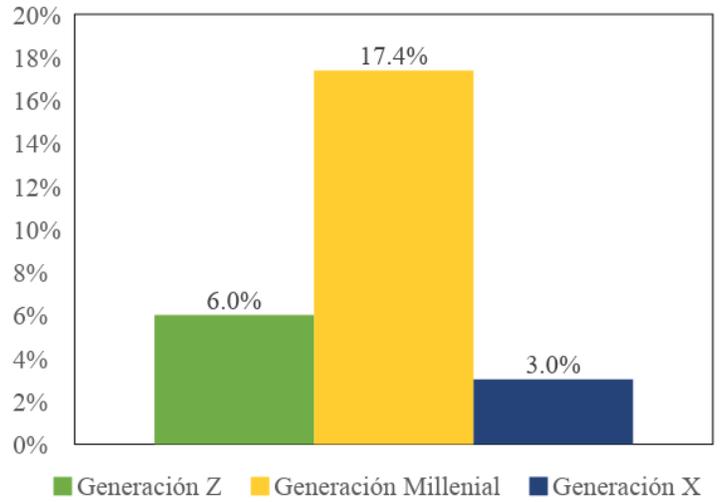
$$\chi^2_{(2)}=6.88, p=0.03$$

C. Expresión "FYI (For Your Information)"



$$\chi^2_{(2)}=6.83, p=0.003$$

D. Expresión "Memo"



$$\chi^2_{(2)}=10.30, p=0.00$$

Figura 9. Diferencias estadísticamente significativas en el uso de expresiones de “Mal del puerco”, “Ahorita”, “FYI” (For Your Information) y “Memo” entre generaciones.

Se obtuvo una tendencia en la que la Generación Z, presentó el porcentaje más alto en el uso de las expresiones; “Si no ocupas esa pluma (u otro objeto) ¿me la/o prestas?”, “¿Qué no era para mañana?” y “Su ropa está super out”, en comparación con la Millennial y la X (Figura

10A, 10B, 10C); sin embargo las diferencias entre los porcentajes de las generaciones es mínima.

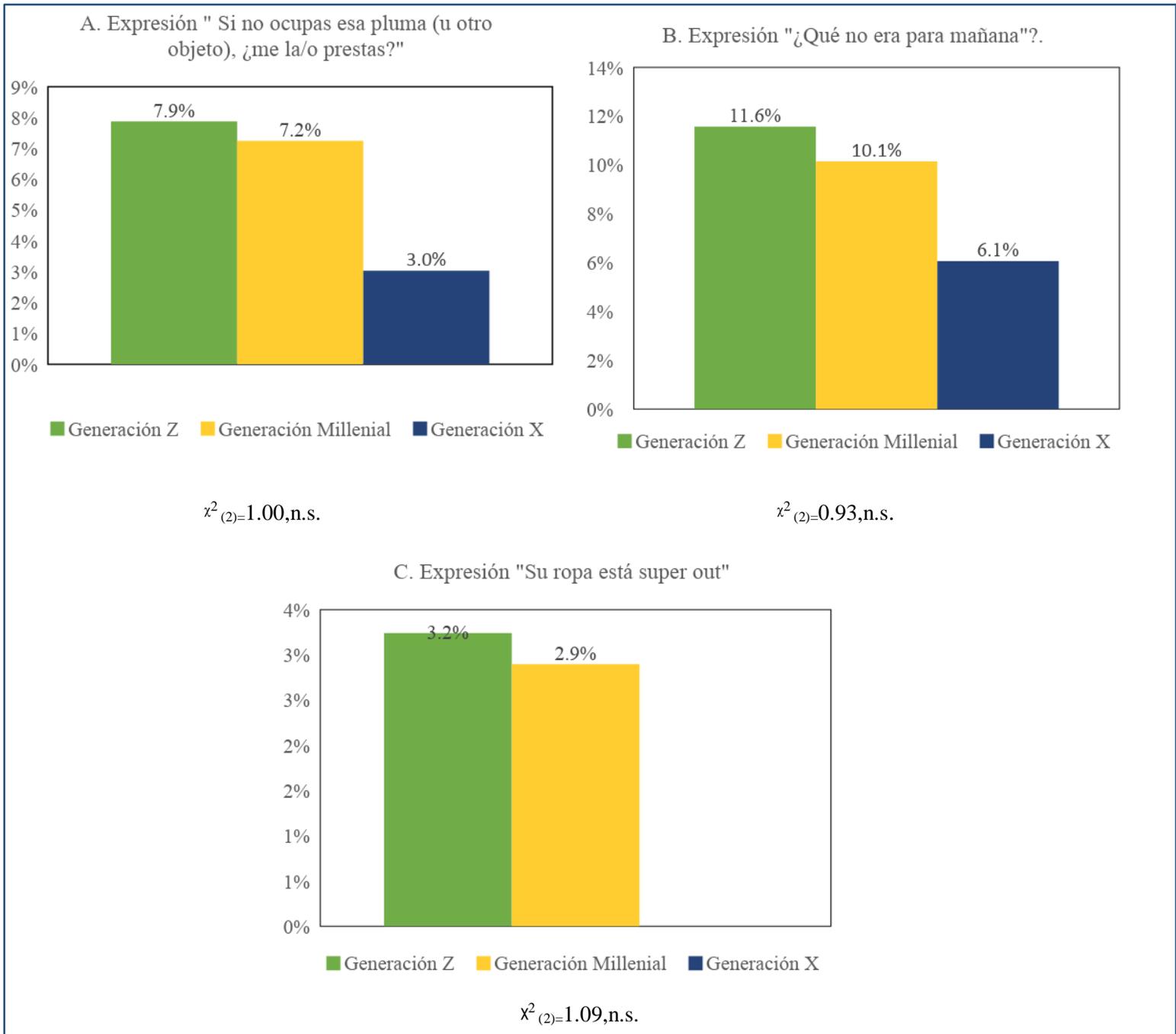
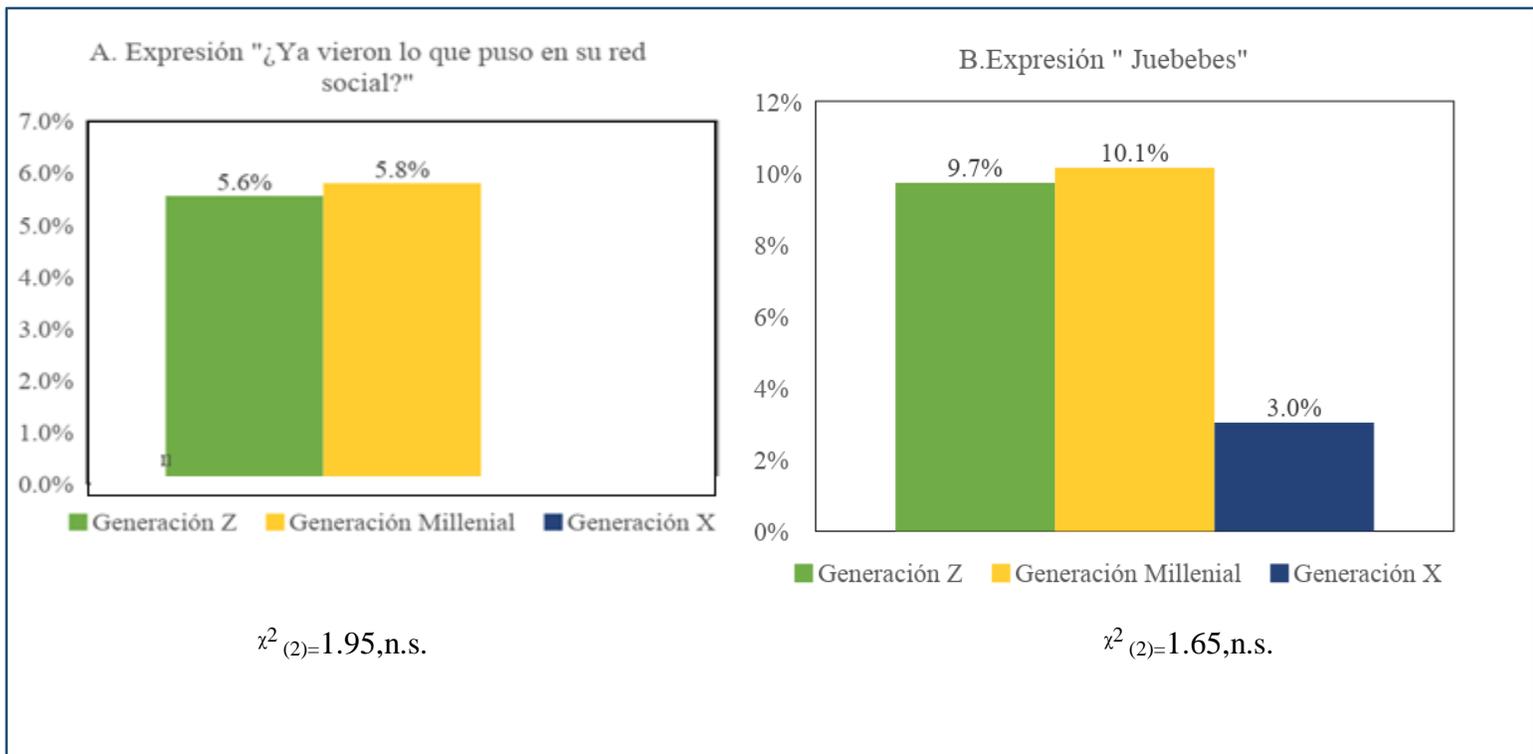
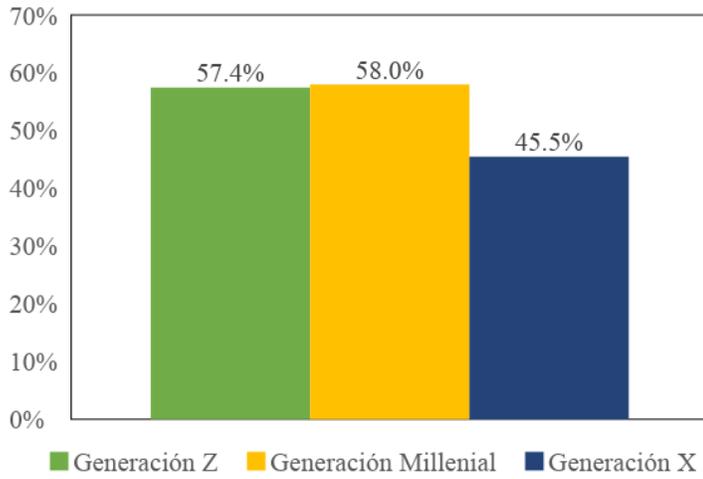


Figura 10. Diferencias en el uso de las expresiones “Si no ocupas esa pluma (u otro objeto) ¿me la/o prestas?”, “¿Qué no era para mañana?” y “Su ropa está super out” entre generaciones.

Por otro lado en relación a las expresiones “¿Ya vieron lo que puso en su red social?”, “Juebebes”, “Memo”, “ASAP (*As Soon As Possible*)” y “Pendientes”, la Generación Millennial obtuvo porcentajes más altos seguidos por la Generación Z y la X la cual obtuvo el valor más bajo (Figura 11A, 11B, 11C, 11D y 11E). En cuanto a la expresión “¿Ya vieron lo que puso en su red social?”, “Juebebes” y “Pendientes” las diferencias de los porcentajes obtenidos en la Generación X fueron amplias en relación con las otras dos generaciones (Figura 11A, 11B Y 11C). En las expresiones “Memo” y “ASAP”, el porcentaje de la Generación Millennial fue el más alto y el obtenido por la Generación Z y X los más bajos en relación con el primero (Figura 11D y 11E)

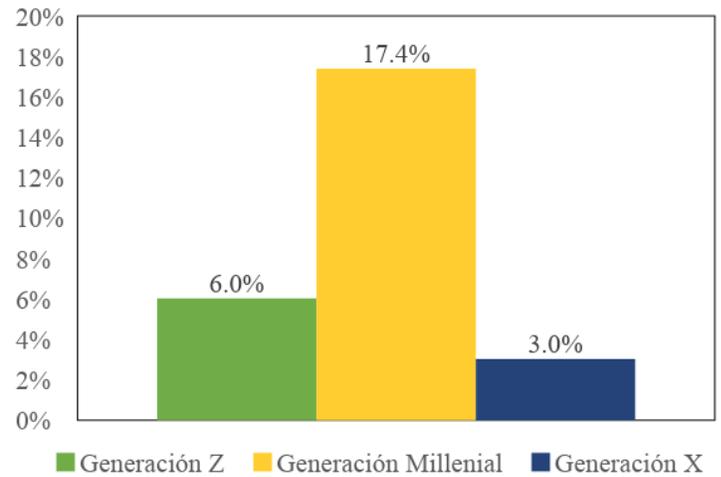


C. Expresión "Pendientes"



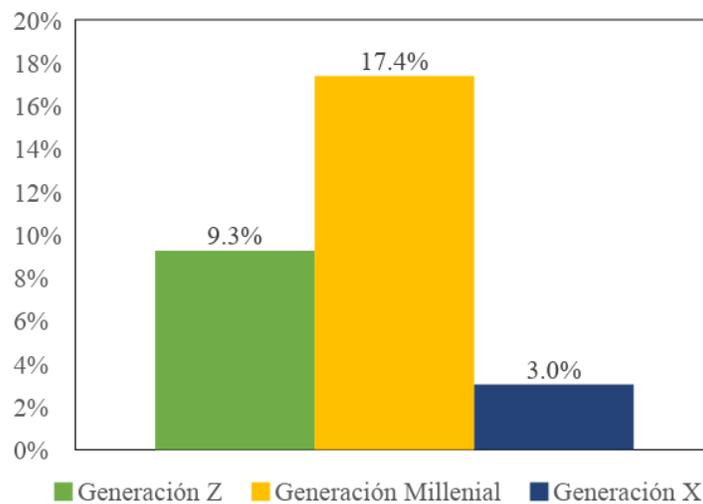
$\chi^2_{(2)}=1.76, n.s.$

D. Expresión "Memo"



$\chi^2_{(2)}=10.30, p=0.00$

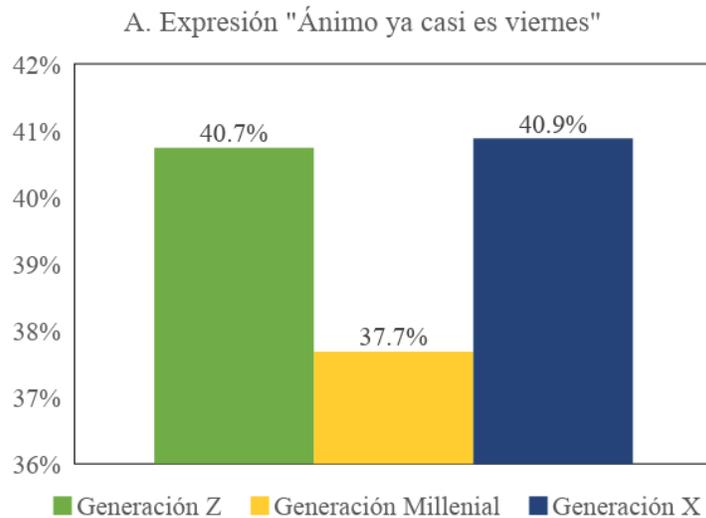
E. Expresión "ASAP (As Soon As Possible)"



$\chi^2_{(2)}=5.85, n.s.$

Figura 11. Diferencias en el uso de las expresiones “¿Ya vieron lo que puso en su red social?”, “Juebebes”, “Memo”, “ASAP (As Soon As Possible)” y “Pendientes” entre generaciones.

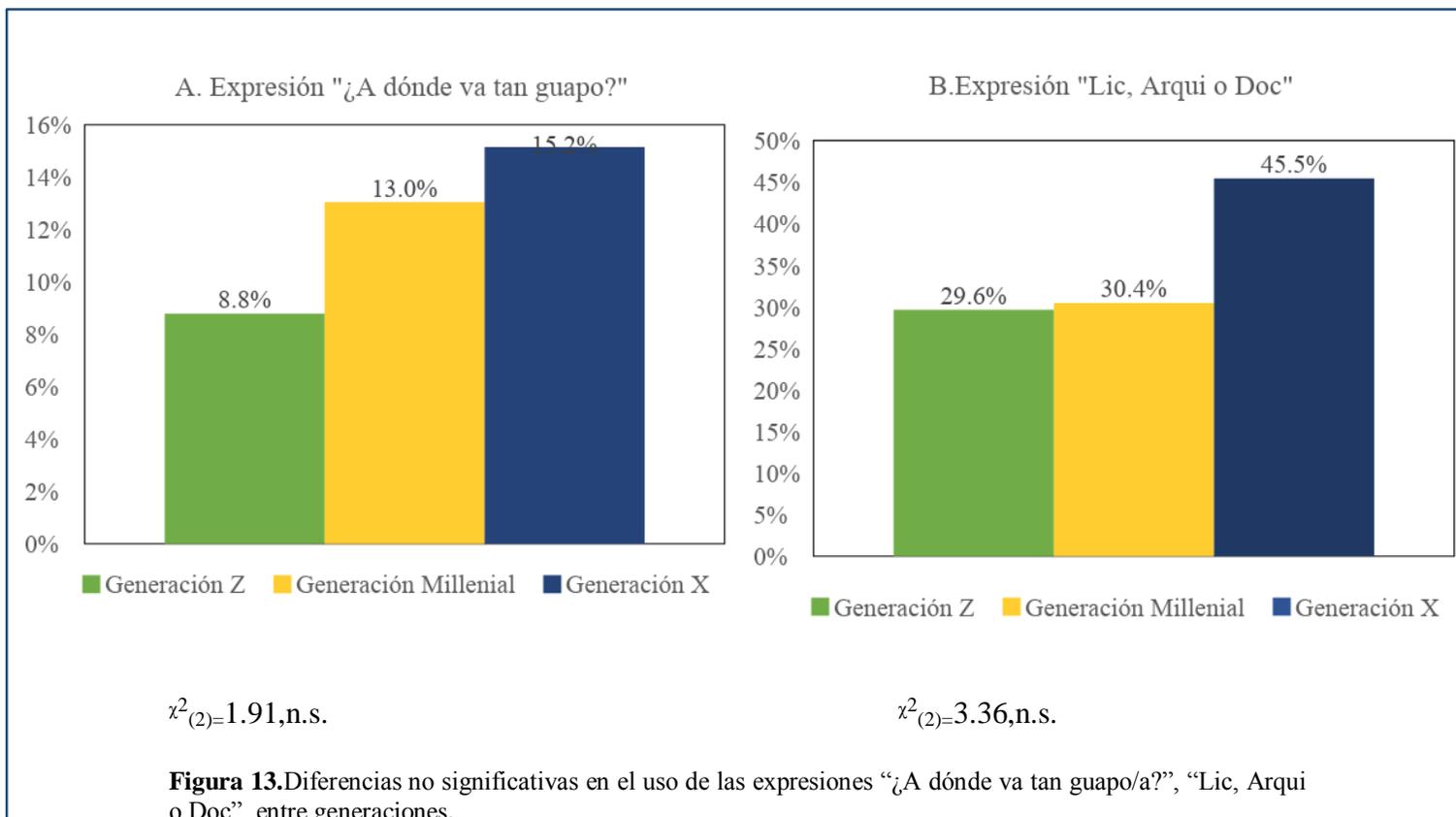
Para la expresión “Ánimo ya casi es viernes” se mostró una tendencia en la cual la Generación X obtuvo el puntaje más alto, seguida por una diferencia muy pequeña de la generación Z y la Generación Millennial (Figura 12).



$$\chi^2_{(2)}=1.08, n.s.$$

Figura 12. Diferencias no significativas en el uso de la expresión “Ánimo ya casi es viernes” entre generaciones.

Con respecto a las expresiones “¿A dónde va tan guapo/a?” y “Lic, Arquí o Doc” se obtuvo una tendencia en la que la Generación X obtuvo los puntajes más altos, seguida por la Generación Millennial y la Z (Figura 13).



En resumen se encontraron diferencias estadísticamente significativas en el uso de las expresiones “Mal de puerco”, “Ahorita” “FYI” (con una tendencia en la que la Generación Z obtuvo el porcentaje más alto y la Generación X el más bajo) “Memo” (con una tendencia en la que la Generación Millennial obtuvo el valor más alto y la Generación X el más bajo).

Por otro lado se encontraron cuatro diferentes tendencias entre los porcentajes obtenidos de las generaciones; para las expresiones “Mal del puerco”, “Ahorita”, “FYI”, “Si no ocupas esta pluma (u otro objeto), ¿me la/o prestas?”, “¿Qué no era para mañana?” y “Su ropa está super out”, una tendencia decreciente en los porcentajes desde la Generación Z a la Generación X; para las expresiones “A dónde va tan guapo”, “Lic, Arqui o Doc” una tendencia ascendente en los porcentajes desde la Generación X a la Generación Z.

Para las expresiones de “Memo”, “¿Ya vieron lo que puso en su red social?”, “Juebebes”, “Pendientes”, “Memo” y “ASAP”, la generación Millennial obtuvo el porcentaje más alto seguida por la Generación Z y la Generación X con los valores más bajos; mientras

que para la expresión “Ánimo ya casi es viernes” la Generación X obtuvo el porcentaje más alto, seguido por la Generación Z y finalizando con la Millennial con el porcentaje más bajo. Además para las expresiones “Ya vieron lo que puso en su red social” y “FYI” la Generación X mencionó no hacer uso de estas en su trabajo.

Efecto de las variables sociodemográficas sobre las variables del perfil laboral

1. Sexo

Para la variable de sexo, se encontraron diferencias significativas. En la Escala de Interacción Social en el Trabajo para los factores de interacción grupal y comunicación personal efectiva; en la Escala de Administración de Tiempo en el factor de puntualidad en la llegada al trabajo y en la Escala de Liderazgo y Trabajo en Equipo en el factor de trabajo compartido (Tabla 3.), obtuvieron puntajes más altos los hombres que las mujeres. Mientras que las mujeres sobresalieron en puntaje con respecto al factor de respeto a la propiedad ajena y compromiso con el trabajo de la Escala de Valores en el Trabajo.

Tabla 3. Diferencias estadísticamente significativas de las variables de perfil laboral con la variable de sexo

Factores	Sexo		Prueba estadística
	Hombre	Mujer	
Interacción grupal	4.12 (1.04)	4.07 (1.22)	t (316)=0.459,p= 0.026
Comunicación personal efectiva	4.61(0.88)	4.50(1.08)	t (316)=1.002,p=0.027
Respeto a la propiedad ajena	5.58(0.71)	5.74(0.54)	t (316)=-2.316,p=0.000
Compromiso con el trabajo	4.81(0.86)	4.93(0.70)	t (316)=-1.419,p=0.034
Puntualidad en la llegada al trabajo	4.87(0.87)	4.79(1.02)	t (316)=0.686,p=0.011
Trabajo compartido	4.10(1.13)	3.93(1.37)	t (316)=1.142,p=0.009

Rango de valores: 1-6

Media teórica: 3.5

2. Escolaridad máxima

La variable de escolaridad máxima afectó significativamente los puntajes del factor de comunicación personal efectiva de la Escala de Interacción Social en el Trabajo, en la Escala de Liderazgo los factores asunción de liderazgo y trabajo participativo; en la Escala de Desempeño en la Organización los factores de trabajo en equipo y del factor de capacidad para resolver problemas (Tabla 4.), obteniendo puntajes más altos los trabajadores con escolaridad de posgrado con respecto a los de licenciatura y carrera técnica.

Tabla 4. Diferencias estadísticamente significativas de las variables de perfil laboral con la variable de escolaridad máxima

Factores	Escolaridad máxima			Prueba estadística	Pruebas post hoc de Tukey
	Carrera técnica	Licenciatura	Posgrado		
Comunicación Personal Afectiva	4.11 (1.34)	4.56 (0.92)	4.75 (1.07)	F(2,315)=3.499,p=0.031	Carrera técnica – Posgrado: p=0.23 Carrera técnica - Posgrado: p=.001
Asunción de Liderazgo	3.79 (1.21)	4.20 (0.84)	4.60 (0.95)	F(2,315)=7.259,p=0.001	Licenciatura – Posgrado: p=.013 Licenciatura – Posgrado: p=.050
Trabajo Participativo	4.83 (0.82)	4.82 (0.84)	5.09 (0.71)	F(2,315)=3.023,p=0.050	Carrera técnica - Posgrado: p=.003 Licenciatura - Posgrado: p=.044
Capacidad para Resolver problemas	4.26 (1.35)	4.70 (0.73)	4.98 (0.66)	F(2,315)=5.830,p=0.003	

Rango de valores: 1-6
Media teórica: 3.5

3. Área de conocimiento

La variable área de conocimiento afectó significativamente los puntajes de la Escala Interacción Social en el trabajo, el factor interacción grupal e inteligencia emocional en donde los trabajadores del área Biológicas y de la Salud y Humanidades y de las Artes, obtuvieron el puntaje más alto. En la Escala de Uso de Redes Sociales y Tecnología en el Trabajo y su factor denominado con el mismo nombre, donde los trabajadores del área y

Humanidades y las Artes obtuvieron el puntaje más alto en comparación con el resto de las áreas las sociales en inteligencia emocional (Tabla 5.)

Tabla 5. Diferencias estadísticamente significativas de las variables de perfil laboral con la variable de área de conocimiento

Factores	Área de conocimiento				Prueba estadística	Pruebas post hoc de Tukey
	Físico-Matemáticas e Ingenierías	Biológicas y de la Salud	Sociales	Humanidades y las Artes		
Interacción Grupal	4.27 (0.97)	4.44 (1.02)	3.86 (1.18)	4.40 (0.89)	F(3,314)=6.543,p=0.000	Biológica y de la Salud – Sociales: p = .000
Inteligencia Emocional	4.82 (0.77)	5.11 (0.64)	4.86 (0.77)	5.11 (0.64)	F(3,314)=2.860,p=0.037	Biológicas Y De La Salud – Sociales: p = .030
Uso de Redes Sociales y Tecnología en el Trabajo	3.33 (1.13)	2.88 (0.81)	2.82 (0.92)	3.76 (0.57)	F(3,314)=3.744,p=0.011	Físico-Matemáticas e Ingenierías – Sociales: p = .052

Rango de valores: 1-6

Media teórica: 3.5

3.8 Discusión

En los análisis se pudo corroborar la idea de que las generaciones sí tienen un efecto en el las características del perfil Godínez; encontrándose primeramente que la comunicación personal efectiva y el uso de redes y tecnología en el trabajo son un rasgo predominante de la generación Z. Lo anterior corresponde con las características atribuidas a dicha generación por autores como Byme & Williams (s.f.); que refiere que esta generación posee el mayor acceso y manejo de toda la tecnología (internet, mensajes instantáneos, SMS, celulares, iPod, iPad, Notebook, etc.) considerándolo un elemento fundamental en sus vidas según dichos autores. Así mismo, es importante destacar como la generación Z se está involucrando al ámbito laboral aportando nuevas ideas a la organización y aprendiendo del entorno que los rodea; lo cual es congruente con el que se perciban buenos en la comunicación personal efectiva (New York Times, 2015).

La puntualidad de llegada al trabajo es un aspecto importante para los Godínez (García, 2016), sin embargo, en este factor fue la generación X quién destacó como puntual en la llegada al trabajo, a diferencia de la Z que obtuvo menor puntaje en este aspecto, lo que puede deberse a que la generación X posee un alto deseo por ser alguien en la vida por lo que consideran importante la productividad empresarial dentro de la organización, sin embargo, debido a su orientación a resultados, suelen ser intolerantes con las reuniones y la política colaborativa a diferencia de los Millennial quienes obtuvieron medias más altas en la interacción grupal con respecto a la Generación X.

Además se encontró una tendencia de disminución en la mayoría de las características del Perfil Godínez en las generaciones laborales, siendo así que, la identificación de la Generación Z era más alta, para luego disminuir poco a poco en la Millennial y llegar a la Generación X representando el valor más bajo y apartado de las otras generaciones; lo cual

puede ser explicado por la premisa de cooperación entre las generaciones Millennial, Baby Boomers X (que están más presentes en las empresas) , las cuales se complementan y aprenden entre sí, sin embargo la mayor parte de la población de la generación Z todavía no ha ingresado al mundo laboral; motivo por el cual podría no haber desarrollado aún esta relación cooperativa con sus generaciones predecesoras y por tanto estar más alejada en cuanto a estas características laborales (Forbes, 2014).

Sin embargo, en cuanto a la puntualidad de llegada al trabajo esta tendencia se veía invertida, siendo así la generación X resultaba auto percibirse como la más puntual y Z la menos puntual, lo cual contradice lo mencionado por Navassi (2013); acerca de la percepción de los trabajadores de la generación X de sí mismos como agentes libres de una fuerza laboral y la ética laboral de la Generación Z.

En cuanto a la solidaridad con compañeros, comunicación con la organización, capacidad para resolver problemas, capacitación continua, asunción de liderazgo y trabajo participativo; la generación Z tiende a percibirse medianamente relacionada con estas características, lo cual se puede relacionar con la importancia (antes mencionada) que le dan a la ética laboral y social, y la poca importancia dada a la carrera profesional como a los estudios formales.

Mientras que la generación Millennial se destacó como la más prominente en estos factores, lo cual se puede relacionar con que su orientación autodidacta, libertad pensamiento, idealismo y están motivación por dejar un impacto en la sociedad (M&P Magazine, 2016). La generación X fue la que menos se relacionó con estas características pues como se mencionó anteriormente no les agrada mucho el trabajar en equipo, son escépticos a la hora de desarrollar sus habilidades y prefieren tener relaciones informales con sus superiores de trabajo (Navassi, 2013).

Por otro lado otro de los aspectos importantes referentes al perfil Godín, es la forma en que se comunican, es decir, las expresiones que empelan para referirse a diversas cosas en su trabajo (Flores, 2016), al respecto se encontraron diferencias significativas para las expresiones; “Mal del puerco”, “Memo”, “Ahorita” y FYI (For Your Information); mismas que coinciden con la tendencia general obtenida del empleo de todas de las expresiones por las generaciones X, Millennial y Z, de ser empeladas mayormente por la generación Z, medianamente por la Millennial y casi nunca por la Generación X. Esto puede explicarse debido a la mayor exposición y uso de las redes sociales por parte de esta generación a comparación de las generaciones Millennial y X.

Además mientras se exploraban las diferencias generacionales, también se encontró que el sexo, grado de estudios y área de conocimiento de los oficinistas se relacionaron significativamente con ciertos factores del Perfil Laboral; siendo así que los hombres se percibieron orientados a la interacción grupal, comunicación personal efectiva, puntualidad en la llegada al trabajo y trabajo compartido; mientras que las mujeres refirieron una mayor inclinación hacia el compromiso con el trabajo y el respeto a la propiedad ajena. Con respecto al grado de estudios, los trabajadores con posgrado destacaron sobre el resto de los trabajadores con licenciatura y carrera técnica en comunicación personal afectiva, asunción de liderazgo, trabajo participativo y capacidad para resolver problemas. Con respecto a las diferencias encontradas por el área de conocimientos; los trabajadores pertenecientes a al área de Bilógicas y de la Salud se perciben con una mayor orientación hacia la interacción grupal y la inteligencia emocional; esta última característica también es mencionada por los trabajadores del área de Humanidades y las Artes junto al uso de redes sociales y tecnología en el trabajo.

3.9 Conclusiones

Es bien sabido que, con el fin de procurar el bienestar de las empresas e instituciones se debe cuidar a quiénes representan un elemento de suma importancia para la productividad de las mismas: los trabajadores. Con esto nos referimos a promover un desarrollo integral bajo una filosofía que considere al trabajador como parte fundamental para la empresa, motivo por el cual la importancia de conocerlo y saber quién se encuentra en la mayoría de las grandes y pequeñas organizaciones en México; los Godínez, quienes de lunes a viernes salen de casa tempranamente, trajeados o vestidos “formalmente” con el fin de obtener su pago quincenal, trabajando en un horario de 9:00 a 18:00 horas tanto en instituciones públicas como en empresas privadas. Sin embargo, y como menciona acertadamente Garci (2016), esta definición no alcanza a concretar quiénes son en realidad, ni su forma de ser, actitudes, ideologías, etcétera.

De esta manera, podemos denotar el poco estudio que se ha realizado acerca de los oficinistas/Godínez, por lo cual hemos buscado explorar la relación de estas características con un factor tan importante en su comportamiento, la edad generacional.

En el presente estudio se buscó identificar las diferencias en el perfil Godínez de las Generaciones X, Millennial y Z a partir del Inventario de Perfil Laboral “IPL” y de esta manera conocer cuál es el efecto de la generación en las variables de: Interacción Social en el Trabajo (IST), Proyección de Imagen Personal en el Trabajo (PIPT); Valores en el Trabajo (VT), Administración de Tiempo (AT), Uso de Redes Sociales y Tecnología en el Trabajo (URSTT), Liderazgo y Trabajo en Equipo (LTE) y Desempeño en la organización (DO).

Con lo recabado a través de este estudio podemos concluir que existen diferencias en las características del perfil de los oficinistas y uso de expresiones de los Godínez con respecto a la generación de pertenencia de cada trabajador; siendo así que en la generación

Millennial se percibe a si misma más inclinada hacia la interacción grupal y medianamente empleadora del uso de las expresiones “Mal del puerco”, “Memo”, “Ahorita” y FYI ; mientras que la Z se inclina hacia la comunicación personal efectiva ,el uso de redes y tecnología en el trabajo y el empleo constante de las expresiones antes mencionadas. La generación X tiende a inclinarse más hacia, la puntualidad en la llegada al trabajo y hace un uso casi nulo de las expresiones de comunicación Godínez, así mismo existe una tendencia general de autopercepción de la generación Z a identificarse con las mayorías de las características del Perfil Laboral, sin embargo, en lo relacionado con la puntualidad en la entrega y llegada al trabajo generación X se percibió más a sí misma como puntual. Mientras que la generación Millennial se identificó más como solidaria con sus compañeros, comunicativa con la empresa, con capacidad para resolver problemas, autodidacta, que asume el liderazgo y que trabaja participativamente.

En adición se encontró que las variables de sexo, escolaridad máxima y área de conocimiento, también detonan diferencias en ciertas características del perfil Godínez como en su interacción grupal, comunicación personal efectiva, compromiso con el trabajo, etc.; motivo por el cual consideramos que todas estas variables (sexo, generación, grado de estudios y área de conocimientos) deben ser tomadas en cuenta a la hora de describir a esta tribu y no deben ser confundidas como características negativas; pues al menos desde el punto de vista de este estudio, las características negativas nombradas por autores como Adrade (2016) no son más que el efecto de notoriedad de estas diferencias en el Perfil Laboral ocasionadas por las variables antes mencionadas y que no han sido tomadas en cuenta para complementar y/o ampliar el perfil actual que se tiene de los oficinistas en México.

Por tanto, se espera que a partir de este estudio se flexibilice el empleo y/o percepción ofensiva de la palabra Godínez para los oficinistas mexicanos y no se les estereotipe con un solo conjunto de características; por el contrario, se les considere como miembros / prospectos valiosos en las empresas e instituciones públicas (Venegas, 2017).

3.10 Aportaciones

Se comprobó la existencia de diferencias generacionales, lo que significa un avance en la manera de pensar en cada una de ellas y la forma en que interactúan, lo cual puede apoyar la detección de sus intereses y necesidades detectando cualidades para poder reducir la rotación laboral y la formación de equipos de trabajo. Adicionalmente se encontró relación positiva del concepto de los Godínez generada por la ampliación con las características de las generaciones, lo cual puede representar un grupo que aún puede ser un gran tema para la investigación.

3.11 Limitaciones y sugerencias

Primeramente se puede hacer mención de las pocas referencias académicas relacionadas con ciertas características del perfil Godín (Liderazgo y Desempeño en el trabajo) lo que conlleva a guiar la investigación más hacia características ya establecidas para cada generacional laboral.

Por otro lado la población empleada en este estudio se vio reducida a sectores muy específicos de trabajo (turístico, servicio público y privado) debido a la falta de respuesta de otras instituciones a nuestra petición de colaboración para este estudio. En adición también la distribución de los grados académicos, generacionales y áreas de conocimiento se vieron afectadas por lo anterior descrito, ya que se tuvieron que realizar aplicaciones a trabajadores

disponibles y dispuestos a participar de diferentes empresas en su horario de comida con el fin de asegurar la muestra.

Así mismo se complicó el proceso de repuesta por parte de los trabajadores, ya que, como se mencionó anteriormente, la percepción que se tiene de la palabra Godínez es sumamente negativa, por lo que los trabajadores que identificaron en los reactivos características de los “Godínez” cambiaban sus respuestas o negaban su participación en el estudio.

Se sugiere, de acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación, que se lleven a cabo estudios sobre otros factores que influyen en las características de los Godínez, como su área de trabajo, tipo de contratación, giro comercial, etc.

También se sugiere realizar investigaciones que se centren en la percepción que se tiene de los Godínez dentro del área laboral, utilizando información de jefes, compañeros de trabajo, evaluaciones de desempeño y compararla con la perspectiva de los Godínez sobre sí mismos.

Otro punto que valdría la pena investigar es la percepción que tienen las personas que ocupan altos rangos en las organizaciones, en relación al perfil Godínez y si ellos se identifican con sus características.

REFERENCIAS

- 50Minutos (2017). *Trabaja con la generación Y. Los secretos para realizar una buena gestión intergeneracional*. España: 50Minutos.es.
- Agenda Godínez (2017). *¿Existen los Godínez felices?*. Recuperado de: <https://agendagodinez.wordpress.com/2017/05/09/existen-los-godinez-felices/> (03/septiembre/2017).
- Aguilar, E., B. (2013). *Hacia una nueva cultura laboral en las organizaciones mexicanas*. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/hacia-una-nueva-cultura-laboral-en-las-organizaciones-mexicanas/> (09/octubre/2017).
- Álvarez, S. (2017). *¿Los Baby Boomers tienen futuro en el mercado laboral?*. Recuperado de: http://expansion.mx/carrera/2017/10/18/los-baby-boomers-tienen-futuro-en-el-mercado-laboral?internal_source=PLAYLIST (14/noviembre/2017).
- Andrade, G. (2016). *El término “Godínez” y su impacto en la cultura organizacional*. Recuperado de: <http://cued.mx/blog/el-termino-godinez-y-su-impacto-en-la-cultura-organizacional/> (09/septiembre/2017).
- Azteca Noticias. (Productor). (2017). *Mitos y Ritos: Los Godínez de la Ciudad de México*. (YouTube). De <https://www.youtube.com/watch?v=iRUMqf-veRs>.
- Barbieri, A., P. (s.f.) *La convivencia de diferentes generaciones. Una ecuación difícil de resolver*. Recuperado de: <https://www.ucema.edu.ar/rrhh2008/download/barbieri.pdf> (10/noviembre/2017).
- BBVA. (2018). *¿Quiénes son los “millenials” y por qué son una generación única?*. Recuperado de <http://www.bbva.com/es/quienes-millenials-generacion-unica/> (16/Septiembre/2018).

- Byrne, J. y Williams, M. (s.f.). *La comunicación en el ámbito laboral*. Recuperado de:
http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/cont_amblab.htm.
(15/ octubre/2017).
- Chiavenato, I. (2014). *Introducción a la teoría general de la administración*, México:
McGraw-Hill.
- Chilango (2015). *El origen del término Godínez*. Recuperado de:
<http://www.chilango.com/general/yo-te-bautizo-con-el-nombre-de-godinez/>
(01/junio/2017)
- Debate (2017). *México el país de los Godínez con salarios miserables*. Recuperado de:
<https://www.debate.com.mx/economia/Mexico-el-pais-de-los-Godinez-con-salarios-miserables-20170307-0042.html> (03/junio/2017).
- D'Ortal, A. (2017). *Godínez Alfa, lomo plateado, zapato boleado, camisa planchada, gafete electrónico, siempre se lleva bono*. Recuperado de:
<http://labombilla.com.mx/carrusel/godinez-alfa-lomo-plateado-zapato-boleado-camisa-planchada-gafete-electronico-siempre-se-lleva-bono/>
(18/septiembre/2017).
- Educaweb (s.f). *Generación Y: características e inserción laboral*. Recuperado de
<https://blog.educaweb.mx/caracteristicas-de-la-generacion-y-mundo-laboral/> (16/
Septiembre/2018).
- El gráfico (2014). *Los diez mandamientos de los Godínez*. Recuperado de:
<http://www.elgrafico.mx/viral/01-03-2014/los-diez-mandamientos-de-los-godinez>
(24/junio/2017).

- Espinosa, R. (2016). *El mal del Godínez*. Recuperado de:
<http://www.revistamoi.com/sube-godinez/el-mal-del-godinez/> (30/junio/2017).
- Excelsior. (s.f.). *Mac vs. PC, Civil War; publicidad y computación*. Recuperado de:
<http://www.excelsior.com.mx/hacker/2016/05/02/1090117#view-4->
(02/junio/2017).
- Flores, A. (2016). *Godínez, el poder de la quincena*. México: Ediciones B.]
- Flores, Z. (2015). “Freelancers” superan a los “Godínez”. Recuperado de:
<http://www.elfinanciero.com.mx/economia/freelancers-superan-a-los-godinez.html>
(01/julio/2017).
- Forbes (2014). *Millenials, Baby Boomers y Generación X: la combinación perfecta*.
Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/millennials-baby-boomers-y-generacion-x-la-combinacion-perfecta/> (05/junio/2017).
- Francia, J. (2018). *Millenials vs Generación X: conoce sus competencias laborales*.
Recuperado de <http://aptitus.com/blog/gestion-de-recursos-humanos/millenials-vs-generacion-x-conoce-competencias-laborales/> (16/Septiembre/2018).
- Garci, A. (2016). *El Godinato: si ya saben que soy Godínez, ¿para que me contratan!*
México: Editorial Diana.
- Generación z, unos Godínez reforzados (2016). Recuperado de:
<http://www.elfinanciero.com.mx/economia/generacion-z-unos-godinez-reforzados.html> (14/noviembre/2017).
- Gonzales, M. (2011). *Cultura laboral en Japón*. Recuperado de:
<http://manuel.midoriparadise.com/2011/06/cultura-laboral-en-japon/>
(10/noviembre/2017).

- Hellriegel, D. y Slocum, J. (2009). *Comportamiento organizacional*. México: Cengage Learning, Inc.
- Heraldrys Institute of Rome (2016). *Godínez*. Recuperado de: <https://www.heraldrysintitute.com/lang/es/cognomi/Godin/Espa%26ntilde%3Ba/idc/626720/> (01/junio/2017).
- Hernández, F. (2017). *Las colonias más Godínez de la CDMX*. Recuperado de: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/las-colonias-mas-godinez-de-la-cdmx.html> (24/junio/2017).
- Ibañez, A. (2017). *La transformación histórica de las oficinas y su adaptación a las condiciones de trabajo*. Recuperado de: <https://tendenciasinmobiliarias.es/oficinas-historia-trabajo/> (01/junio/2017).
- IdeasQueAyudan (2015). *Tipo de personalidades Godín según tu vestimenta*. Recuperado de: <http://ideasqueayudan.com/7-tipos-de-godinez-que-hay-en-toda-oficina/> (22/junio/2017).
- Importancia del oficinista (s.f.). Recuperado de: <https://www.importancia.org/oficinista.php> (18/septiembre/2017).
- Ivancevich, J., M., Konopaske, R. y Matteson, M., T. (2006). *Comportamiento organizacional*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Infojobs. (2017). *Millenials en el trabajo: 3 estereotipos que se asocian a los jóvenes trabajadores*. Recuperado de: <http://orientacion-laboral-infojobs.net/millenials-en-el-trabajo> (16/Septiembre/2018).
- Inaki, O y Villanova, N. (2014). *Generación Z*. Recuperado ethic.es/wp-content/uploads/2016/04/ResumenEjecutivo_GeneracionZ_140315-2.pdf (16/Septiembre/2018)

- Juárez, C. (2015). *La reivindicación de los Godínez*. Recuperado de: <http://www.chilango.com/general/la-reivindicacion-de-los-godinez/> (30/junio/2017).
- Kellawey, L. (2013). *¿Cómo se inventó la oficina?*. Recuperado de: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/08/130731_serie_oficina_como_se_invento_finde (01/junio/2017).
- Llull, P. (2015). *¿Qué es un Salaryman?* Recuperado de: <http://www.proteccion-laboral.com/que-es-un-salaryman/> (31/octubre/2017).
- LosRecursosHumanos.com (2010). *La Generación X*. Recuperado de www.losrecursoshumanos.com/la-generacion-x/ Recuperado (16/Septiembre/2018).
- M&P Magazine (2016). *Diferencias entre Baby Boomers, Generación x, Y y Millennials*. Recuperado de: <https://mypmagazine.wordpress.com/2016/09/03/diferencias-entre-baby-boomers-generacion-x-y-millennials/> (08/noviembre/2017).
- Manpower (2009). *Reescribiendo las reglas: La interacción generacional en el trabajo*. Recuperado de: https://www.manpowergroup.com.mx/uploads/estudios/Reescribiendo_reglas_Interaccion_generacional_trabajo.pdf (04/noviembre/2017).
- Mata, R. (2016). *El reto de las empresas para atraer a la generación Z*. Recuperado de: <http://www.forbes.com.mx/el-reto-de-las-empresas-para-atraer-a-la-generacion-z/#gs.462xxnw>. (11/junio/2017).

- MásQueNegocio. (2018). *La Generación Z en el lugar de trabajo*. Recuperado de <http://www.masquenegocio.com/2018/06/20/generacion-z-lugar-trabajo/> (16/Septiembre/2018).
- Medina, M. (2009). *La triste historia del Salaryman*. Recuperado de: <http://manuel.midoriparadise.com/2009/11/la-triste-historia-del-salary-man/> (06/octubre/2017).
- Mesa editorial Merca2.0. (2013). *Conociendo las características de los BabyBoomers*. Recuperado de: <https://www.merca20.com/conoce-las-caracteristicas-de-los-baby-boomers/> (04/noviembre/2017).
- Mundo Godínez (2018). Recuperado de: <http://mundogodinez.com.mx> (05/junio/2016)
- Mycoffeebox.com (2017). *Godínez y Café. ¿Quiénes y por qué son los Godínez?* Recuperado de: <https://mycoffeebox.com/godinez-y-cafe-quienes-y-por-que-son/> (30/junio/2017).
- Navassi, G. (2013). *¿Cómo gestionar y retener al talento humano según su generación?* Recuperado de: <http://www.5consultores.com/gestionarporgeneracion/> (05/junio/2017).
- New York Times (2015). *Quítense, Millennials, aquí viene la Generación Z*. Recuperado de: <http://www.elfinanciero.com.mx/new-york-times-syndicate/quitense-millennials-aqui-viene-la-generacion-z.html>. (05/junio/2017).
- Oficinista (2008). *El rol del oficinista dentro de la empresa*. Recuperado de: <https://oficinista.blogia.com> (24/junio/2016).

- Perezbolde, G. (2014). *Conoce las diferencias entre Millennials, Genx y Baby Boomers*. Recuperado de: <https://www.merca20.com/conoce-las-diferencias-entre-millennials-genx-y-baby-boomers/2/> (12/octubre/2017).
- Pinto, J. (2015). *Manual del Godínez. Guía ilustrada para sobrevivir en la oficina*. México: Aguilar.
- Portodoslosmedios (2014). *¿Quiénes son los Godínez? Y 20 modos de saber si eres uno*. Recuperado de: <http://www.portodoslosmedios.com/2014/05/que-son-los-godinez-y-25-modos-de-saber-si-eres-uno.html> (01/junio/2017).
- Profesionistas. (2016). *Bye Godínez, hola Millennials. Esquemas de trabajo flexibles*. Recuperado de: <http://profesionistas.org.mx/bye-godinez-hola-millennials-esquemas-trabajo-flexibles/> (11/octubre/2017).
- Pymes (2013). *¿Cómo es el perfil básico de un empleado de oficina?* Recuperado de: <http://www.bbvacontuempresa.es/a/es-el-perfil-basico-empleado-oficina>
- Ramírez, M. (2017). *¿Godínez o emprendedor? Por qué los Millennials odian la vida corporativa*. Recuperado de: <http://www.vogue.mx/agenda/cultura/articulos/porque-los-millennials-no-quieren-trabajar-en-una-empresa/7906> (14/noviembre/2017).
- Rincón, S. (2013). *“Mirreyes”, “Alterados”, “Godínez” nuevas tribus entre el consumo y el rechazo*. Recuperado de: <http://www.sinembargo.mx/03-03-2013/533629> (05/junio/2017).
- Robbins, S., P. y Judge, T., A. (2013). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson.
- Roca, R. (2015). *KNOWMADS: Los trabajadores del futuro*. España: LID Editorial. 224 p.

- Rodríguez, S. (2010). *La convivencia de diferentes generaciones en la empresa; Compatibilización y liderazgo integral*. Recuperado de: http://adingor.es/congresos/web/uploads/cio/cio2010/BUSINESS_ADMINISTRATION/160-170.pdf (12/octubre/2017).
- Romero, V. (2016). *La importancia de la comunicación organizacional en las empresas*". Recuperado de <https://www.ruizhealytimes.com/economia-y-negocios/la-importancia-de-la-comunicacion-organizacional-en-las-empresas>. (15/octubre/2017).
- Sap Blog (2017). *Millennials, Baby boomers y Generación X: la combinación perfecta*. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/millennials-baby-boomers-y-generacion-x-la-combinacion-perfecta/> (01/junio/2017)
- Santamaría, P. y Aguilar, A. (2012). *XXY. Los Godínez. ¿Eres de esta tribu?*. Recuperado de <https://www.merca20.com/los-godinez-eres-de-esta-tribu/> (10/junio/2017).
- Santiago, J. (2014). *¿Quién es la Generación X?*. Recuperado de <http://generacionespr.wordpress.com/2014/05/29/quien-es-la-generacion-x/> (16/Septiembre/2018).
- Sardá, A., C. (2011). *Espacios de trabajo. Evolución de la oficina*. Recuperado de: <http://carlosaizpun.blogspot.com/2011/02/evolucion-de-la-oficina.html> (01/junio/2017).
- Sosa, H. (2017). *3 tipos de Godínez, ¿cuál eres tú?*. Recuperado de: <http://www.adiosatujefe.com/3-tipos-de-godinez/> (10/junio/2017).

- SDPPNoticias (2014). *El adiós de los Millennials: Generación Z*. Recuperado de: <https://www.sdpnoticias.com/estilo-de-vida/2014/06/30/el-adios-de-los-millennials-la-generacion-z> (05/junio/2017).
- Sun, C. (2016). *6 oficinas innovadoras y divertidas que querrás tener*. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/274539> (01/junio/2017).
- Universidad Latinoamérica ULA (s.f.). *Descripción genérica de funciones*. Recuperado de: http://www.ula.ve/personal/cargos_unicos/oficinista.htm (06/noviembre/2017).
- Venegas, E. (2017). *Los Godínez son el gran enemigo del líder del futuro*. Recuperado de <https://www.merca20.com/los-godinez-son-el-gran-enemigo-de-los-lideres-del-futuro/> (05/junio/2017).
- Villegas, M. (2016). *Segmentación del Mercado en generaciones*. Recuperado de: <https://www.marketeroslatam.com/segmentacion-mercado-generaciones/> (01/junio/2017).
- Virgen, M., D. (2012). *Lo que deberías saber sobremos BabyBoomers y las generaciones X, Y y Z*. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/361976788/Lo-Que-Deberias-Saber-Sobre-Los-Baby-Boomers-y-Las-Generaciones-X> (02/noviembre/2017).
- Wayne, R. y Noe, R. (2005). *Administración de Recursos Humanos*. México: Pearson Educación. 560 p.
- Zamora, L. (2015). *¿Dónde están los baby boomers?* Recuperado de: <http://www.forbes.com.mx/donde-estan-los-baby-boomers/#gs.GZeT1Yg> (11/junio/2017).

Zyanya, L. (2015). *Creativos, el valor de Google*. Recuperado de:
<http://eempreario.mx/management-mrkt/creativos-inteligentes-valor-google>
(01/junio/2017).