



Revista Venezolana de Gerencia



Cómo citar: González Macías, C. J., Sandoval Chávez, D. A., Mendoza Arvizo, U., y Urrutia de la Garza, J. A. (2023). Síndrome de Boredom en empresarios familiares del ramo automotriz. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(104), 1627-1647. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.104.15>

Universidad del Zulia (LUZ)
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)
Año 28 No. 104, 2023, 1627-1647
octubre-diciembre
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



Síndrome de *Boredom* en empresarios familiares del ramo automotriz

González Macías, Carlos Jesús*

Sandoval Chávez, Diego Adiel**

Mendoza Arvizo, Ulises***

Urrutia de la Garza, Jesús Alberto****

Resumen

El síndrome de *Boredom* actúa como un cúmulo de emociones propias de sentimientos carentes de estímulo que producen falta de interés, disminución de acción física y falta de concentración hacia las actividades de la empresa. El objetivo de este estudio es aproximar el efecto de este síndrome en empresarios familiares del ramo automotriz en Ciudad Juárez, Chihuahua. Se eligió una aproximación cualitativa por medio de 20 entrevistas a profundidad conducidas con los empresarios y un sondeo de percepción con sus familiares; analizado a la luz de las causas, manifestaciones e influencias propuestas por Gómez y Jiménez (2015), Pekrun et al, (2010), Vogel-Walcutt et al, (2012) y Westgate y Wilson (2018). Los resultados arrojaron una baja de estímulo en los empresarios hacia sus responsabilidades para con la empresa, impulsándolos a desarrollar conductas de gestión que impactan de manera negativa dentro y fuera de ella. Se concluyó que, aunque las habilidades del empresario corresponden a las competencias que desarrollan para llevar a cabo adecuadamente sus actividades dentro de la empresa, estas se ven disminuidas por el *boredom*, produciendo resultados negativos.

Palabras clave: Aburrimiento; Empresas automotrices; Empresa familiar.

Recibido: 30.11.22

Aceptado: 23.02.23

* Doctor en Ciencias Administrativas, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México. Coordinador del Centro de Investigación en Ciencias Administrativas y Estudios Empresariales, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, (Ciudad Juárez, México). Email: cgonzalez@uacj.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2278-8751>.

** Doctor en Investigación, El Colegio de Chihuahua, México. Decano de la División de Estudios de Posgrado e Investigación del Tecnológico Nacional de México/IT de Ciudad Juárez, (Ciudad Juárez, México). Email: dsandoval@itcj.edu.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2536-1844>.

*** Doctor en Ciencias de la Administración, Universidad Nacional Autónoma de México. Coordinador de la Licenciatura en Administración de Empresas, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, (Ciudad Juárez, México). Email: ulises.mendoza@uacj.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2980-6449>. Autor de correspondencia.

**** Doctor en Ciencias de la Administración, Universidad Nacional Autónoma de México. Subdirector de Vinculación, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, (Ciudad Juárez, México). Email: jesus.urrutia@uacj.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2846-4811>.

Boredom syndrome in automotive familiar businessmen

Abstract

The Boredom Syndrome acts as an accumulation of emotions that induce loss of interest, decrease in physical activity and lack of concentration towards the company's activities. The objective of this study is to approach the effect of this syndrome on family entrepreneurs of the automotive industry in Juarez, Mexico. A qualitative approach was adopted by conducting 20 in-depth interviews with company managers and a perception survey with their family members. The obtained data were analyzed in the light of the causes, manifestations and influences proposed by Gómez and Jiménez (2015), Pekrun et al. (2010), Vogel-Walcutt et al. (2012) and Westgate and Wilson (2018). Results revealed low levels of encouragement in business leaders toward their responsibilities, which promotes negative managerial behaviors that impact inside and outside the firm. It was concluded that although leaders' skills are actually in line with competencies to adequately perform their activities, those are undermined by boredom, leading to negative outcomes.

Keywords: Boredom; Automotive sector; Family business.

1. Introducción

El Síndrome del Aburrimiento o *Boredom Syndrome* se percibe como una emoción negativa, como un fenómeno psicosocial que se caracteriza por una acumulación de sentimientos negativos carentes de estímulo. Esta condición produce baja actividad fisiológica, falta de interés en las actividades a realizar y dificultad para concentrarse en ellas, lo que afecta a las personas en su actividad laboral (Martínez y Rodríguez-Montalbán, 2016; Rosas, 2019).

Gemmill y Oakley (1992) establecen que el *boredom* aparece en las actividades laborales cuando el individuo se siente incapaz de experimentar, emocional e intelectualmente, una

significancia satisfactoria en lo que realiza dentro de sus actividades de trabajo, lo que le provoca descontento "...como una reacción negativa hacia el entorno" (Parreño, 2013: 2). Es decir, este síndrome surge cuando una actividad es escasamente valorada (Pekrun et al, 2010) y se le percibe insatisfactoria (Acee et al, 2010; Pekrun et al, 2010).

Diferentes factores del entorno, como el conocimiento de la actividad y la experiencia, las características de las tareas a realizar y las expectativas de trabajo, los objetivos empresariales, el clima social de la empresa, entre otros, incidirían sobre la activación del aburrimiento en los empresarios (Rosas, 2019). Refiriéndose a este síndrome,

Ros y Moya (2021: 4) afirman:

[...] es un estado que todos los seres vivos con un nivel de desarrollo cognitivo suficiente experimentamos con mayor o menor frecuencia, en todo lugar y tiempo, dependiendo tanto de factores exógenos, que obedecen a las posibilidades del entorno, como endógenos, relacionados con el sujeto. Se caracteriza por ser molesto hasta el punto de que no podemos ignorarlo y nos vemos obligados a hacer cualquier cosa para desasirnos de él.

En el ámbito de las empresas familiares, Bandura (2006) concibe al *boredom* dentro de las actividades del empresario, no como un sistema de creencias provenientes del exterior, sino como un conjunto de autocreencias ligadas a cuestiones de su funcionamiento interno, por lo que no todas sus actividades las percibe y ve reflejadas con el mismo sentido o nivel de eficacia. De esta manera, se desarrollan niveles altos de conflicto trabajo-familia que están estrechamente relacionados con percepciones bajas en la calidad de sus actividades, con la interacción familiar y con la autoeficacia de la empresa (Gómez y Jiménez, 2015).

A este síndrome también se le asocian bajos niveles de ambición, prudencia, sociabilidad, y éxito (Watt, 2002), así como menor satisfacción en los diferentes aspectos relacionados con las actividades de la empresa (Kass et al, 2001). El aburrimiento suele manifestarse en el tiempo llamado de ocio, que es el tiempo libre del trabajo y de las preocupaciones obligatorias, tiempo de permiso y de reposo, sin apuros, tiempo dedicado a las "obras del ingenio" y del que el sujeto es su propio dueño (Eidelberg, 2014: 167).

El objetivo de este estudio fue aproximar el efecto de este síndrome en empresarios familiares del ramo automotor en Ciudad Juárez, Chihuahua,

debido a que el estudio del *boredom* es una temática de interés digna de ser estudiada en las empresas de este sector por dos razones principales.

Primero, porque que en las empresas familiares la mayoría de las actividades importantes recaen en el empresario, por lo que su éxito reside en gran parte en el estado de ánimo. En este sentido, el *boredom* ejerce una influencia directa. En relación con los cambios económicos y organizacionales que se presentan en las empresas familiares, debido a que los empresarios no se sienten desafiados por tales cambios, encaminándolos a manifestar desinterés (Martínez y Rodríguez-Montalbán, 2016).

Y segundo, porque el parque vehicular en la ciudad ha experimentado un crecimiento notable. Datos de Plan Estratégico de Juárez (2021) revelan un crecimiento sostenido desde 2007, cuando circulaban en la ciudad un aproximando de 438 381 vehículos, hasta 2022 en el que se estima que los vehículos que circularon fueron 624 657. Considerando que el crecimiento en el referido periodo fue de 45.6 %, resulta relevante estudiar el sector automotor que brinda servicios o suministros a los vehículos que circulan en la ciudad.

Es por lo anterior que el estudio presenta una aproximación exploratoria, explicativa y transversal, bajo un enfoque cualitativo para aproximar el efecto de este síndrome en empresarios familiares del ramo automotriz en Ciudad Juárez, Chihuahua, pretendiendo identificar en sus empresarios las causas (Vogel-Walcutt et al, 2012) y manifestaciones (Pekrun et al, 2010; Westgate y Wilson, 2018) propias del síndrome de *boredom*, influenciadas por el aspecto familiar (Gómez y Jiménez, 2015); eligiéndose casos que de alguna manera pudieran

replicar o extender la teoría y que, de manera conveniente, ilustraran los conceptos aplicables (Patton y Applebaum, 2003).

2. Aproximación teórica: *boredom* en los empresarios

El *boredom* es una emoción percibida y experimentada por el individuo que le conduce a reaccionar negativamente frente a la situación que lo genera, los confronta con las actividades que lleva a cabo al realizar una tarea o conseguir una meta. Lo anterior, debido a que el fenómeno se experimenta como desagradable y desmotivante, lo que conlleva una reducción de la activación fisiológica (Fisher, 1993; Rosas, 2019; Ros y Moya, 2021). “Debido a su esencia relacional y crítica, el aburrimiento constituye un estado de ambigüedad, de ocio y de inquietud; es un síntoma que, al incitar introspección, instiga momentos de experimentación” (Parreño, 2013: 2).

Se considera que el *boredom* ocurre cuando el individuo experimenta un estado físico de baja activación en conjunción con un estado psicológico de insatisfacción, frustración o desinterés a consecuencia del bajo nivel de activación (Vogel-Walcutt et al, 2012). Esto trae consigo irritación debido a una “...conciencia de sí que se torna incómoda: como conciencia de un sí mismo en punto muerto, superfluo, que no se considera aludido y que no se ha pronunciado sobre nada” (Blumenberg, 2011: 528). Según Westgate y Wilson (2018), el *boredom* se presenta como:

[...] resultado de: a) un componente atencional, a saber, un desajuste entre las demandas cognitivas y los recursos mentales disponibles, y b) un componente significativo, a saber, un desajuste entre la actividad y los objetivos valorados (o la total ausencia

de objetivos valorados) (Westgate y Wilson, 2018: 689)... Dicho de otro modo, el aburrimiento es un estado desagradable que “aparece cuando los sujetos se sienten incapaces o reacios a comprometerse cognitivamente con una actividad (Westgate y Wilson, 2018: 693) o una situación, aunque quieran hacerlo.

Reforzando este primer acercamiento, es posible afirmar que el *boredom* está directamente asociado con la naturaleza de las actividades que se realizan y tiene diferentes manifestaciones: baja y monótona carga de trabajo (Van der Heijden et al, 2012; van Wyk et al, 2016), ausencia de variedad en las actividades, oportunidades limitadas de aprendizaje (Guglielmi et al, 2013), dificultad para realizar las actividades (Mikulas y Vodanovich, 1993) y alta rigidez y mecanismos de control (Harju et al, 2014). Al respecto, Csikszentmihalyi (1975) añade que el *boredom* en la empresa se experimenta cuando las habilidades exceden las demandas propias de las actividades a realizar.

Fisher (1993), se refiere a este síndrome como un estado afectivo no placentero en el cual el individuo experimenta falta de interés y dificultad para concentrarse en sus actividades de manera adecuada. Entre las causas más sobresalientes sobre la aparición del *boredom* en los empresarios (Vogel-Walcutt et al, 2012) pueden mencionarse:

a) Actividades sin sentido o de poco agrado. Se percibe a la actividad como monótona, aburrida, sin desafío, lo que trae consigo disgusto.

b) Insuficiente conocimiento para la realización de una tarea. Se experimenta falta de comprensión de una actividad, falta de asesoramiento para tal efecto, lo que dificulta realizarla, produciendo frustración.

c) Recursos inadecuados o insuficientes para realizar una actividad. Se percibe que los recursos de los que dispone no son suficientes para alcanzar los objetivos de la empresa, lo que lleva al pesimismo.

d) Entorno de trabajo altamente relajado o restrictivo. Se observa que la forma de organizar la empresa induce indisciplina o enfado en los miembros de la empresa, dando lugar al enojo.

e) Escaso margen para la elección de actividades. Se advierte que las actividades que se realizan son solo las necesarias y que no queda nada nuevo por hacer, produciendo hastío.

f) Estrategias comerciales poco estimulantes. Se distingue que el rumbo comercial de la empresa es limitado, se aprecia poco competitivo y desmotivante.

g) Actividades que no coinciden con el nivel de habilidad. Se identifica que las tareas son demasiado sencillas para las capacidades presentes o se necesita realizar nuevas tareas para las cuales no se está capacitado, lo que resulta en una sensación de desesperación.

h) Metas poco claras o enfocadas. Se experimenta una falta de alineamiento entre lo que desea y lo que está consiguiendo, produciendo decepción.

Los empresarios que generan predisposición al *boredom* carecen de la capacidad de regular adecuadamente sus emociones, manifestando niveles altos de enojo y agresividad. También, son menos abiertos a experiencias nuevas, reducen su sociabilidad, son menos agradables, menos organizados y tienden a manipular a las otras personas en su entorno (Culp, 2006). De acuerdo con Pekrun et al, (2010), las manifestaciones del *boredom* en los empresarios son de cinco tipos: afectivas (sensaciones desagradables), cognitivas (sensación de que el tiempo transcurre

lentamente, distracción), fisiológicos (nivel de activación bajo), expresivas (postura corporal caída, expresión facial, tono de voz monótono) y motivacionales (impulso por abandonar o cambiar la situación).

Este síndrome desempeña un papel fundamental en el funcionamiento del empresario, debido a que afecta su comportamiento en la empresa, pero no sólo internamente, sino también por medio de su impacto en otros determinantes claves, tales como: relaciones con clientes y proveedores, expectativas de competitividad, sustentabilidad, percepción de los impedimentos y oportunidades que se presenten en el contexto comercial (Farkas-Klein, 2008). El *boredom* actúa como una señal incómoda y molesta que impulsa un cambio cognitivo y de comportamiento con impacto sobre el contexto, las metas y objetivos, así como los costos implícitos (Farkas-Klein, 2008; Ros y Moya, 2021:8). La angustia emocional generada por el *boredom* produce dificultad para compatibilizar las demandas y responsabilidades para con la empresa y la familia, desarrollando problemas entre empresario y familiares, a los que se le añaden conductas negativas en estos últimos (Lau, 2009; Valk y Srinivasan, 2011).

Continuando con el sustento teórico, cuando la situación actual del empresario no es percibida como estimulante, su intensidad emocional se ve disminuida, lo que inhibe su eficiencia y capacidad productiva (Rosas, 2019). En ese sentido, para Gómez y Jiménez (2015: 7) existen dos tipos de expectativas relacionadas con la eficacia:

La primera de ellas corresponde a la autoeficacia o eficacia personal; la cual hace referencia al juicio que el

propio sujeto realiza de sí mismo ante su capacidad para alcanzar ciertos resultados. La segunda expectativa es la de resultados, entendida como las consecuencias que el sujeto espera que ocurran ante su intervención. Si ambas expectativas se mueven hacia el mismo sentido, y se caracterizan por poseer un sentido positivo, la conducta se ve reforzada, y es probable que se actúe nuevamente de la misma forma.

De acuerdo con Bench y Lench (2013), el *boredom* experimentado debería tener la función de impulsar hacia nuevos objetivos y explorar alternativas diferentes ante la situación actual carente de estimulación. Sin embargo, cuando el empresario se aburre en sus actividades dentro de la empresa, presta menos atención a otros tipos estímulos.

Además, le resta importancia a lo que pudieran brindar y se siente motivado a abandonar la empresa o ausentarse (Hunter y Eastwood, 2016; Sánchez-Rosas y Bedis, 2015; Tze et al, 2015). Derivado de ello, comienzan a emerger conflictos con los miembros de la familia, ya que el empresario, como jefe de familia, construye "...el sistema de creencias y expectativas ante ciertas actividades o áreas de la vida, determina cómo las personas evalúan su desempeño como padres –en otras palabras, su sentido de autoeficacia parental" (Gómez y Jiménez, 2015: 7). De esta manera, la familia actuará como un elemento que desestimula la expansión de la empresa, como una fuerza antiexpansiva (Muzlera, 2018).

Aunado a ello, independiente de la empresa, las personas que experimentan *boredom* manifiestan interacciones hostiles dentro de su ámbito familiar, respondiendo negativamente a los comportamientos de los miembros. Aquellos que están física

y emocionalmente aburridos tienden a ser menos sensibles, participativos y solidarios con su familia. Así, esta conducta migra del entorno familiar al de la empresa (Gómez y Jiménez, 2015).

En la esfera de las organizaciones familiares, la empresa no solo es concebida como la fuente de ingresos para subsistir, sino también como aquel legado familiar que brinda identidad de familia; su buen nombre va de la mano con la empresa, es por esto que se desea que la descendencia le imprima continuidad (Muzlera, 2018).

Aunado a ello, independiente de la empresa, las personas que experimentan *boredom* manifiestan interacciones hostiles dentro de su ámbito familiar, respondiendo negativamente a los comportamientos de los miembros. Aquellos que están física y emocionalmente aburridos tienden a ser menos sensibles, participativos y solidarios con su familia. Así, esta conducta migra del entorno familiar al de la empresa (Gómez y Jiménez, 2015).

En la esfera de las organizaciones familiares, la empresa no solo es concebida como la fuente de ingresos para subsistir, sino también como aquel legado familiar que brinda identidad de familia; su buen nombre va de la mano con la empresa, es por esto que se desea que la descendencia le imprima continuidad (Muzlera, 2018).

Lo familiar de la empresa va más allá del nivel de su profesionalización, capitalización y tecnificación, pues reside en el lugar simbólico y material que se dan mutuamente: el peso que la familia tiene en el manejo de la empresa y el de la empresa en el desarrollo familiar (Muzlera, 2018). Entonces, es de destacar la importancia que poseen el dominio de la empresa y la familia en la vida del empresario, tomando en cuenta

que cuando se es líder y al mismo tiempo padre, madre o familiar ascendente, con todas las exigencias y responsabilidades que esto implica, el equilibrar estos dominios se torna complejo (Gómez y Jiménez, 2015).

De acuerdo con lo expuesto, el *Boredom Syndrome* minimiza aquellas habilidades que debe emplear el empresario y al mismo tiempo sus competencias parentales o de relación familiar que, según Rodrigo et al, (2008), ve disminuidas las capacidades de afrontar de modo flexible y adaptativo las actividades a realizar y de tomar en cuenta las necesidades propias de la empresa y su familia, de acuerdo con lo considerado aceptable por la sociedad. Familia y empresa están fuertemente relacionadas, por lo que "... es indispensable conocer la composición familiar, el momento del ciclo de vida, las actividades de cada uno de sus miembros, así como su educación formal y nivel de ingresos, para poder comprender las dinámicas de expansión, disponibilidad a desplazamiento y demás dinámicas empresariales" (Muzlera, 2018: 164).

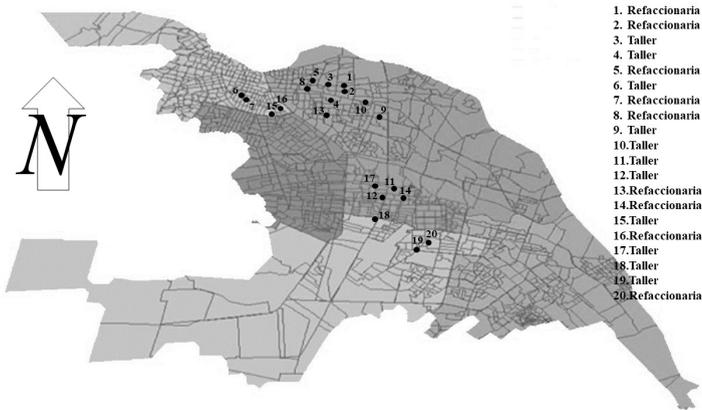
En ese sentido, Maganto et al, (2010) manifiestan que las interacciones en el entorno empresa/familia, que incluyen la distribución de responsabilidades en la empresa y en la casa, generan el proceso en el cual se adquieren los principios básicos de convivencia social, el cual tiene repercusiones considerables en la empresa y en la familia.

3. Elementos metodológicos para el estudio del síndrome de *boredom* experimentado por los empresarios

Este artículo presenta un abordaje exploratorio y de corte transversal cuyo objetivo principal es analizar la realidad de las empresas familiares del ramo de servicio automotriz en Ciudad Juárez, México. Se adoptan métodos cualitativos para identificar las causas (Vogel-Walcutt et al, 2012) y manifestaciones (Pekrun et al, 2010; Westgate y Wilson, 2018) propias del síndrome de *boredom*, influenciadas por el aspecto familiar (Gómez y Jiménez, 2015), que están presentes en las empresas familiares estudiadas.

La muestra comprende un total de 20 empresas familiares dedicadas al ramo automotriz (talleres de reparación, talleres de torno automotriz, refaccionarias y talleres de hojalatería, enderezado y pintura) ubicadas en Ciudad Juárez, México. De acuerdo con Eisenhardt y Graebner (2007), se eligieron casos que de alguna manera pudieran replicar o extender la teoría y que, de manera conveniente, ilustraran los conceptos aplicables (Patton y Applebaum, 2003). Asimismo, la muestra conserva el objetivo de desarrollar teoría en lugar de solamente probarla (Eisenhardt y Graebner, 2007). La distribución espacial de las empresas familiares estudiadas se muestra en la ilustración 1.

Ilustración 1 Distribución geográfica de las empresas familiares



Fuente: Elaboración propia

Para brindar rigurosidad científica a la muestra (Cisneros y Olave, 2012), se incluyeron entidades empresariales familiares que cumplieran con los siguientes criterios:

- Que el control de las decisiones lo detente el propietario,
- Que la propiedad recaiga exclusivamente en la familia,
- Que el capital operativo provenga exclusivamente de la familia, y
- Que al menos dos generaciones de

la familia laboren de manera directa en la empresa.

El enfoque de caso de estudio se condujo a través tres fases (diagrama 1): a) revisión de literatura, b) sondeo de percepción realizado con los familiares que trabajan de manera directa en la empresa y c) análisis de redes semánticas en el *software* Atlas ti de la información recabada en 20 entrevistas a profundidad a propietarios de dichas empresas familiares del ramo automotriz.

Diagrama 1 Aproximación metodológica



Fuente: Elaboración propia

Para la recolección de los datos se utilizaron dos instrumentos: un guion de entrevista a profundidad que constó de 18 preguntas y una lista de comprobación con los 18 aspectos a indagar. Ambos se basaron en las causas y manifestaciones

del *boredom* influenciadas por el aspecto familiar (Gómez y Jiménez, 2015; Pekrun et al, 2010; Vogel-Walcutt et al, 2012; Westgate y Wilson, 2018), las cuales se presentan en el cuadro 1.

Cuadro 1
Causas y manifestaciones del *boredom* influenciadas por el aspecto familiar

Aspecto	Autor
Actividades sin sentido	Vogel-Walcutt et al. (2012)
Insuficiente conocimiento	
Recursos inadecuados	
Entorno de trabajo relajado	
Entorno de trabajo restrictivo	
Escaso margen para elegir	
Estrategias comerciales	
Nivel de habilidad	
Metas poco claras	
Nivel de desagrado alto	Pekrun et al. (2010) y Westgate y Wilson (2018)
Nivel de distracción alto	
Nivel de activación bajo	
Nivel de expresión bajo	
Nivel motivacional bajo	
Reparto injusto de tareas	Gómez y Jiménez (2015)
Baja capacidad	
Baja coordinación	
Responsabilidad mal compartida	

Fuente: Elaboración propia

La entrevista fue realizada a 20 propietarios líderes de empresa (tabla 1) bajo la premisa que contarán con un

amplio conocimiento sobre la empresa y la familia, además de realizar actividades a nivel directivo.

Tabla 1
Datos de las empresas parte de la muestra

Entrevistado	Giro	Num. de empleados	Ubicación en la ciudad
1	Refaccionaria	<10	Norte
2	Refaccionaria	10 a 20	Norte
3	Taller de enderezado y pintura	>20	Norte
4	Taller de enderezado y pintura	10 a 20	Norte
5	Refaccionaria	>20	Norte
6	Taller de reparación	<10	Norponiente
7	Refaccionaria	10 a 20	Norponiente
8	Refaccionaria	<10	Norte
9	Taller de reparación	<10	Norte
10	Taller de reparación	<10	Norte
11	Taller de reparación	10 a 20	Sur
12	Taller de torno automotriz	<10	Sur
13	Refaccionaria	<10	Norte
14	Refaccionaria	<10	Sur
15	Taller de torno automotriz	>20	Norponiente
16	Refaccionaria	<10	Norponiente
17	Taller de enderezado y pintura	<10	Sur
18	Taller de reparación	>20	Sur
19	Taller de torno automotriz	<10	Surorientado
20	Refaccionaria	<10	Surorientado

Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo, se realizó un sondeo por medio de una lista de comprobación entre 50 familiares (esposas, hijos, hermanos u otros

familiares) que laboran en las empresas, para indagar sus percepciones sobre el actuar de los empresarios (tabla 2).

Tabla 2
Datos demográficos de los familiares

Genero		Edad		
F	M	<30	31 a 40	>40
6	44	21	23	6

Fuente: Elaboración propia

4. Estudio del *Boredom Syndrome* experimentado por los empresarios en Ciudad Juárez, México

En la tabla 3, se presenta una relación de los aspectos relativos a

causas y manifestaciones del *boredom* influenciadas por el aspecto familiar (Gómez y Jiménez, 2015; Pekrun et al, 2010; Vogel-Walcutt et al, 2012; Westgate y Wilson, 2018), identificados en los comentarios vertidos por los propietarios entrevistados.

Tabla 3
Aspectos de las causas y manifestaciones identificadas en las entrevistas

Aspecto	Entrevistados																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Actividades sin sentido								x			x			x						
Insuficiente conocimiento		x		x		x	x	x	x	x	x	x		x		x	x			x
Recursos inadecuados	x	x		x		x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x			x
Entorno de trabajo relajado	x	x		x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Entorno de trabajo restrictivo				x		x														
Escaso margen para elegir		x		x			x	x	x	x	x	x	x	x		x	x			x
Estrategias comerciales	x	x		x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Nivel de habilidad				x		x		x	x	x	x	x	x	x				x		x
Metas poco claras	x	x					x	x			x	x		x		x	x			x
Nivel de desagrado alto	x	x		x		x				x	x	x	x			x				x
Nivel de distracción alto		x		x			x	x	x			x		x		x	x			x
Nivel de activación bajo				x		x		x	x	x	x	x	x	x				x		x
Nivel de expresión bajo	x	x		x			x	x	x		x	x	x			x	x			x
Nivel motivacional bajo		x		x		x	x	x		x	x	x		x		x	x			x
Reparto injusto de tareas		x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x		x			x
Baja capacidad	x	x		x			x	x		x	x		x							x
Baja coordinación		x		x		x	x	x		x	x	x	x	x		x				x
Responsabilidad mal compartida	x	x		x	x	x		x	x	x	x	x	x	x		x	x			x

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo.

En la tabla 4 se presenta una relación de las percepciones de los familiares relativos a los aspectos

identificados de estas mismas causas y manifestaciones percibidas en los empresarios.

Tabla 4
Número de familiares que perciben los aspectos en el empresario

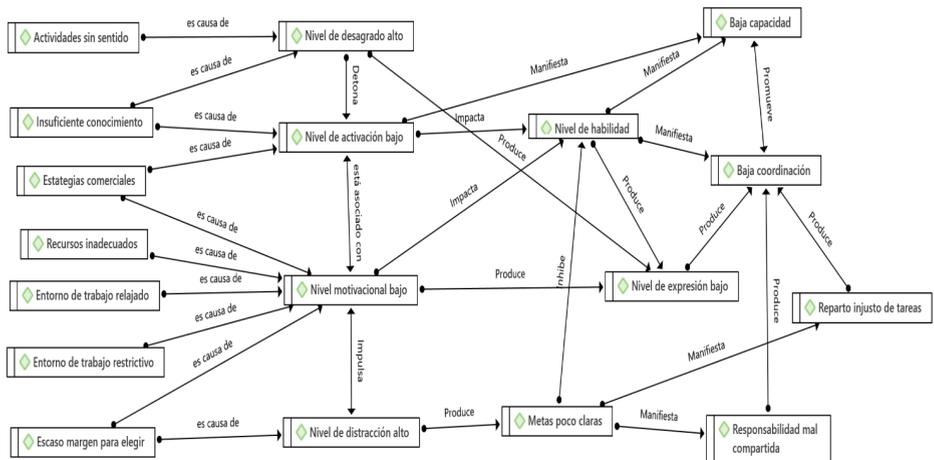
Aspecto	Número
Actividades sin sentido	5
Insuficiente conocimiento	42
Recursos inadecuados	41
Entorno de trabajo relajado	40
Entorno de trabajo restrictivo	10
Escaso margen para elegir	45
Estrategias comerciales	43
Nivel de habilidad	8
Metas poco claras	21
Nivel de desagrado alto	19
Nivel de distracción alto	22
Nivel de activación bajo	17
Nivel de expresión bajo	33
Nivel motivacional bajo	28
Reparto injusto de tareas	35
Baja capacidad	8
Baja coordinación	22
Responsabilidad mal compartida	41

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo.

Una vez identificados los aspectos relacionados con las causas y manifestaciones del *boredom* influenciadas por el aspecto familiar y que provenien de los comentarios vertidos en las entrevistas a los propietarios, se procedió a realizar el análisis por medio de una red semántica en el *software* Atlas ti. En esta red se reflejan las relaciones

existentes entre los aspectos identificados (diagrama 2). Estas relaciones muestran las interacciones entre los aspectos de las causas y manifestaciones del *boredom* influenciadas por el aspecto familiar (Gómez y Jiménez, 2015; Pekrun et al, 2010; Vogel-Walcutt et al, 2012; Westgate y Wilson, 2018), los cuales se presentaron antes en el cuadro 1.

Diagrama 2 Red semántica de los comentarios de las entrevistas



Fuente: Elaboración propia

Con relación a las actividades sin sentido o de poco agrado, los entrevistados manifestaron que se les presentan actividades poco atractivas debido a los años que llevan realizándolas, además que en el ramo en el cual se desempeñan la dinámica de avance en tecnología de los automóviles los supera.

Por lo que, de acuerdo con Vogel-Walcutt et al, (2012), perciben que la actividad que realizan en la empresa es monótona, aburrida, sin desafío, con un alto nivel de desagrado. Esto se manifiesta como un nivel bajo de capacidad de expresión, ya sea verbal o no verbal (Pekrun et al, 2010; Westgate y Wilson, 2018), Lo anterior impacta negativamente dentro de la empresa, ya que es una dificultad para coordinar dichas actividades con sus familiares (Gómez y Jiménez, 2015).

Por lo que respecta al insuficiente conocimiento para la realización de una

tarea que experimentaría el empresario, los entrevistados manifestaron que, al igual que en el caso anterior, el avance en la tecnología automotriz es demasiado rápido para ellos. Esto les dificulta realizar reparaciones en los automóviles de modelos recientes, ya que desconocen los componentes y las nuevas especificaciones de los fabricantes.

Así, como lo expresan Vogel-Walcutt et al, (2012), se experimentan la falta de comprensión de la actividad y la falta de asesoramiento para tal efecto, lo que conlleva dificultad para realizarla, con la consiguiente frustración. Se da lugar, entonces, a un alto nivel de desagrado debido a la imposibilidad de realizar las actividades, lo que se manifiesta como un bajo nivel de activación (Pekrun et al, 2010; Westgate y Wilson, 2018), incidiendo directamente, a su vez, en su nivel de habilidad, ya que se necesita realizar nuevas tareas

para las cuales no se está capacitado, trayendo consigo desesperación (Vogel-Walcutt et al, 2012). El resultado es un impacto negativo dentro de la empresa en forma de una baja capacidad para realizar y coordinar las actividades propias y las de sus familiares (Gómez y Jiménez, 2015).

En cuanto a los recursos inadecuados o insuficientes para realizar una actividad, la mayoría de los entrevistados expresaron no contar con los recursos necesarios para adquirir equipo o herramientas necesarias para realizar sus actividades adecuadamente y en respuesta a los avances tecnológicos de los automóviles. A su vez, manifiestan que en repetidas ocasiones se ven rebasados en su capacidad para atender a los clientes, por lo que se ven forzados a rechazarlos, causando mala impresión y que los clientes no regresen. De esa manera, tal como mencionan Vogel-Walcutt et al, (2012), los empresarios perciben que los recursos disponibles no son suficientes para alcanzar los objetivos de la empresa, dando lugar al pesimismo.

Ello se manifiesta en un nivel motivacional bajo, lo que impulsa a que presenten un nivel alto de distracción y a la postre un bajo nivel de expresión (Pekrun et al, 2010; Westgate y Wilson, 2018). El impacto en la organización se refleja en una baja capacidad para coordinar las actividades por falta de recursos (Gómez y Jiménez, 2015).

Tocante a tener un entorno de trabajo altamente relajado o restrictivo, la mayoría de los entrevistados manifestaron que han promovido un entorno de trabajo relajado, sin reglas o procesos debidamente estrictas y establecidas. Esto ha traído consigo, conflictos innecesarios con familiares o empleados, y en estos últimos, una alta tasa de rotación. Entonces, como

lo aseveran Vogel-Walcutt et al, (2012), los líderes observan que su forma de organizar la empresa desarrolla indisciplina o enfado en los miembros de la empresa, produciéndoles enojo.

El efecto es un nivel de motivación bajo que, de la misma manera que el anterior, se manifiesta también como un bajo nivel de expresión (Pekrun et al, 2010; Westgate y Wilson, 2018). El impacto negativo en la empresa se refleja como una falta de capacidad para coordinar las actividades de la empresa por los conflictos derivados de la indisciplina (Gómez y Jiménez, 2015).

Sobre el escaso margen para la elección de actividades, los entrevistados manifiestan que en algunas ocasiones estas les parecen monótonas y repetitivas. No se presentan nuevos retos, y para los que se presentan, no se cuenta con los recursos necesarios para enfrentarlos, por lo que deciden no hacerlo. De esa manera, las actividades que realizan se limitan solo a las necesarias, no les queda nada nuevo por hacer, lo que lleva al hastío (Vogel-Walcutt et al, 2012).

La manifestación de lo anterior es en forma de un bajo nivel motivacional y un alto nivel de distracción, debido a la falta de atractivo en las actividades que realizan. Esto redundo en una falta de metas enfocadas, percibiéndoseles difusas e inciertas, lo que inhibe su nivel de habilidad para encaminarlas adecuadamente, tanto organizacionalmente como competitivamente (Pekrun et al, 2010; Westgate y Wilson, 2018). El impacto en la empresa es en forma de un reparto injusto de tareas entre los miembros de la familia y una consiguiente responsabilidad mal compartida (Gómez y Jiménez, 2015).

Con relación a las estrategias comerciales poco estimulantes, la

mayoría de los empresarios manifestaron no tener establecidas estrategias que guíen las actividades que realiza la empresa. Afirman que han preferido funcionar conforme a como lo dicten, por un lado, las exigencias de los clientes, y por el otro, la capacidad de los recursos de la empresa. Todo esto sin atender al hecho que las cadenas de refaccionarias y talleres automotrices que se han establecido en la ciudad sí cuentan con lineamientos comerciales establecidos por sus corporativos y, por consiguiente, son más competitivos.

Es por estas razones que distinguen el rumbo comercial de la empresa como limitado y poco competitivo, lo que produce desmotivación (Vogel-Walcutt et al, 2012). Lo anterior se manifiesta en ellos con niveles bajos de activación, expresión y motivación, los cuales inciden directamente en su nivel de habilidad para conducir a la empresa (Pekrun et al, 2010; Westgate y Wilson, 2018). Esto impacta negativamente en la empresa en forma de una baja capacidad de coordinación y ejecución de las actividades que les competen (Gómez y Jiménez, 2015).

Cuando las actividades no coinciden con el nivel de habilidad, los entrevistados manifestaron sentirse frustrados y desanimados al momento en que se presenta un problema en el automotor. Esto se deriva de que no tienen el conocimiento para resolverlo debido a lo nuevo del modelo, o bien, carecen del equipo o herramienta para realizar la reparación.

Aquí se identifica lo mencionado por Vogel-Walcutt et al. (2012): cuando las tareas que realiza o son demasiado sencillas para su capacidad o necesita realizar nuevas tareas para las cuales no se está capacitado, como en el caso de la mayoría de los entrevistados, les produce desesperación. Esto se manifiesta en la empresa, es una falta de capacidad para

realizar nuevas tareas o actividades y además para coordinar a sus familiares y empleados para realizarlas (Gómez y Jiménez, 2015).

Finalmente, en lo que respecta a las metas poco claras o enfocadas, la mayoría de los entrevistados comentaron que en ocasiones el desánimo por las cuestiones que no pueden resolver en la empresa genera en ellos un nivel de distracción. Entonces, debido a que no pueden llevar a cabo esas actividades, optan por pensar en otras cosas irrelevantes, como salirse a realizar otras actividades para distraerse un poco.

Lo anterior, trae consigo una falta de enfoque en las metas que benefician a la empresa, experimentando una falta de alineamiento en entre lo que desea y lo que está consiguiendo, lo que conlleva a la decepción (Vogel-Walcutt et al, 2012). En consecuencia, se manifiesta en la empresa como una falta de importancia para diseñar un esquema de reparto de tareas adecuado, pues no existe una distribución de la responsabilidad entre los miembros de la familia, lo que los hace sentirse excluidos (Gómez y Jiménez, 2015).

Concluido el enfoque al líder, se aplicó una lista de comprobación a 50 familiares de los empresarios que laboran con ellos en sus empresas. Se les preguntó acerca de lo que percibían sobre los aspectos relacionados con las causas y manifestaciones del *boredom* influenciadas por el aspecto familiar (Gómez y Jiménez, 2015; Pekrun et al, 2010; Vogel-Walcutt et al, 2012; Westgate y Wilson, 2018) (cuadro 1). Con las respuestas vertidas se generó una semaforización, la cual constó de tres categorías: 1) Verde: Baja percepción, de 1 a 10 empleados; 2) Amarilla: Mediana percepción, de 11 a 35 empleados; y 3) Roja: Alta percepción, de 36 a 50 empleados (cuadro 2).

Cuadro 2
Percepciones de los familiares sobre el empresario

Aspecto	Percepción		
	Baja	Mediana	Alta
Actividades sin sentido			
Insuficiente conocimiento			
Recursos inadecuados			
Entorno de trabajo relajado			
Entorno de trabajo restrictivo			
Escaso margen			
Estrategias comerciales			
Nivel de habilidad			
Metas poco claras			
Nivel de desagrado alto			
Nivel de distracción alto			
Nivel de activación bajo			
Nivel de expresión bajo			
Nivel motivacional bajo			
Reparto injusto de tareas			
Baja capacidad			
Baja coordinación			
Responsabilidad mal compartida			

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo.

Dentro de la categoría verde, solamente figuraron actividades sin sentido, entorno de trabajo restrictivo, nivel de habilidad y baja capacidad. Esto debido a que los familiares de los empresarios manifestaron que percibían en el empresario que conocía y sentía suficiente apego a las actividades que realizaba. Comentaron también que el empresario proporcionaba la oportunidad de laborar en un entorno amigable y adecuado, así como que percibían en el empresario un nivel de capacidad muy adecuado en relación con lo que de él se requería. Por lo tanto, no identificaban

en él una baja capacidad para conducir la empresa.

En la categoría amarilla figuraron metas poco claras, nivel de desagrado alto, nivel de distracción alto, nivel de activación bajo, nivel de expresión bajo, nivel motivacional bajo, reparto injusto de tareas y baja coordinación. Los familiares mencionaron que en repetidas ocasiones han percibido del empresario que no sabe exactamente lo que quiere en y de la empresa.

Expresaron que se le nota una falta de agrado por lo que se lleva a cabo, se le nota distraído y desenfocado,

se le nota desmotivado por lapsos de ausentismo que muestra. También identifican que no reparte las actividades de manera equitativa entre los miembros de la familia, ya que a unos les confiere mayor confianza que a otros. Esto es, demuestra falta de coordinación dentro de la empresa debido a que se ausenta o tiene favoritismos.

Por último, en la categoría roja figuran insuficiente conocimiento, recursos inadecuados, entorno de trabajo relajado, escaso margen, estrategias comerciales y responsabilidad mal compartida. Esto se asocia con que los familiares perciben en el empresario, cuando se presentan automóviles de reciente modelo, que no posee el conocimiento y experiencia necesarios para repararlos, por lo que los rechaza o se mete en problemas al intentar repararlos.

Identifican en él molestia debido a la falta de recursos para adquirir equipo o lo necesario para la empresa, también identifican una marcada falta de interés para imponer reglas necesarias para evitar indisciplina y conflictos. En especial, con los empleados, le perciben una renuencia a querer realizar actividades nuevas que puedan beneficiar a la empresa, no le perciben interés por realizar estrategias comerciales competitivas. Notan un despliegue de responsabilidad injusto, ya que lo malo que sucede siempre es culpa de los demás.

5. Conclusiones

La empresa familiar es trascendental entre los prestadores de servicios, tanto por su importancia en la generación de ingresos y empleos, como por sus efectos dentro de las dinámicas empresariales. De ese modo,

el empresario que genera más recursos es quien adquiere mayor competitividad frente a los demás empresarios, fortaleciendo a la familia, de tal manera que promueve un mayor involucramiento familiar en las actividades empresariales.

Para el empresario, desde la percepción de sus familiares, la eficacia recae en buena medida en la confianza que posee sobre sus propias capacidades para llevar a cabo sus actividades y obtener determinados resultados. Con base en ello, los resultados podrán variar con relación a las posibilidades de que las tareas pueden llevarse a cabo adecuadamente y como la empresa lo requiere, ya que requiere de él un dominio total de todos y cada uno de los aspectos de su empresa. En consecuencia, "...la dimensión familiar puede funcionar como una dimensión que estimule o presione la expansión empresarial" (Muzlera, 2018: 159).

Si el empresario lograr definir sus roles adecuadamente y obtener buenos resultados, de manera que genere en sus familiares una percepción positiva, se encausará entonces a realizar un mayor esfuerzo por desempeñar un mejor papel en la empresa y con su familia, a pesar del poco tiempo que tienen y de las diversas responsabilidades que implican el trabajo y la familia (Reina et al, 2010).

El *Boredom Syndrome* que aborda este estudio, se aproxima desde la óptica de dimensionarlo como una experiencia adversa; y de acuerdo con lo manifestado en las entrevistas, en los empresarios está directamente relacionado con esa sensación de imposibilidad, de frustración, de impotencia ante ciertas circunstancias que se presentan en la empresa. Se manifiesta como un vacío y un desánimo en el empresario al verse inmerso en una actividad que ya no le produce la misma satisfacción. Se

identifica al fenómeno *boredom* como un conjunto de emociones negativas que le inhiben sus capacidades para desarrollar y realizar sus actividades empresariales de manera adecuada.

Derivado de las percepciones de los familiares de los empresarios, se identificó en ellos estrés cuando se encuentran realizando sus actividades en la empresa. Fueron notorias las manifestaciones de interacciones hostiles, en forma de conflictos, dentro del núcleo familiar y con los empleados. Lo anterior como respuesta a un reparto de actividades inadecuado e inequitativo, así como una arbitraria delegación de responsabilidades, lo cual desmotiva a los familiares. En algunos casos, los empresarios fueron percibidos como cansados de manera física y emocional ante los retos que se presentan en la empresa, por lo que han perdido empatía, colaboración y paciencia para con ellos.

De ese modo, las habilidades del empresario corresponden a las competencias que desarrollan para llevar a cabo adecuadamente sus actividades dentro de la empresa, en este caso disminuida por el *boredom*. De no presentarse en ellos este síndrome, dichas competencias les permitirían enfrentar flexible y adaptativamente los nuevos retos y desafíos que aparecen con los avances tecnológicos de los automóviles que reparan. Además, se abriría la posibilidad de tomar en cuenta las necesidades evolutivas y formativas empresariales de sus familiares y descendientes, encaminadas a obtener mayores y mejores resultados en la empresa familiar.

El *boredom* disminuye cuando cambia la perspectiva del empresario y la experiencia que ser derivada. Sin embargo, existirán siempre situaciones

que originen este síndrome y que desgraciadamente no se presten de manera fácil al cambio, convirtiendo entonces a este síndrome en un padecimiento organizacional crónico. Resulta indispensable para el empresario trabajar este aspecto para evitar que con el tiempo se llegue a transformar en síndrome complejo que le impida continuar con sus actividades y perder su empresa.

Referencias bibliograficas

- Acee, T. W., Kim, H., Kim, H. J., Kim, J., Chu, H. R., Kim, M., ... Wicker, F. W. (2010). Academic boredom in under- and over-challenging situations. *Contemporary Educational Psychology*, 35(1), 17-27. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2009.08.002>.
- Bandura, A. (2006). *Self-efficacy beliefs of adolescents*. Information Age Publishing. <http://des.emory.edu/mfp/014-BanduraGuide2006.pdf>.
- Bench, S., & Lench, H. (2013). On the Function of Boredom. *Behavioral Sciences*, 3(3), 459-472. <https://doi.org/10.3390/bs3030459>.
- Blumenberg, H. (2011). *Descripción del ser humano*. Fondo de Cultura Económica.
- Cisneros, M., & Olave, G. (2012). *Redacción y publicación de artículos científicos: enfoque discursivo*. Ecoe Ediciones
- Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety: Experiencing flow in work and play*. Jossey-Bass.
- Culp, N.A. (2006). The relationship of two facets of boredom proneness with the major dimensions of personality. *Personality and Individual Differences*, 41, 999-1007. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2006.02.018>.

- Eisenhardt, K. M., & Graebner, M. E. (2007). Theory building from cases: Opportunities and challenges. *Academy of Management Journal*, 50(1), 25-32. <https://doi.org/10.5465/amj.2007.24160888>.
- Eidelberg, A. (2014). *Variaciones diagnósticas sobre un vicio epidémico: el aburrimiento*. VI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXI Jornadas de Investigación Décimo Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires <https://www.aacademica.org/000-035/613>.
- Farkas-Klein, C. (2008). Escala de Evaluación Parental (EEP): desarrollo, propiedades psicométricas y aplicaciones. *Universitas Psychologica*, 7(2), 457-467. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672008000200012.
- Fisher, C. D. (1993). Boredom at work: A neglected concept. *Human Relations*, 46(3), 395-417. <https://doi.org/10.1177/001872679304600305>.
- Gemmill, G., & Oakley, J. (1992). The meaning of boredom in organizational life. *Group & Organization Management*, 17, 358-369. <https://doi.org/10.1177/1059601192174003>.
- Gómez, V., & Jiménez, A. (2015). Corresponsabilidad familiar y el equilibrio trabajo-familia: medios para mejorar la equidad de género. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, 14(40), 1-15 <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30538546018>.
- Guglielmi, D., Simbula, S., Mazzetti, G., Tabanelli, M. C., & Bonfiglioli, R. (2013). When the job is boring: The role of boredom in organizational contexts. *Work*, 45, 311-322. <https://doi.org/10.3233/WOR-121528>.
- Harju, L., Hakanen, J. J., & Schaufeli, W.B. (2014). Job boredom and its correlates in 87 Finnish organizations. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 56(9), 911-918. <https://www.jstor.org/stable/48500475>.
- Hernández, V., & Muzlera, J. (2016). El contratismo y su integración al modelo de agronegocios: producción y servicios en la región pampeana. *Mundo Agrario*, 17 (34). Recuperado de: <http://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/>.
- Hunter, A., & Eastwood, J. D. (2016). Does state boredom cause failures of attention? Examining the relations between trait boredom, state boredom, and sustained attention. *Experimental Brain Research*, 236(9), 2483-2492. <https://doi.org/10.1007/s00221-016-4749-7>.
- Kass, S. J., Vodanovich, S. J., & Callender, A. (2001). Statetrait boredom: Relationship to absenteeism, tenure, and job satisfaction. *Journal of Business and Psychology*, 16, 317-327. <https://doi.org/10.1023/A:1011121503118>.
- Lau, Y. (2009). The impact of Fathers' work and family conflicts on children's self-esteem: the Hong Kong case. *Social Indicators Research*, 95, 363-376. <https://doi.org/10.1007/s11205-009-9535-5>.
- Maganto, J. M., Etxebarria, J., & Porcel, A. (2010). La corresponsabilidad entre los miembros de la familia, como factor de conciliación. *Educatio Siglo XXI*, 28(1), 69-84. <https://revistas.um.es/educatio/article/view/109731>.
- Martínez, M., & Rodríguez-Montalbán, R. (2016). Cuando el trabajo aburre: Análisis de las propiedades psicométricas de la Escala de Aburrimiento Laboral (EAL). *Revista*

- Interamericana de Psicología Ocupacional*, 35(1), 7-20. <https://doi.org/10.21772/ripo.v35n1a01>.
- Mikulas, W. & Vodanovich, S. (1993). The essence of boredom. *The Psychological Record*, 43, 3-12. <https://www.proquest.com/openview/296335ff3755b0af6e5735b765d8a78c/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1817765>.
- Muzlera, J. (2018). Análisis de los vínculos Familia-Empresa en los Contratistas de Maquinaria Agrícola Pampeanos. *Revista La Rivada*, 6(10), 152-166. <http://www.larivada.com.ar/index.php/numero-10-julio-2018/93-3-articulos/174-analisis-de-los-vinculos-familia-empresa>.
- Parreño, C. (2013). Aburrimiento y Espacio: Experiencia, Modernidad e Historia. *Revista de la Escuela de Arquitectura de la Universidad de Costa Rica*, 2(1), 1-15. <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/13671>.
- Patton, E., & Applebaum, S. H. (2003). The case for case studies in management research. *Management Research News*, 26(5), 60-71. <https://doi.org/10.1108/01409170310783484>.
- Pekrun, R., Goetz, T., Daniels, L., Stupnisky, R., & Perry, R. (2010). Boredom in achievement settings: Exploring control-value antecedents and performance outcomes of a neglected emotion. *Journal of Educational Psychology*, 102(3), 531-549. <https://psycnet.apa.org/buy/2010-15712-001>.
- Plan Estratégico de Juárez (2021). *Informe de Movilidad en Juárez 2021*. https://asiestamosjuarez.org/wp-content/uploads/2021/08/informe_movilidad_2021.pdf.
- Reina, M., Oliva, A., & Parra, Á. (2010). Percepciones de autoevaluación: Autoestima, autoeficacia y satisfacción vital en la adolescencia. *Psychology, Society & Education*, 2(1), 47-59. <https://doi.org/10.25115/psye.v2i1.435>.
- Rodrigo, M., Máiquez, M. L., Martín, J. C., & Byrne, S. (2008). *Preservación Familiar: un enfoque positivo para la intervención con familias*. Pirámide.
- Ros, J. y Moya, I. (2021). El aburrimiento como emoción reactiva y revolucionaria: El caso de Chile. *Isegoría*, 65, 1-14. <https://doi.org/10.3989/isegoria.2021.65.11>.
- Rosas, J. (2019). Aburrimiento: Función, causas y estrategias de intervención. En Vernucci, S. y Zamora, E. (Comps.), *La ciencia de enseñar. Aportes desde la psicología cognitiva a la educación*. Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Sánchez-Rosas, J., & Bedis, J. (2015). Measuring strategies to cope with boredom in Spanish speaking population: A study with Argentinean university students. *Evaluar*, 15, 99-122. <https://doi.org/10.35670/1667-4545.v15.n1.14910>.
- Tze, V. M. C., Daniels, L. M., & Klassen, R. M. (2015). Evaluating the relationship between boredom and academic outcomes: A meta-analysis. *Educational Psychological Review*, 28(1), 119-144. <https://doi.org/10.1007/s10648-015-9301-y>.
- van der Heijden, G., Schepers, J., & Nijssen, E. (2012). Understanding workplace boredom among white collar employees: temporary reactions and individual differences. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 21(3), 349-375. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2011.578824>.
- van Wyk, S. M., De Beer, L. T., Pienaar, J., & Schufeli, W. B. (2016). The psychometric properties of a

- workplace boredom scale (DUBS) within the South African context. *SA Journal of Industrial Psychology*, 42(1), a1326. <https://journals.co.za/doi/abs/10.4102/sajip.v42i1.1326>.
- Valk, R., & Srinivasan, V. (2011). Work-family balance of Indian women software professionals: A qualitative study. *IIMB Management Review*, 23(1), 39-50. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2010.10.010>.
- Vogel-Walcutt, J. J., Fiorella, L., Carper, T., & Schatz, S. (2012). The definition, assessment, and mitigation of state boredom within educational settings. *Educational Psychology Review*, 24, 89-111. <https://doi.org/10.1007/s10648-011-9182-7>.
- Watt, J. D. (2002). Fighting more than fires: Boredom proneness, workload stress, and underemployment among urban firefighters. *Dissertation Abstracts International*, 63, 2637. <https://www.proquest.com/openview/1fd28d624de5cf0037d3edf120662c51/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>.
- Westgate, E. C., & Wilson, T. D. (2018). Boring Thoughts and Bored Minds: The MAC Model of Boredom and Cognitive Engagement. *Psychological Review*, 125(5), 689-713. <https://doi.org/10.1037/rev0000097>.