

# Excelencia Administrativa Online

Revista de la Facultad de Contaduría y Administración  
de la Universidad Autónoma de Chihuahua



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE  
CHIHUAHUA



FACULTAD DE  
CONTADURÍA Y  
ADMINISTRACIÓN

NÚMERO **2**

AÑO 1  
Mayo-agosto 2022

## COMITÉ EDITORIAL

### Equipo Editorial

---

M.F. Luis Raúl Sánchez Acosta  
Presidente

Dra. Sonia Esther González Moreno  
Editora General

M.F. Mabel Sánchez Holguín  
Editora de Producción

Dr. Luis Ever Caro Lazos  
Editor Científico

Dra. Carmen Romelia Flores Morales  
Editora Gráfica

### Consejo Editorial

---

Dra. Lilia Rosa Ávila Méendez

Dr. José Luis Bordas Beltrán

Dr. Mario Carrera Ramos

Dra. Irma Leticia Chávez Márquez

Dr. Eduardo Domínguez Arrieta

Dra. María del Carmen Gutiérrez Diez

Dra. Gloria Lizeth Ochoa Adame

Dra. Ana Isabel Ordoñez Parada

Dr. Jesús Manuel Palma Ruiz

Dra. Laura Cristina Piñón Howlet

Dra. Graciela del Carmen Sandoval Luján

Dra. Alma Lilia Sapién Aguilar

Dr. Aldo Josafat Torres García

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA  
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

**Excelencia Administrativa Online**

"Investigación y Docencia con Sentido Social"

# CONSEJO DE ARBITRAJE

## Consejo Local

---

Dra. Luz Elena Guzmán Ibarra

Dr. José Eduardo Domínguez Arrieta

Dra. Graciela Sandoval Luján

Dra. Marisol Palafox Bolívar

Dr. Efraín Torralba Chávez

Dra. Myrna Isela García Bencomo

## Consejo Nacional

---

Dr. René López Auyón (Escuela Normal Capulhuac de México)

Dr. Arturo Tavizón Salazar (Universidad Autónoma de Nuevo León)

Dra. Silvia Leticia Zueck González (Universidad Nacional Autónoma de México)

Dra. Rosa María Nava Rogel (Universidad Autónoma del Estado de México)

Dra. Yolanda Carbajal Suárez (Universidad Autónoma del Estado de México)

## Consejo Internacional

---

Dr. Ismael Barros Contreras (Universidad Austral de Chile)

Dra. Remedios Hernández Linares (Universidad de Extremadura)

Dr. Manuel Morales Serazzi (Universidad Austral de Chile)

Dra. Marta Pérez Pérez (Universidad de Cantabria)

Dr. José Manuel Saiz Álvarez (Universidad Católica de Santiago de Guayaquil)

Dra. Rocío Samino García (Universidad Rey Juan Carlos)

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA  
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

Excelencia Administrativa Online

"Investigación y Docencia con Sentido Social"

# ÍNDICE

El emprendimiento digital: ¿una oportunidad o un reto? <i>Yolanda Rosales Manjarrez, Xóchitl Bustillos Varela y Leonardo Ramos Ruelas</i>	1-17
Implicaciones por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en la empresa de Sistemas de Comunicación y Seguridad <i>César Pacheco Sáenz</i>	18-40
Eficiencia de la estrategia Box Spread implementada con opciones financieras tipo europeas en el índice bursátil S&P 500 <i>Ana Lucía Pérez Monzón, Sergio Ignacio Villalba Villalba y Mario Aceves Mejía</i>	41-62
Herramientas de gestión para administrar proyectos en la industria de construcción de Chihuahua, México <i>Roberto Velázquez Pérez, Luis Antonio Molina Corral y César Báez Terrazas</i>	63-86
El Banco de México: una institución autónoma que combate a la inflación <i>Argenis Iván Mejía-Chavarría, Francisco Javier Mejía Chavarría y Alejandra Torres Aguilar</i>	88-109
Revistas científicas indexadas sobre temas administrativos que son incluyentes para personas con discapacidad visual y auditiva. <i>Rubén Roberto Martínez Burrola, Juan Alejandro Córdova González, y Claudia Guadalupe Pérez Sosa</i>	110-124

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA  
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

Excelencia Administrativa Online

"Investigación y Docencia con Sentido Social"

**Implicaciones por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en la empresa de Sistemas de Comunicación y Seguridad**  
*Implications in the use of WhatsApp as a working tool for the company Sistemas de Comunicación y Seguridad*

Fecha de recepción: Marzo 2022

Fecha de aceptación: Mayo 2022

**César Pacheco Sáenz<sup>1</sup>**

1. Doctor en Administración Pública, docente en la Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Chihuahua. Circuito Universitario #1, Nuevo Campus Universitario, Chihuahua, Chih, México. CP 31125, (52) 614 442 0000 extensión 6623

Correspondencia: César Pacheco Sáenz

Dirección: Circuito Universitario #1, Nuevo Campus Universitario, Chihuahua, Chih, México. CP 31125

Teléfono: (52) 614 442 0000 extensión 6623

Correo: cpsaenz@uach.mx

## RESUMEN

La innovación en tecnologías de la información es uno de los procesos más cambiantes y dinámicos en el mundo globalizado, para el mejoramiento de procesos en toda organización. El objetivo de la investigación fue analizar las implicaciones que tiene el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en la empresa de Sistemas de Comunicación y Seguridad. El enfoque de la investigación fue cuantitativa, de tipo básica de diseño no experimental, de alcance transeccional descriptivo. El modo fue de campo (empíricos), cuya unidad de análisis fueron los empleados del Departamento de Ventas de la empresa de Sistemas de Comunicación y Seguridad, residentes en la ciudad de Chihuahua. El tipo de muestreo fue probabilístico con un tamaño de muestra de 71 personas en donde la selección de la muestra fue aleatoria. Se obtuvieron los siguientes hallazgos: desde la perspectiva de los agentes de venta, confirman que el WhatsApp es un medio de comunicación rápido y eficiente, que se tiene mayor acercamiento con el cliente debido a la aclaración de dudas, solicitud de cotizaciones y realización de pagos; que entre las principales desventajas se menciona que algunos clientes han demostrado molestia al no ser atendidos oportunamente por este medio, además de que los vendedores sienten que se invade su privacidad al recibir mensajes fuera del horario de trabajo; finalmente, se menciona que los empleados presentan altos grados en factores de preocupación, ansiedad y frustración, que les provocan estrés laboral.

**Palabras clave:** Uso de WhatsApp, Herramienta de trabajo, Ventas, Estrés Laboral.

## SUMMARY

Innovation in information technology is one of the most changing and dynamic processes in the globalized world, for the improvement of processes in any organization. The objective of the research was to analyze the implications of using WhatsApp as a work tool in the company Sistemas de Comunicación y Seguridad. The research approach was quantitative, basic with non-experimental design, with a descriptive transactional scope. The mode was a field study (empirical), where the unit of analysis was the employees from the sales department; all of them residents of the city of Chihuahua. The type of sampling was probabilistic with a sample size of 71 people where the selection of the sample was random.

Implicaciones por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en la empresa de  
Sistemas de Comunicación y Seguridad  
*Pacheco Sáenz César*

The following findings were obtained: from the perspective of the sales agents, they confirm that WhatsApp was a fast and efficient means of communication and that there was a better rapport with the client due to the clarification of doubts, requests for quotes, and fulfilling payments. The main disadvantages reported were that clients were annoyed for not being attended to promptly by this means, in addition to the fact that sellers felt their privacy was invaded when receiving messages outside working hours. Finally, it is mentioned that employees presented high levels of worry, anxiety, and frustration factors, which cause them stress.

**Keywords:** Use of WhatsApp, Work Tool, Sales, Job stress.

## INTRODUCCIÓN

La innovación en tecnologías de la información es uno de los procesos más cambiantes y dinámicos en el mundo globalizado, para el mejoramiento de procesos en toda organización; de un año hacia atrás la empresa de Sistemas de Comunicación y Seguridad (SCS) decide otorgar un celular a sus empleados con el cual se podrá usar la herramienta de WhatsApp para que los vendedores tengan mayor contacto con los clientes, obviamente este aparato y esta red social conllevan un gasto ya que se debe pagar por los dispositivos y además por la planes con las compañías telefónicas por lo tanto se considera importante analizar si esta herramienta de WhatsApp a la obtención de ganancias de la empresa tomando en cuenta la información de los vendedores puedan otorgar mediante su criterio hacia las ventas y el contacto con el cliente.

La empresa de Sistemas de Comunicación y Seguridad (SCS) es un reconocido distribuidor de tecnología de seguridad y comunicación, así como de servicios en los mismos ramos para la integración de soluciones en distintas áreas y, en específico, en el área de redes y comunicación; buscando proveer de manera eficiente dichos servicios buscando el fortalecimiento de las empresas de sus clientes, bajo el concepto de ganar-ganar y con el propósito de brindar el mejor de los servicios.

Para el logro de este fortalecimiento la empresa apoya a sus clientes con: configuración de hardware, aprovisionamiento, material de marketing, soporte técnico, área dedicada a proyectos, entrenamientos, certificaciones y soporte pre-post venta. Es el distribuidor global líder más importante en telecomunicaciones y seguridad, cuenta con 20 Centros de Distribución estratégicamente localizados en EE.UU., México y Colombia, además de aliados importantes para distribución en Centro y Sudamérica.

La empresa siempre está a la vanguardia ofreciendo sus los equipos de más alta calidad y tecnología, también ofrece la capacitación más avanzada para sus clientes y también para sus empleados. A sus empleados se les capacita constantemente no solo con el conocimiento de los equipos con los que comercializa sino con distintas habilidades como pueden ser: resolución de problemas, inteligencia emocional, ventas, etc. También busca brindar a sus empleados la mejor tecnología para que puedan realizar su trabajo de la mejor

Implicaciones por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en la empresa de  
Sistemas de Comunicación y Seguridad  
*Pacheco Sáenz César*

manera, se cuenta con un software desarrollado por mismos empleados de la empresa, con el cual se les facilita mucho sus labores, y algo muy importante es que se les brinda la posibilidad de que puedan continuar y mejorar su formación académica.

En la empresa se ha optado por proporcionar un celular a cada vendedor y que éste contenga la aplicación llamada WhatsApp como un importante instrumento de trabajo, aunque se sabe que más que herramienta de trabajo es simplemente un medio de uso de comunicación social por lo que surge la siguiente pregunta: ¿Qué implicaciones tiene el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en el Departamento de Ventas en la empresa de Sistemas de Comunicación y Seguridad? De donde se derivan las siguientes preguntas:

- ¿Qué ventajas tiene el uso WhatsApp como herramienta de trabajo en el Departamento de Ventas?
- ¿Cuáles son las desventajas por el uso de WhatsApp en el Departamento de Ventas?
- ¿Qué problemas laborales se tienen por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en el Departamento de Ventas?

### ***Marco de Referencia***

En su definición más básica, la comunicación es la transmisión de información de un sujeto a otro; tiene un carácter social que comprende todos los actos mediante los cuales los seres vivos se relacionan con sus semejantes para transmitir o intercambiar información. Comunicar implica compartir un contexto social determinado y con una historia particular, de tal manera que es un proceso ligado al comportamiento humano y a las estructuras propias de la sociedad (Fernández de Motta & Hernández Mendo, 2013).

Los medios de comunicación de masas surgen a fines del siglo XVIII como resultante de un proceso social y un modelo de vida resultante de la sociedad emergente provocada por la revolución industrial, impactando cambios radicales en la economía, la política, la forma de vida y en los lazos entre las comunidades.

La lógica de la comunicación masiva se basa en el esquema tradicional: un emisor emite un mensaje dirigido a personas que muy eventualmente generarán una retroalimentación. Con diferencias de estilos y características tanto la radio, la televisión y la prensa, se sustentan sobre esta lógica unidireccional, jerárquica y de uno hacia muchos.

Implicaciones por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en la empresa de  
Sistemas de Comunicación y Seguridad  
*Pacheco Sáenz César*

Así funcionó el sistema hasta la irrupción de los nuevos medios basados en tecnologías digitales que permitieron la comunicación en ambos sentidos, es decir, de uno a muchos y de muchos a muchos, desarrollando así una estructura en red.

En la Sociedad de la Información la realidad es relatada por miles de voces que se suman a una red global que al mismo tiempo es capaz de auto ensamblarse, auto organizarse, de generar conocimiento sobre la base del conocimiento y de construir una nueva realidad sobre la base de las realidades.

El matemático Logan (1995) sostuvo que Internet constituye el sexto lenguaje, en una cadena evolutiva que comienza con el habla, la escritura, la matemática, la ciencia, la informática y el aprendizaje. Sostiene que Internet tiene su propia semántica y sintaxis (hipertextos e hipervínculos) y define cinco características esenciales de este lenguaje: comunicación de ida y vuelta, fácil acceso a la información, aprendizaje continuo, alineación, integración y comunidad.

Años más tarde, Manovich (2001) al desarrollar la primera teoría de los nuevos medios, define a la computadora y a las redes emergentes como un “meta medio y para analizarlo pone el foco en el hecho de que el código binario permite una convergencia tecnológica antes nunca vista: la traducción de textos, imágenes, videos, películas, audio a datos numéricos a los que se accede a través de las computadoras. El resultado de esta traducción es “pura y llanamente otro conjunto de datos informáticos”. Así, reduce todos los principios de los nuevos medios a cinco: representación numérica, modularidad, automatización, variabilidad y transcodificación cultural.

Entender la complejidad de lo digital es la clave para manejarse en la red, pero también para poder pensarla sin quedar suspendidos, en la línea de flotación. Desde otro ángulo, Lessing (2005) analizó el aspecto legal en Internet, fue el primero en remarcar la importancia del código digital como regulador del ciberespacio al afirmar que “la arquitectura (del software) es la política (de la red)”. Vercelli (2004) lo explica así: “el código ordena el tiempo-espacio de Internet, guía la asociatividad, y controla las delegaciones en el entramado socio técnico.

Molinuevo-Martinez de Bujo (2004), señala que las tecnologías no son un “anexo” externo a las personas, sino herramientas atraviesan absolutamente la vida cotidiana al

punto de terminar siendo constitutivas de la propia subjetividad y objetividad y, por ende, de las sociedades. Ya no es posible imaginar la vida sin computadoras, teléfono celular o internet.

### ***La comunicación interpersonal y de masas en Internet***

El paso de la civilización industrial a la civilización de la comunicación, del conocimiento y de la inteligencia, supone un violento choque, que provoca modificaciones profundas en la gestión de los flujos y reservas de información, que se han convertido en gigantescos e inestables (Danzin, 1992).

La comunicación interpersonal requiere la necesaria proximidad física entre los interlocutores, la interdependencia de ambas partes, el grado de empatía existente y, la interacción y asunción del papel que cada interlocutor desempeña en la comunicación (Berlo, 1981); en la comunicación interpersonal se asume el papel activo de los interlocutores, sin especificar a quien le corresponde la actividad, asumiéndose un escaso grado de intervención de mecanismos de intermediación.

La existencia de una comunicación de masas requiere la existencia previa y/o simultánea de una sociedad de masas (Wolf, 2000). El término “comunicación” adquirió su relación con los medios de comunicación de masas con su consolidación en el primer tercio del siglo XX (Williams, 2000). Posteriormente, se caracterizaría por cierto grado pasividad de uno de los interlocutores, la existencia de un elevado grado de intermediación comunicativa y el escaso margen de reacción del sujeto receptor.

Internet posee el poder de reunir en la distancia entre los individuos, en torno a unos modelos de opinión y comportamiento (Virilio, 1999). Por ello, es que Internet lo que permite es el desarrollo de mecanismos de comunicación mucho más complejos, que no responden a los parámetros tradicionales del espacio y el tiempo, transfigurando los conceptos de comunicación interpersonal y comunicación de masas. En este sentido, emisor y receptor se ubican en un mismo nivel, en donde ninguno tiene el control.

### ***Las herramientas digitales colaborativas***

Las empresas se enfrentan a grandes retos para lograr el éxito en un mercado global competitivo; la demanda de los clientes está variando constantemente en términos de excelencia de los productos y servicios que requieren. Con el fin de responder de la mejor forma a estos desafíos, se debe disponer de información actualizada sobre el rendimiento de la empresa, en donde la tecnología y las herramientas colaborativas conforman un elemento fundamental para los negocios (Melville, 2004).

Las herramientas colaborativas se definen como el conjunto de programas (software) que permiten llevar a cabo un trabajo en grupo y que ofrecen el soporte necesario para constituir una actividad o proyecto compartido, cuyo objetivo es el intercambio de información, su gestión y su control; con estas herramientas se puede compartir información en diversos formatos (audio, texto, video) y producir conjuntamente nuevos materiales productos de tal esquema de colaboración. Estas herramientas son sistemas que permiten acceder a ciertos servicios que facilitan a los usuarios comunicarse y trabajar conjuntamente sin importar que el lugar en donde se encuentren los involucrados; estas herramientas facilitan de publicación de información, búsquedas, accesos, etc.

Los resultados de esta colaboración son mayores que los conseguidos a partir del trabajo individual, sobre todo cuando se trata de realizarlo dentro de una empresa donde se intenta lograr el máximo rendimiento y utilizar el propio conocimiento existente de toda la organización.

Las herramientas colaborativas requieren dos tipos de programas para poder establecer una “conversación” entre los usuarios que hacen uso de un servicio; trabajan bajo el término de cliente-servidor; en donde los clientes son los usuarios que hacen uso de un servicio y el servidor es un equipo que proporciona servicios a los clientes. De forma habitual se emplean programas para que los clientes puedan acceder a estos servicios; herramientas como el e-mail se han vuelto de uso cotidiano para utilizar a la Web como plataforma, es decir, no es necesario bajar ni instalar nada. Este servicio es accesible desde Internet y su función es coordinar el flujo de información y conservar tal información (Moreno Romero, 2015).

### ***El sistema de comunicación WhatsApp***

WhatsApp puede servir como ejemplo específico de red social: un servicio de mensajería instantánea cuyo propósito es comunicar, vía Internet y en tiempo real, a dos o más usuarios entre sí con mínimos costos por los mensajes de texto, archivos de audios, videos, imágenes o ubicación geográfica, etc. Se trata de un sistema de conversación cuyo estatus se considera entre el chat y el SMS; se suele presentar en los medios publicitarios como una “potente y completa alternativa a los mensajes SMS, con la ventaja de que es una aplicación que se puede instalar en casi todos los “teléfonos inteligentes”.

La agenda de WhatsApp conecta con los usuarios mediante el número de teléfono (no hacen falta perfiles complicados ni registros en la Web) de modo que es fácil encontrar a las personas que están en la agenda. Se trata, por tanto, de un medio de comunicación tan práctico como económico, lo que ha determinado su enorme crecimiento como medio de comunicación digital, vía teléfono móvil, en los últimos tiempos. WhatsApp se ha convertido ya no sólo en el sistema de comunicación por excelencia entre teléfonos móviles sino también en una herramienta de trabajo. Etimológicamente, la palabra WhatsApp viene de un juego de palabras en inglés: “chats up” que es una frase coloquial que significa “¿qué pasa?”; app es la abreviatura que se usa para referirse a las aplicaciones (Calero Vaquera, 2014).

*WhatsApp Business* facilita la comunicación empresa-cliente y la hace más instantánea, sin embargo, durante tiempo se ha estado pensando cuál puede ser la manera de sacar provecho económico a esta aplicación; de ahí nace la idea de WhatsApp Business y a continuación se describen las características más destacadas de esta versión (Ramos, 2018):

- La finalidad de WhatsApp Business es conectar de manera directa las empresas con los clientes. Esto ya es posible gracias a las redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram, sin embargo, la instantaneidad de WhatsApp es inigualable en los chats de mensajería de dichas redes.
- WhatsApp permite recibir mensajes sobre los servicios que se han contratado, hacer llegar quejas a la empresa, dar seguimiento a los envíos, hacer compras de manera directa; toda una serie de beneficios que aportarán más comodidad y practicidad tanto a empresas como a consumidores.

- El funcionamiento de WhatsApp Business es más sencillo de lo que parece; de hecho, no es necesario realizar una descarga para obtenerlo. Haciendo una breve explicación sobre su uso: las empresas deberán verificar el número de teléfono para poder utilizarlo; cuando el negocio reciba una insignia de color verde, el número estará verificado y de esta manera, los usuarios podrán diferenciar rápidamente cuándo el contacto es una empresa o cuándo es un particular.
- Los particulares recibirán mensajes de empresas de la misma manera que lo hacen de otros usuarios, por lo que el funcionamiento de la aplicación no varía.

### **CRITERIOS METODOLÓGICOS**

El enfoque de la investigación fue cuantitativo, de tipo aplicada, ya que se pretendió abordar un problema para posteriormente generar alternativas de solución. El diseño fue no experimental, ya que no hubo manipulación de la variable por parte del investigador, de alcance transeccional descriptivo, ya que la evaluación del trabajo de investigación sólo se realizó en un tiempo específico y debido a que la propuesta incluye una sola variable.

El modo fue de campo (empírico) ya que el estudio se realizó en individuos en el mismo ambiente en donde está presente la variable del estudio. La unidad de análisis fueron los empleados del Departamento de Ventas de la Empresa de Sistemas de Comunicación y Seguridad, residentes en la ciudad de Chihuahua. El tipo de muestreo fue probabilístico en donde todas las unidades de análisis tuvieron la misma oportunidad de ser seleccionados. El tamaño de la muestra, para un universo de 135 personas, considerando un nivel de confianza de 95% y un margen de error 8%, fue de 71 colaboradores (Creative Research Systems, 2021). La selección de la muestra fue aleatoria lo que significa que cualquiera de las personas que se encuentran incluidas en la unidad de análisis, pudieron formar parte del estudio, sin restricción o determinación alguna.

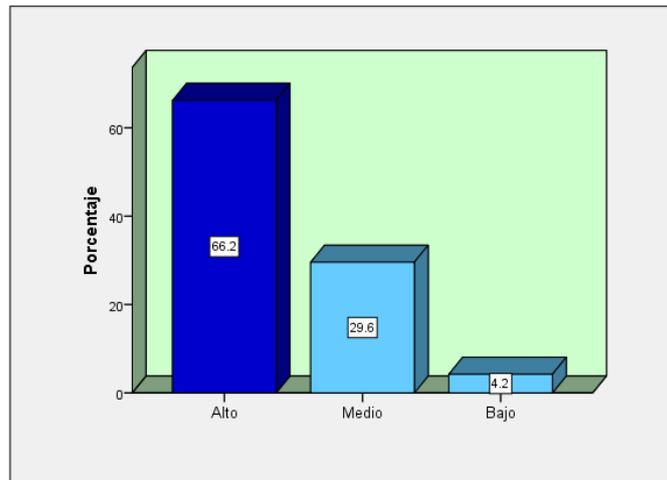
La variable de la investigación fue “Uso de WhatsApp como herramienta de trabajo” y los indicadores que describen a la variable fueron “ventajas por el uso de WhatsApp”, “desventajas por el uso de WhatsApp” y “problemas provocados por el uso de WhatsApp”. La recolección de datos se realizó a través de una encuesta para lo cual se elaboró un cuestionario, que se incluye como anexo del presente documento. El análisis e

interpretación de la información fue primeramente analizando la frecuencia de las respuestas a cada una de las preguntas aplicadas en la encuesta, de donde se derivaron las gráficas que se presentan; posteriormente se hizo un análisis de contingencia entre diversos datos correspondientes a los indicadores que describen a la variable.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A pesar de que el WhatsApp entró en este año como nueva herramienta de trabajo en la empresa SCS, la figura 1 muestra que el 66.2 % de los individuos consideran que su uso es de un nivel Alto y el 29.6% lo considera Medio. En suma 95.8% lo considera apropiado.

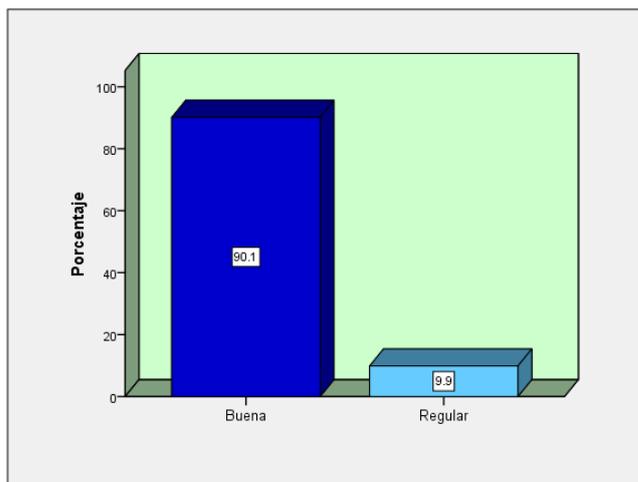
**Figura 1.** Nivel de uso con el cliente mediante la herramienta de trabajo (WhatsApp).



Fuente: Propia del autor.

En la figura 2 se muestra que ningún individuo contestó tener una mala relación con el cliente, el 90.1% dice tener una buena relación y solo el 9.9% regular, esto indica que el uso de WhatsApp no afecta la relación con el cliente.

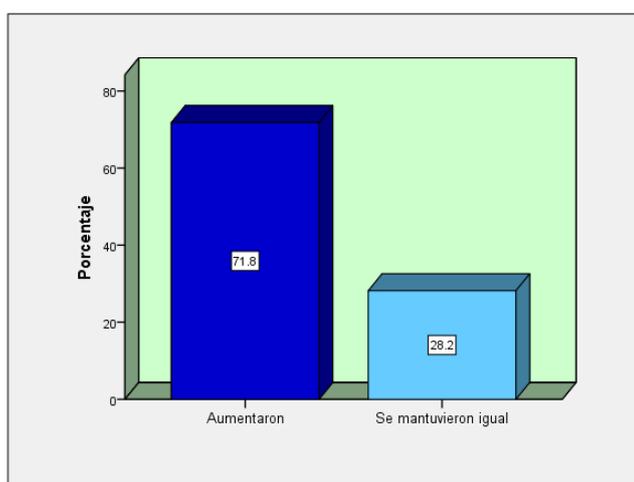
**Figura 2.** *Relación con el cliente desde el punto de vista del vendedor*



Fuente: Propia del autor.

En la figura 3 se observa que el 71.8% considera que con la ayuda de esta herramienta sus ventas aumentaron, el 28.2% consideran que se mantuvo igual, también se manejó la opción de si habían disminuido, esta última opción no aparece en la figura. Se puede concluir que es de excelente ayuda el WhatsApp como herramienta laboral ya que para ningún vendedor han disminuido sus ventas.

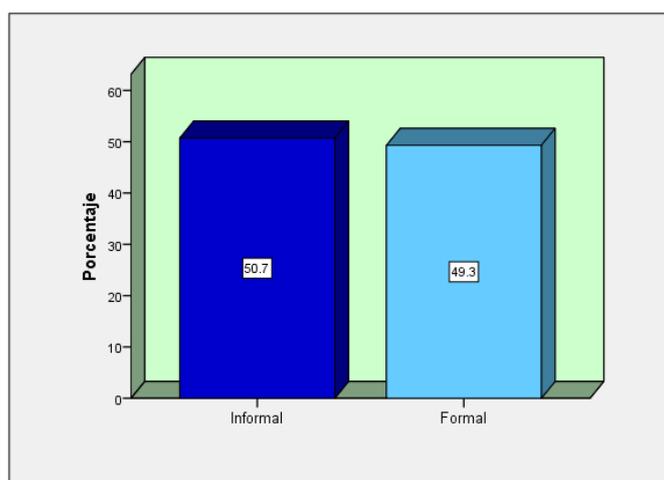
**Figura 3.** *Situación actual del estatus de ventas.*



Fuente: Propia del autor.

La figura 4 muestra que la opinión de los vendedores está muy pareja en cuanto a que esta herramienta de trabajo es formal o informal, 50.7% dicen que es un medio informal y el 49.3% dice que es formal.

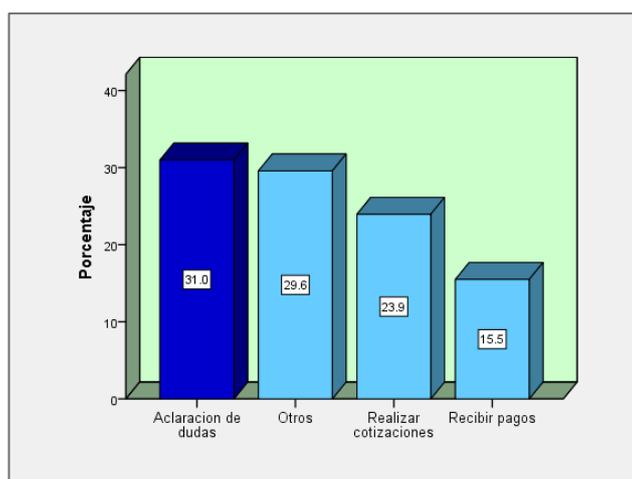
**Figura 4.** *WhatsApp como medio de información formal/informal.*



Fuente: Propia del autor.

El mayor uso de esta herramienta con un 31% es que se usa para aclaración de dudas. Además, la figura 5 muestra la opción de "otros" (que representa el 29.6% de los individuos), al analizar más afondo la información obtenida del cuestionario aplicado, se observa que el WhatsApp se usa por igual para las tres opciones; realizar pagos, realizar cotización y aclaración de dudas.

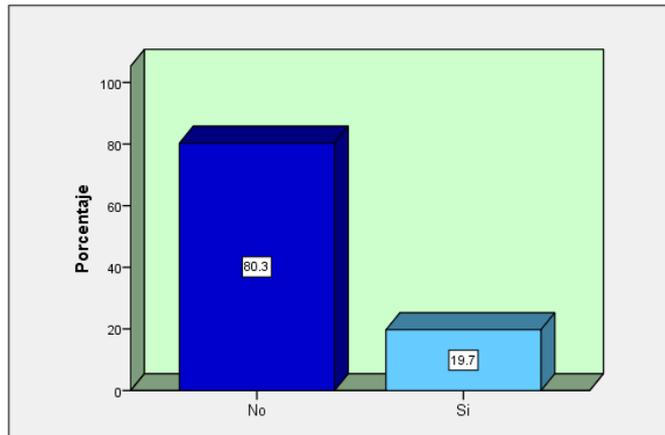
**Figura 5.** *El mayor uso de la herramienta de trabajo (WhatsApp).*



Fuente: Propia del autor.

Con la figura 6 se puede concluir que el 80.3% no han recibido inconformidad por no poder dar una respuesta rápida, al contrario del 19.7% que si ha recibido comentario de inconformidad.

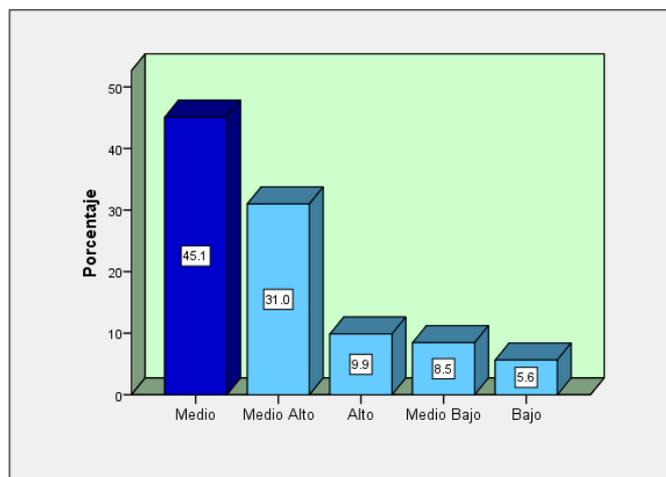
**Figura 6.** *Percepción negativa del cliente por no recibir respuesta rápida al utilizar WhatsApp en el proceso de ventas.*



Fuente: Propia del autor.

Los siguientes tres análisis pretenden definir si la herramienta de WhatsApp puede ser causante de estrés laboral. En la figura 7 para el factor de Ansiedad muestra que el nivel va de medio con un 45.1% hacia medio alto con un 31% y alto con 9.9%. Aquí se debe de poner un foco rojo ya que como se aprecia esta de nivel medio a alto sumando 86% y podría ser un factor causante de estrés laboral.

**Figura 7.** *Nivel de la emoción " Ansiedad" por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo.*

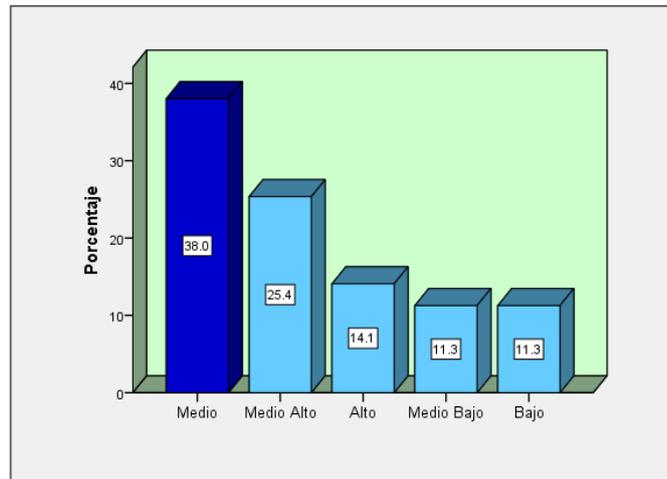


Fuente: Propia del autor.

Implicaciones por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en la empresa de  
Sistemas de Comunicación y Seguridad  
*Pacheco Sáenz César*

Esta figura número 8 arroja la información con respecto al factor Preocupación, la gráfica nos dice que para nivel medio es un 38%, medio alto un 25.4% y un nivel alto con un 14.1%, también nos dice que los niveles de preocupación van de medio a alto dando un total de 77.5%.

**Figura 8.** Nivel de la emoción “ Preocupación ” por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo

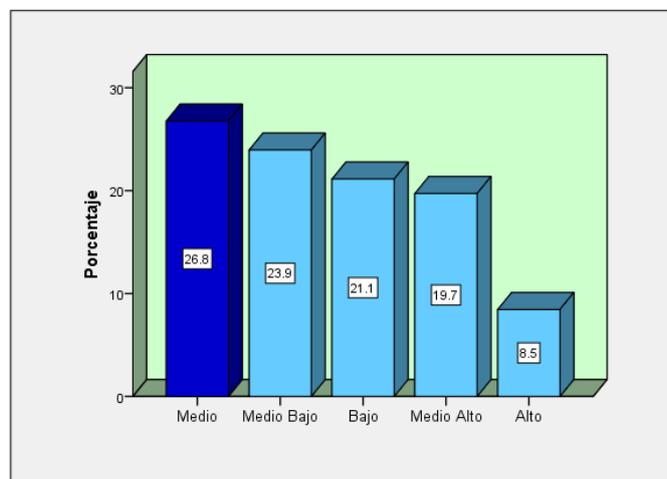


Fuente: Propia del autor.

Finalmente, con la ayuda de la figura 9 se analiza el factor de Frustración y este indica que para el nivel medio se tiene un 26.8%, nivel medio bajo 23.9%

Si se considera el análisis de estos tres factores se concluye que puede existir una vertiente creciente hacia el estrés laboral por el uso de esta herramienta de trabajo (WhatsApp).

**Figura 9.** Nivel de la emoción “ Frustración ” por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo.

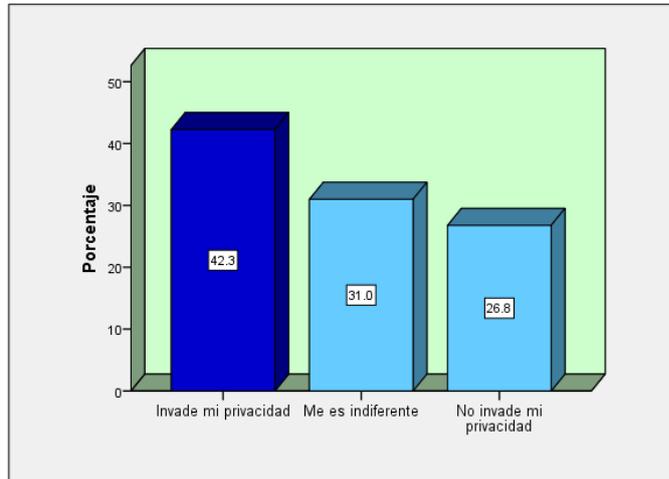


Fuente: Propia del autor.

Implicaciones por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en la empresa de  
Sistemas de Comunicación y Seguridad  
*Pacheco Sáenz César*

La figura 10 señala que, aunque el WhatsApp para la empresa es una herramienta de trabajo, el 42.3% de los encuestados consideran que invade su privacidad.

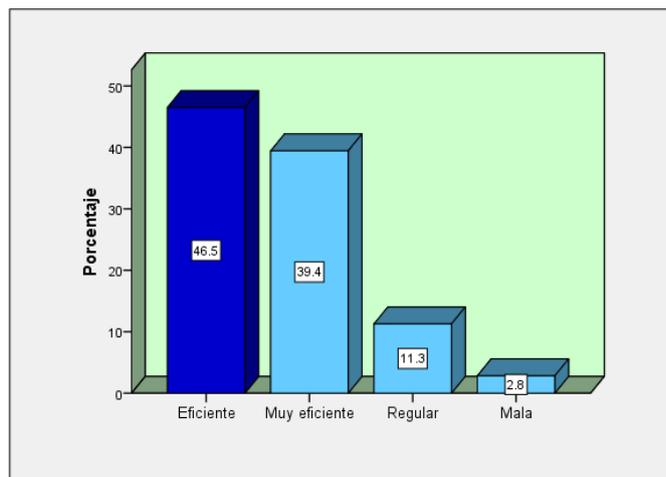
**Figura 10.** Percepción sobre uso de WhatsApp como herramienta de trabajo fuera del horario laboral



Fuente: Propia del autor.

En la figura 11 se observa que la calidad en la comunicación con el cliente es considerada como eficiente por 46.5% de los individuos y un 39.4% como muy eficiente. Por lo que definimos que es una herramienta confiable para poder contactarse y comunicarse con el cliente.

**Figura 11.** Calidad de la comunicación con el cliente por medio de la herramienta de trabajo WhatsApp.

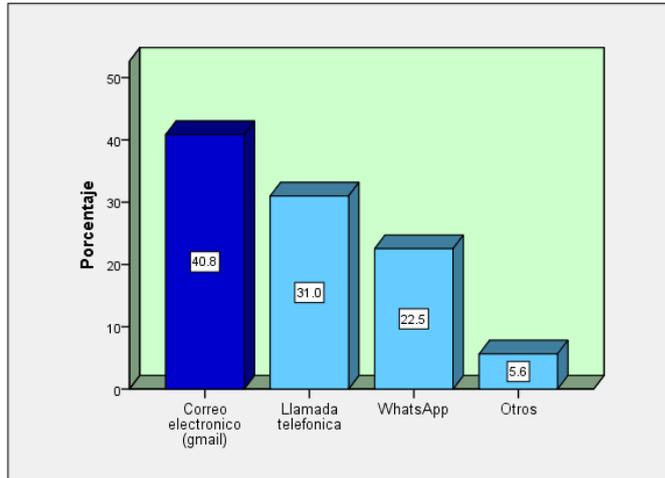


Fuente: Propia del autor.

Implicaciones por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en la empresa de  
Sistemas de Comunicación y Seguridad  
*Pacheco Sáenz César*

Según la figura 12, la opción que es considerada por los vendedores como más eficiente es la del correo electrónico con un 40.8%, en un segundo plano están las llamadas telefónicas con 31%.

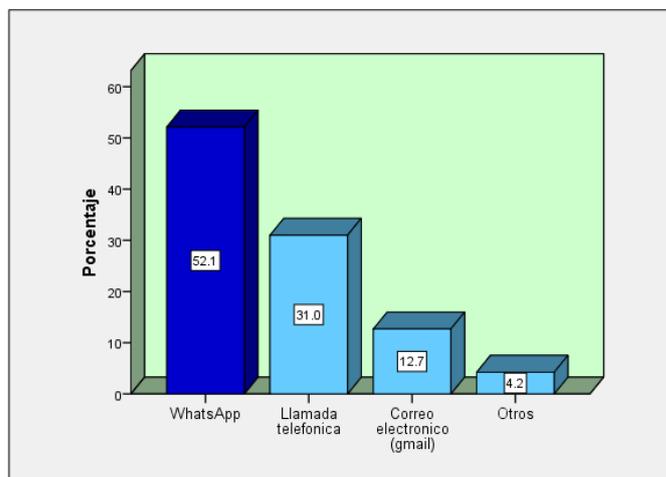
**Figura 12.** Medio más rápido de comunicación con el cliente.



Fuente: Propia del autor.

La figura 13 muestra que los vendedores de la empresa SCS consideran que el WhatsApp es una herramienta que les ayuda a dar una respuesta más rápida aún más que lo que las llamadas telefónicas y que el correo electrónico. Se tiene el WhatsApp con un 52.1% como el medio más rápido contra un 31% de la opción de las llamadas telefónicas. Por lo que se puede mencionar que el WhatsApp es una herramienta de trabajo muy útil para la pronta resolución de dudas o problemáticas de los clientes.

**Figura 13.** Medio más rápido de comunicación con el cliente.



Fuente: Propia del autor.

Implicaciones por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en la empresa de  
Sistemas de Comunicación y Seguridad  
*Pacheco Sáenz César*

En la tabla 1 se puede concluir que la relación entre el “cliente y el vendedor” no es afectada debido a este medio de comunicación (WhatsApp) ya que un 78% de las personas que contestaron el cuestionario indican que la perspectiva del vendedor de tener buena relación no ha tenido algún comentario de disgusto por parte de sus clientes.

**Tabla 1.-** *Tabla de contingencia de la relación de los clientes y su perspectiva negativa por no recibir respuesta rápida por parte del vendedor.*

		¿Algún cliente tuyo te ha comentado su disgusto por no recibir respuesta rápida por este medio de comunicación (WhatsApp)?		Total
		Si	No	
¿Cómo consideras Buena la relación con tus clientes con el uso de WhatsApp?	Recuento	13	51	64
	% del total	18.3%	71.8%	90.1%
Regular	Recuento	1	6	7
	% del total	1.4%	8.5%	9.9%
Total	Recuento	14	57	71
	% del total	19.7%	80.3%	100.0%

Fuente: Propia del autor

La tabla 2 indica que el WhatsApp como herramienta de trabajo ha ayudado a aumentar y a mantener las ventas por medio de la aclaración de dudas en mayor parte, con el 31% de esta combinación de datos se podría identificar que la resolución de dudas permite un mayor acercamiento con el cliente permitiendo al vendedor mantener o continuar con el logro de las metas de ventas.

**Tabla 2.-** *Tabla de contingencia referente al mayor uso de la herramienta de trabajo WhatsApp en relación con el estatus de las ventas.*

		¿Cómo consideras el estatus de tus ventas con el uso de WhatsApp?		Total
		Aumentaron	Se mantuvieron igual	
¿Cuál es el mayor uso que le das a la Recibir pagos	Recuento	8	3	11
	% del total	11.3%	4.2%	15.5%

Implicaciones por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en la empresa de  
Sistemas de Comunicación y Seguridad  
*Pacheco Sáenz César*

herramienta	de Realizar	Recuento	14	3	17
WhatsApp?	cotizaciones	% del total	19.7%	4.2%	23.9%
	Aclaración	de Recuento	13	9	22
	dudas	% del total	18.3%	12.7%	31.0%
	Otros	Recuento	16	5	21
		% del total	22.5%	7.0%	29.6%
Total		Recuento	51	20	71
		% del total	71.8%	28.2%	100.0%

Fuente: Propia del autor.

La tabla 3 indica que para el género masculino es una herramienta muy eficiente representativo con un 26.8%, mientras que para el género femenino consideran la calidad de la comunicación con el cliente solo como eficiente, esto se puede deber según lo observado en la tabla 5 a que las mujeres lo consideran como un medio informal.

**Tabla 3.-** *Tabla de contingencia de perspectiva de la calidad de la comunicación con el cliente según el género de los agentes de ventas.*

		Genero		Total	
		Masculino	Femenino		
¿Cómo consideras la calidad de la comunicación con el cliente por medio del WhatsApp?	Mala	Recuento	2	0	2
		% del total	2.8%	0.0%	2.8%
	Regular	Recuento	6	2	8
		% del total	8.5%	2.8%	11.3%
	Eficiente	Recuento	17	16	33
		% del total	23.9%	22.5%	46.5%
	Muy eficiente	Recuento	19	9	28
		% del total	26.8%	12.7%	39.4%
	Total	Recuento	44	27	71
		% del total	62.0%	38.0%	100.0%

Fuente: Propia del autor.

Si se analiza la tabla 4 realizando cruces entre opciones de cada medio de comunicación se puede identificar al WhatsApp, con un porcentaje de 21.1%, representa el mayor porcentaje entre la combinación de rapidez y eficiencia, por lo que se puede concluir que el WhatsApp es una herramienta de trabajo de gran ayuda y utilidad para el área de

Implicaciones por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en la empresa de  
Sistemas de Comunicación y Seguridad  
*Pacheco Sáenz César*

ventas debido a su rapidez y eficiencia en la aclaración de dudas y al acercamiento con el cliente lo cual además brinda una ventaja competitiva sobre las empresas que no lo usan.

**Tabla 4.-** *Tabla de contingencia de la relación entre el medio de comunicación más eficiente y más rápido que se usa en la empresa SCS.*

		¿Cuál de los siguientes medios de comunicación laboral que usamos en la empresa consideras es el más rápido?					Total
		WhatsApp	Correo electrónico (Gmail)	Llamada telefónica	Otros		
¿Cuál de los siguientes medios de comunicación laboral que usamos en la empresa consideras es el más eficiente?	WhatsApp	Recuento	15	0	1	0	16
		% del total	21.1%	0.0%	1.4%	0.0%	22.5%
	Correo electrónico (Gmail)	Recuento	9	7	12	1	29
		% del total	12.7%	9.9%	16.9%	1.4%	40.8%
	Llamada telefónica	Recuento	11	2	9	0	22
		% del total	5.5%	2.8%	12.7%	0.0%	31.0%
	Otros	Recuento	2	0	0	2	4
		% del total	2.8%	0.0%	0.0%	2.8%	5.6%
Total	Recuento	37	9	22	3	71	
	% del total	52.1%	12.7%	31.0%	4.2%	100.0%	

Fuente: Propia del autor

## **CONCLUSIONES**

Con base en la hipótesis que señala que “las ventajas por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en el departamento de ventas son: rapidez de respuesta al cliente, mayor comunicación por este medio y el cliente prefiere realizar sus compras por medio del WhatsApp” se aprueba ya que los resultados obtenidos desde la perspectiva de los agentes de venta confirman que el WhatsApp es un medio de comunicación rápido y además eficiente, que se tiene mayor acercamiento con el cliente debido a la aclaración de dudas, solicitud de cotizaciones y realización de pagos.

Con base en la hipótesis que señala que “las desventajas por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en el departamento de ventas son: mensajes fuera de horario y el cliente se ofende si lo dejan en visto” se aprueba ya que aún al ser pocos los vendedores que han recibido quejas sí hay quejas de clientes que expresan su sentir al no recibir respuesta rápida, también un 43% de los vendedores comenta que este medio social utilizado como herramienta de trabajo invade su privacidad al recibir mensajes fuera del horario de trabajo.

Con base en la hipótesis que señala que “entre algunos de los problemas que causa el uso de WhatsApp es el estrés laboral” se aprueba ya que según los resultados obtenidos los empleados presentan grados alto en los factores de preocupación, ansiedad y frustración, mostrando una alerta que indica que esto debe ser atendido.

## **RECOMENDACIONES**

- Marcar límites y horarios entre los vendedores y los clientes para el uso del WhatsApp para hacer entender que es una herramienta meramente laboral.
- Prestar mucha atención a los problemas que puedan presentar los empleados y brindar la ayuda necesaria (psicológica) para el bienestar del empleado.
- Dar cursos y asesorías sobre la correcta comunicación que debe tener el empleado con el cliente con el uso de este medio.
- Aplicar cursos donde se le enseñe al empleado las facilidades que brinda esta herramienta para que le sea todavía de mayor utilidad y obtenga mayor provecho.

## BIBLIOGRAFÍA

- Berlo, D. (1981). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. Michigan: Holt, Rinehart and Winston, 1960.
- Calero Vaquera, M. L. (2014). *El discurso del WhatsApp: Entre el messenger y el SMS*. Obtenido de Google academico:  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35650265/Calero.\\_Oralia\\_17.pdf?1416453591=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl\\_discurso\\_del\\_WhatsApp\\_entre\\_el\\_Messen.pdf&Expires=1601696424&Signature=b2EMDZsxQv~JsOLRkTbOke72TgTeFRnP k0gMUdK5Hmm8qGGqVs](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35650265/Calero._Oralia_17.pdf?1416453591=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl_discurso_del_WhatsApp_entre_el_Messen.pdf&Expires=1601696424&Signature=b2EMDZsxQv~JsOLRkTbOke72TgTeFRnP k0gMUdK5Hmm8qGGqVs)
- Creative Research Systems. (2021). *Sample Size Calculator*. Obtenido de The Survey System: <http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>
- Danzin, A. (1992). *Transformacion de la cuestion del lenguaje por las nuevas tecnologias*. The strategic Planning Study Group for the Comission of the European Communities.
- Fernández de Motta, M., & Hernández Mendo, A. (2013). Concepto de comunicación y componentes del proceso comunicativo. *EFDeportes, Revista Digital*. Buenos Aires, 17(178).
- Lessing, L. (2005). *Free Culture: How Big Media uses Technology and the Law to lock down Culture and Control Creativity*. Santiago de Chile: Colección Ciencias Humanas.
- Logan, R. K. (1995). Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan. En R. K. Logan, *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*. Peter Lang.
- Manovich, L. (2001). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicacion*. Cambridge, Mass., EUA.: The MIT Press.
- Melville, N. (Jun de 2004). *Information technology and organizational performance*. Obtenido de ACM DL Digital Library:  
<https://dl.acm.org/doi/10.5555/2017219.2017226>
- Molinuevo-Martinez de Bujo, J. (2004). *Humanismo y Nuevas Tecnologías*. España: Alianza.

Implicaciones por el uso de WhatsApp como herramienta de trabajo en la empresa de  
Sistemas de Comunicación y Seguridad  
*Pacheco Sáenz César*

Moreno Romero, R. (Junio de 2015). *Análisis de Herramientas Colaborativas*. Obtenido de Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas: <http://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/4813/1/TFG-Moreno-Romero%2cRocio.pdf>

Ramos, J. (2018). *Marketing con WhatsApp. Una Guía Rápida*. Berlin: Verlag GD Publishing Ltd. & Co KG.

Vercelli, A. (2004). *La Conquista Silenciosa del Ciberespacio: Creative Commons y el diseño de entornos digitales como nuevo arte regulativo en Internet*. Obtenido de <http://www.ariel.vercelli.org/lcsdc.pdf>

Virilio, P. (1999). *La bomba informática*. Ediciones Catedra.

Williams, R. (2000). *Los medios de comunicación social*. Península.

Wolf, M. (2000). *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós.

# Excelencia Administrativa Online

Revista de la Facultad de Contaduría y Administración  
de la Universidad Autónoma de Chihuahua



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE  
CHIHUAHUA



FACULTAD DE  
CONTADURÍA Y  
ADMINISTRACIÓN

EXCELENCIA ADMINISTRATIVA ONLINE tiene como objetivo contribuir al avance del conocimiento científico técnico relacionado con la práctica empresarial, mediante artículos de investigación teórica o aplicada. Volumen I, número 2, mayo-agosto de 2022, es una publicación cuatrimestral editada por la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua. Campus Universitario # 2 Circuito Universitario No. 1, C.P. 31125 Chihuahua, Chih., México Tels. (614) 442-0000, (614) 442-0030 Ext. 6623 o 6609, <https://vocero.uach.mx/index.php/excelencia-administrativa>, Director: M.F. Luis Raúl Sánchez Acosta, Editor responsable: Dra. Sonia Esther González Moreno. Reserva de Derechos en trámite otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este número: Dr. Luis Ever Caro Lazos, Secretaría de Investigación y Posgrado de la Facultad de Contaduría y Administración. Fecha de la última modificación: agosto de 2022.