

## Preferencias de ocio y uso del tiempo libre de los consumidores en periodo de pandemia y post pandemia.

### Leisure preferences and use of free time of consumers in the pandemic and post-pandemic period.

Myriam Coronado-Meneses<sup>a</sup>, Carol Y. Arreola-Rojas<sup>b</sup>, Illeana A. Ceja-Roldán<sup>c</sup>, Dora L. Fragoso-Manzo<sup>d</sup>, Maribel Navarro-Gálvez<sup>e</sup>, Adriana G. Villalobos-Sánchez<sup>f</sup>

#### Abstract:

In this research, a comparison was made between the activities dedicated to leisure during the pandemic and post-pandemic to diagnose the preferences of leisure consumers based on Dumazedier's theory, with four items that generalize the types of leisure. The results describe the behavior of consumers and their management of free time. The factors highlighted during the post-pandemic period were physical and social leisure activities, mainly physical activities; Regarding the use of aesthetic time, personal care and sleeping were preferred with greater emphasis in the post-pandemic period; only two to three people carry out crafts and, finally, regarding intellectual leisure, the preference for listening to music and reading is exhibited and, to a lesser preference, they refer to cultural visits and arts. An important factor to highlight was employment, since during the pandemic and post-pandemic no alteration was generated, resulting in employment being exercised in the same way during these two periods. Finally, a negative circumstance to exercise leisure was the lack of time and the physical and mental exhaustion of the respondents.

#### Keywords:

Leisure, Free time, Dumazedier, Consumer, Pandemic

#### Resumen:

En esta investigación se realizó una comparación entre las actividades dedicadas al ocio durante la pandemia y post pandemia para diagnosticar las preferencias de los consumidores de ocio desde la teoría de Dumazedier, con cuatro rubros que generalizan los tipos de ocio. Los resultados describen el comportamiento de los consumidores y su gestión del tiempo libre. Los factores destacados durante la post pandemia fueron actividades de ocio físico y social, principalmente, las actividades físicas; respecto al uso de tiempo estético, el cuidado personal y dormir tuvieron preferencia con mayor énfasis en la post pandemia; sólo de dos a tres personas realizan manualidades y, por último, respecto al ocio intelectual, se exhibe la preferencia por escuchar música y por la lectura y, en menor preferencia, refieren visitas culturales y artes. Un factor importante a destacar fue el empleo, ya que durante la pandemia y post pandemia no se generó alguna alteración teniendo como resultado que se ejerce de igual modo durante estos dos periodos. Finalmente, una circunstancia negativa para ejercer el ocio fue la falta de tiempo y el agotamiento físico y mental de los encuestados.

#### Palabras Clave:

Haga clic o pulse aquí para escribir texto.

Ocio, Tiempo libre, Dumazedier, Consumidor, Pandemia

<sup>a</sup> Coronado-Meneses Myriam, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior de Tizayuca, <https://orcid.org/0000-0003-1171-516X>, Email: [myriam\\_coronado3187@uaeh.edu.mx](mailto:myriam_coronado3187@uaeh.edu.mx)

<sup>b</sup> Arreola-Rojas Carol Y., Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior de Tizayuca, <https://orcid.org/0000-0002-7620-1971>, Email: [ar392806@uaeh.edu.mx](mailto:ar392806@uaeh.edu.mx)

<sup>c</sup> Ceja-Roldán Illeana A., Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior de Tizayuca, <https://orcid.org/0000-0002-0249-5962>, Email: [ce414658@uaeh.edu.mx](mailto:ce414658@uaeh.edu.mx)

<sup>d</sup> Fragoso-Manzo Dora L., Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior de Tizayuca, <https://orcid.org/0000-0002-6645-3219>, Email: [dora\\_fragoso7504@uaeh.edu.mx](mailto:dora_fragoso7504@uaeh.edu.mx)

<sup>e</sup> Navarro-Gálvez Maribel., Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior de Tizayuca, <https://orcid.org/0000-0001-5723-0817>, Email: [maribel\\_navarro4807@uaeh.edu.mx](mailto:maribel_navarro4807@uaeh.edu.mx)

<sup>f</sup> Villalobos-Sánchez Adriana G., Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior de Tizayuca, <https://orcid.org/0000-0002-7773-9407>, Email: [adriana\\_villalobos9127@uaeh.edu.mx](mailto:adriana_villalobos9127@uaeh.edu.mx)

## Introducción

En el año 2020, la pandemia generó para la población varios cambios en su forma de vida, específicamente en actividades de uso del tiempo libre y preferencias de ocio, cabe mencionar que, de igual forma, en tiempos de post - pandemia se identificaron cambios en las preferencias de actividades culturales de los estudiantes de la Escuela Superior de Tizayuca; relatando que, el ocio y tiempo libre es un factor destacable en la rutina de cualquier persona. En la presente investigación se pretende conocer los gustos y las preferencias de los consumidores en su tiempo libre y de ocio, basándose en actividades relacionadas con diversificación y convivencia en tiempos de pandemia y post pandemia con fundamento en documentos oficiales y precursores en el campo del tiempo libre y el ocio para llevar a cabo esta investigación de carácter científico.

## Planteamiento del problema

Tanto en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) del periodo anterior (2013-2018) como en el actual (2019-2024) indican “promover el valor de México en el mundo mediante la difusión económica, turística y cultural y, de igual forma, emprender acciones concertadas dirigidas a propiciar un cambio cultural en materia de igualdad y no discriminación” (SEGOB, 2013).

Las políticas públicas del país se enfocan en fortalecer e impulsar la cultura y el deporte en la sociedad. El apartado de Economía del programa “El deporte es salud, cohesión social y orgullo nacional”, busca una innovación y beneficio para la población mexicana; en el proyecto número uno llamado “Es una prioridad la activación física” se menciona que es vital el constante movimiento, esto para la prevención de enfermedades a causa de los malos hábitos; de igual manera, la línea de acción “El deporte es para todos”, busca impulsar ligas de activación física para todo tipo de personas sin exclusión; finalmente el proyecto número tres “Apoya al deporte de alto rendimiento con transparencia” estipula, en el apartado sobre Educación de Calidad, que se debe “garantizar que los planes y programas de estudio sean pertinentes y contribuyan a que los estudiantes puedan avanzar exitosamente en su trayectoria educativa, al tiempo que desarrollen aprendizajes significativos y competencias que les sirvan a lo largo de la vida” (INEGI, 2020).

En este contexto, los indicadores nacionales señalan que existen deficiencias en la aplicación de políticas de equidad y calidad, por lo que es urgente reducir las brechas de acceso a la cultura y al conocimiento.

En esta investigación se pretende diagnosticar las preferencias de consumo del tiempo libre de la muestra seleccionada, incluyendo los motivos y las razones de los consumidores, que influyen en su decisión al utilizar su tiempo libre en ocio o en cualquier otra actividad.

En el documento Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF, 2021) se mencionan tres puntos importantes a destacar de la “Población inactiva físicamente”, que muestra factores por los que los adolescentes no realizan actividad física:

- el 44.3 % por la falta de tiempo
- el 21.7% debido al agotamiento por motivo del empleo
- 17.5% por cierto deterioro de salud.

La crisis sanitaria repercute en la práctica de cultura y deporte que las personas realizan con el cierre de museos, teatros, parques, atracciones turísticas y espacios abiertos para el deporte. La investigación se centra en seleccionar mediante los tipos de ocio y la información correspondiente a páginas oficiales del gobierno de México las actividades de las personas en su tiempo libre vinculado al ocio.

## Justificación

Esta investigación se justifica derivado de que tanto en los objetivos nacionales, en los sectoriales, como en los estatales se manifiesta que se debe reconocer y fomentar el deporte y la cultura como ejercicio de los derechos de las personas.

Respecto al Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, se menciona que todos los individuos son poseedores y generadores de cultura y que nadie debe ser excluido en las actividades y circuitos de convivencia social.

Por su parte el Ejecutivo ha diseñado y ejecutado programas especiales e institucionales en su política, como lo es el programa Especial de Cultura Física y Deporte y establece que deberán ser sujetos a medición y seguimiento.

La pandemia del COVID19 provocó un daño a la realización de actividades culturales y deportivas con impactos en la vida de los seres humanos reconfigurando el desarrollo de las mismas.

A partir de lo expuesto y en observancia de lo que pronuncian los objetivos institucionales sobre cultura y deporte, se considera relevante realizar un seguimiento de las prácticas de uso de tiempo libre de las personas

*Primer Congreso de Investigación e Innovación en Tendencias Globales, 26-28 de octubre*

en tiempos de pandemia y post pandemia enfocado en el ocio y tiempo libre.

### Objetivo general

Diagnosticar las preferencias de ocio y uso del tiempo libre de las personas por medio de un estudio de campo para dar a conocer su predilección de actividades recreativas deportivas, culturales y de esparcimiento en tiempos de pandemia y post pandemia.

### Metodología

La investigación es de tipo no experimental, transversal, con alcance descriptivo; la misma se desarrolla en dos etapas. La primera con información documental para conocer el trasfondo histórico del ocio con la consulta de teóricos en el tema, así como en páginas oficiales de gobierno como el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (CONADE), la Encuesta nacional de uso del tiempo (ENUT), el Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF) y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) respecto a las actividades recreativas, deportivas, culturales y de esparcimiento que se desarrollan en nuestro país.

En la segunda etapa, se aplica un instrumento de investigación a la muestra seleccionada en el estudio para diagnosticar las preferencias de ocio y uso del tiempo libre de las personas en tiempos de pandemia y post pandemia.

### Limitaciones temporales y espaciales

En atención al Sondeo de opinión: Jóvenes, Ocio y Consumo que realizó el Instituto de la juventud (INJUVE) esta investigación está enfocada a personas entre 14 a 29 años, que es el rango de edad en la que han generado mayor impacto las nuevas tecnologías y medios de difusión (INJUVE, 2014).

### Marco Conceptual

El concepto de ocio, según diversos autores, puede definirse como aquellas “actividades que las personas ejercen en su tiempo libre”; etimológicamente, se conoce que el ocio proviene del latín *otium* que significa reposo, según la Real Academia Española (RAE, 2022).

El sociólogo Dumazedier realizó investigaciones enfocadas al tiempo libre, define al ocio como “un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse de manera completamente voluntaria, sea

para descansar o divertirse, tras haberse liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales” (Bernal, 2006)

La Clasificación Mexicana de Actividades de Uso del Tiempo (CMAUT) (páginas 106-114) indica que hay dos divisiones, la primera se divide en la asistencia a eventos culturales de entretenimiento o deportivos y la segunda en los traslados que requieren dichas actividades (CMAUT, 2010); de igual manera, menciona que se excluye del ocio actividades tales como: el tiempo de espera en las filas y asistencias a eventos por parte de empleos y/o estudios.

Asumiendo así los lugares preseleccionados como lugares más visitados, en este apartado se desea profundizar en las siguientes categorías condicionadas por precursores del ocio como Havinghurst y Feigebau en 1959 (Rivas, 2006):

1. Participación en grupos organizados.
2. Participación en grupos no organizados.
3. Viajes recreativos.
4. Participación en actividades deportivas.
5. Asistencia a espectáculos deportivos.
6. Televisión y radio.
7. Pesca y caza.
8. Jardinería.
9. Trabajos manuales.
10. Actividades imaginativas.
11. Visitas familiares y amigos.

Sin embargo, para Dumazedier las cinco categorías de ocio se clasifican de la siguiente manera:

1. Físicas.
2. Manuales.
3. Estéticas.
4. Intelectuales.
5. Sociales.

Para esta investigación se tomó en cuenta a los anteriores precursores (Dumazedier, Havinghurst y Feigebau) del tiempo libre y ocio fusionándose en una nueva jerarquía clasificada de la siguiente forma:

1. Físicas y sociales: Empleos, participación en grupos organizados, actividades deportivas, voluntariado, viajes recreativos, entre otros.
2. Estéticas: Actividades enfocadas al cuidado personal (dormir, comer, arreglo y aseo personal, rezar, meditar, cuidados de salud según ENUT)

Primer Congreso de Investigación e Innovación en Tendencias Globales, 26-28 de octubre

3. Manualidades
4. Intelectuales: Visitas y prácticas culturales: Artes visuales y plásticas, conciertos, música, libros, etc. (INEGI, 2019).

La Clasificación mexicana de actividades de uso del tiempo (CMAUT) menciona la similitud de lo anterior con actividades de desarrollo, creando métodos de convivencia sanos para la sociedad.

En este contexto se entiende a la práctica deportiva como una actividad de las más ejecutadas y se establece que, para determinar el nivel de suficiencia de práctica físico-deportiva, para obtener beneficios en la salud, se utiliza los parámetros de frecuencia (días de la semana), de tiempo (minutos) y de intensidad (vigorosa o moderada) (INEGI, 2022).

Entre las actividades más destacadas que realizan los adolescentes se encuentra el uso del ordenador, el deporte, las excursiones, salidas a teatros, ir a discotecas y ver televisión, principalmente; por otro lado, se exhibe que las personas comienzan a frecuentar la práctica del turismo entre los 19 y 35 años. Cabe destacar que un factor sociodemográfico influyente en esta clasificación es la residencia, la economía, nivel de estudios, ocupación y nacionalidad (Injuve, 2014).

El documento de la práctica deportiva y ejercicio físico que reporta el INEGI en el 2021, informa acerca del promedio que pasa una persona practicando algún deporte o actividad física en su tiempo libre con los siguientes datos: semanalmente los hombres pasan 5:45 horas y las mujeres 5:24 horas en promedio, por semana; dando esta información como un ejemplo del uso del tiempo libre en México (INEGI, 2021).

La Ley Federal de Protección al Consumidor define al consumidor como la "persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios y a la que utilice bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación de servicios" (LFPC, 2022).

Chiavenato define a la motivación como el resultado de la interacción entre el individuo y la situación que lo rodea. Dependiendo de la situación que viva el individuo en ese momento y de cómo la viva, habrá una interacción entre él y la situación que motivará o no al individuo (Chiavenato, 2017).

La palabra pandemia no solo va enfocado en la definición a una "enfermedad epidémica que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una localidad o región" (RAE, 2022), sino a la época específica en el tiempo y espacio cuando se suscitó por la propagación de Covid-19 en el año 2020.

Por su parte Villarreal (2019), estipula que una pandemia es el brote global de una enfermedad.

Los factores que se toman en cuenta en la presente investigación van basados respecto al consumidor y sus características como sexo, edad, nivel socioeconómico, grado de estudio y ubicación geográfica.

### Instrumento de la investigación

El instrumento de investigación se integró a partir de la consulta teórica de la clasificación en categorías de ocio que propone Dumazedier, Havinghurst y Feigenbaun y a las actividades de uso de tiempo que provee la investigación documental de este trabajo y que coadyuvan a la recolección de datos sobre el uso de tiempo libre y ocio.

### Resultados de la investigación

En este apartado se muestran los resultados obtenidos del instrumento de investigación aplicado.

En primera instancia se proporcionan los resultados de los datos sociodemográficos que abarcan sexo, edad, estado de origen y ocupación y se encuentra que: El 25% de los encuestados tienen 22 años, 6 de cada 10 encuestados son de género masculino y los restantes 4 del género femenino. Respecto a la ocupación de los encuestados, 54.4% son de estudiantes y el resto (45.6%) posee un empleo.

El origen de los encuestados varía en un porcentaje similar del 32% en la Ciudad de México, Estado de México e Hidalgo.

En segundo lugar, se muestran los resultados del instrumento de investigación aplicado para diagnosticar las preferencias de ocio y uso del tiempo libre de las personas.

Como se puede observar en la Figura 1, el 40.9% de los encuestados gastan su tiempo libre en su empleo, mientras que el 34.1% lo ocupa en ocio y tiempo libre y el 25% de los encuestados indican que no poseen tiempo libre.

Figura 1. Uso de tiempo libre



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de investigación.

Como lo exhibe la Figura 2, los factores que impiden que la población encuestada disfrute de tiempo libre son, para el 54.6% la falta de tiempo; para el 31.8% el agotamiento físico y mental y el 13.6% no tiene inconveniente para realizar el ocio.

Figura 2. Factores inconvenientes para el ocio.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de investigación.

Como se aprecia en la Figura 3, el 61.4% de los encuestados consideran que las horas libres semanales no son suficientes para practicar el ocio y el 38.6% consideran, por el contrario, que su tiempo libre es basto para el ocio.

Figura 3. Suficiencia de horas libres semanales



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de investigación

En tercera instancia se muestran resultados de investigación sobre la gestión de tiempo libre de los encuestados, respecto a los planteamientos de Dumazedier en el manejo del ocio.

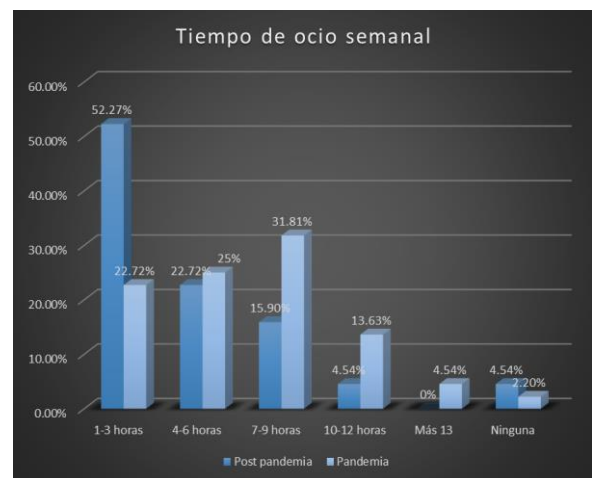
En la tabulación se comparan los mismos tipos de ocio con lapsos relativos de tiempos actuales y en contingencia de la pandemia por Covid-19.

Como se puede observar en la Figura 4, respecto al promedio de horas a la semana que utilizan las personas de tiempo para el ocio se exhibe que:

- En post pandemia más de la mitad de los encuestados (52.4%) indicaron que utilizan de 1 a 3 horas; el 22.7% invierte de 4 a 6 horas; 15.9% de ellos ocupan de 7 a 9 horas; el 4.5% opina que de 10 a 12 horas y ninguna hora con un 4.5% respectivamente.
- En pandemia el 31.8% de los encuestados invertían de 7 a 9 horas; 25% de 4 a 6 horas, 22.72% de 1 a 3 horas y, el resto, más de 10 horas.

Lo anterior exhibe que en, tiempos de pandemia, las personas utilizaban en promedio más tiempo para el ocio.

Figura 4. Tiempo y ocio semanal



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de investigación

De los resultados obtenidos se dividen en tipos de ocio y en las horas practicadas semanalmente.

Como se aprecia en la Figura 5, respecto al tipo de ocio físico y social:

- En post pandemia 5 de cada 10 encuestados indicaron que realizan una actividad deportiva, 34% ocupan su tiempo en un empleo y 9% realiza una actividad grupal.

Primer Congreso de Investigación e Innovación en Tendencias Globales, 26-28 de octubre

- En la pandemia el 34% ocuparon su tiempo en un empleo; 43% en una actividad deportiva y 15% realizó una actividad grupal.

Lo anterior indica que no hay diferencias de tiempo respecto al empleo; las actividades grupales tuvieron mayor relevancia en pandemia y el tipo de ocio con más demanda fueron las actividades deportivas con mayor énfasis en post pandemia; el voluntariado, por su parte, no cuenta con ningún tipo de relevancia para los encuestados, mientras que los viajes recreativos poseen una mínima participación.

Figura 5. Tiempo de ocio físico y social.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de investigación

Respecto a las horas que destinan al ocio físico y social, como se muestra en la Figura 6:

- En post pandemia el 59.09% de los encuestados ocupan de 1 a 3 horas y el 22.7% de 4 a 6 horas para el ocio físico y social y el resto más de 7 horas.
- En la pandemia el 40.9% ocupó de 1 a 3 horas y de 4 a 6 horas, respectivamente; mientras que el resto ocupaba más de 7 horas.

En resumen, los encuestados invierten más horas en ocio físico y social en el periodo de post pandemia.

Figura 6. Horas en ocio físico y social pandemia y post pandemia.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de investigación

Como se muestra en la Figura 7, el uso de tiempo en ocio estético muestra que:

- En post pandemia con mayor frecuencia de respuesta, el 45.4% de los encuestados ocupa su tiempo en dormir, el 27.3% en el cuidado personal, el 18.2% en y una mínima cantidad en meditar y cuidados de la salud.
- Durante la pandemia, el 38.63% de los encuestados prefieren dormir, el 20.45% ocupó su tiempo para el cuidado personal, el 22.72% para aseo personal, el 6.8% para meditar meditar y el 9.1% para cuidados de la salud

Las respuestas exhiben que, durante la pandemia, más personas ocuparon su tiempo en aseo personal, meditar y cuidados de la salud; mientras que en post pandemia un mayor número de encuestados ocupa su tiempo en dormir y en el cuidado personal.

Figura 7. Tiempo de ocio estético.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de investigación

Como se aprecia en la Figura 8, en respuesta a las horas utilizadas en el ocio estético, el 70.45% de los encuestados utiliza de 1 a 3 horas en post pandemia, mientras el 47.72% lo hizo en pandemia.

De igual manera se exhibe que, en la pandemia, casi el doble de personas utilizó de 4 a 6 y de 7 a 9 horas, respectivamente, en comparación con el periodo de pandemia.

Figura 8. Horas ocupadas en ocio estético.



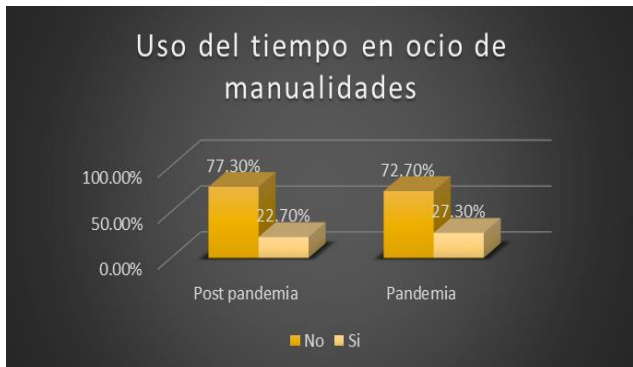
Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de investigación



Primer Congreso de Investigación e Innovación en Tendencias Globales, 26-28 de octubre

La figura 9 exhibe que en el uso de tiempo en ocio de manualidades 8 de cada 10 personas encuestadas no lo practicaron en post pandemia y 7 de cada 10 no invertía su tiempo libre durante la pandemia en algún tipo de manualidad; el resto si lo hacía, respectivamente.

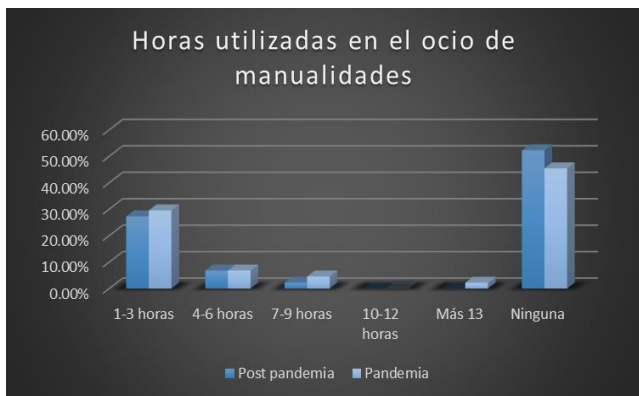
Figura 9. Tiempo de ocio manual.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de investigación

Las horas utilizadas para las manualidades por los encuestados son muy similares en pandemia y post pandemia; una media del 50% no realiza manualidades, un promedio de 30% de los encuestados manifestó invertir de 1 a 3 horas y un 7% de 4 a 6 horas, como se aprecia en la Figura 10.

Figura 10. Horas utilizadas en ocio manual.

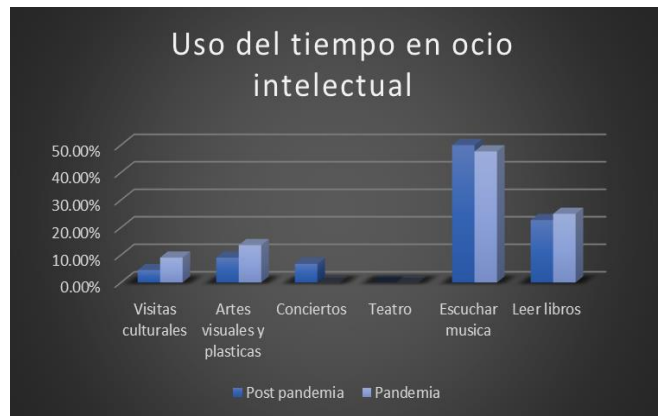


Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de investigación

El ocio de tipo intelectual exhibe los siguientes resultados en la Figura 11:

- En post pandemia con mayor frecuencia de respuesta, el 50% de los encuestados escucha música, el 22.7% gusta leer libros; el 9.1% le gustan las artes visuales y prácticas; 6.8% asiste a conciertos y 4.5% practica visitas culturales.
- Los resultados obtenidos en pandemia señalan que un 47.72% prefería escuchar música; 25% leer libros, 13.63% artes visuales y prácticas, 9% visitas culturales

Figura 11. Tiempo de ocio intelectual.



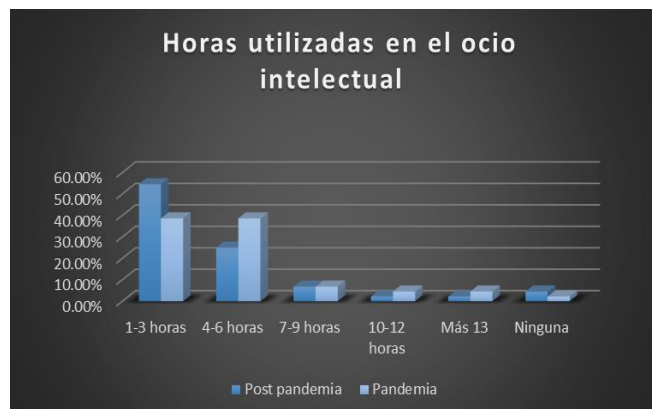
Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de investigación

Por último, como se exhibe en la Figura 12, respecto a las horas utilizadas en el ocio intelectual se encuentra lo siguiente:

- En post pandemia con mayor frecuencia de respuesta, el 54.54% de los encuestados invierte de 1 a 3 horas; 25% de 4 a 6 horas y el 4.54% no practica ningún tipo de ocio
- En periodo de pandemia, 38.63% de los encuestados ocupaban de 1 a 3 horas y de 4 a 6 horas, respectivamente y el 2.2% no practicó ningún tipo de ocio

Lo anterior infiere que, en el periodo de pandemia, un mayor porcentaje de personas invertía de 4 a 6 horas en ocio intelectual; mientras que en post pandemia el mayor porcentaje de personas invierte de 1 a 3 horas.

Figura 12. Horas usadas para ocio intelectual.



Fuente: Elaboración propia a partir de instrumento de investigación

## Conclusiones

Esta investigación, que tuvo un carácter diagnóstico, responde a la necesidad de medición y seguimiento del programa Especial de Cultura Física y Deporte;

Primer Congreso de Investigación e Innovación en Tendencias Globales, 26-28 de octubre

relacionando de esta manera con las preferencias de tiempo libre y ocio en las categorías relacionadas, da como resultado las siguientes conclusiones:

1.- Con respecto a las preferencias de ocio y uso del tiempo libre de las personas, 4 de cada 10 personas gasta su tiempo libre en un trabajo, 25% no tiene tiempo libre y sólo el 34% lo usan en ocio; más del 50% de ellos exhiben falta de tiempo y 6 de cada 10 consideran que las horas libres no son suficientes.

2.- respecto a la gestión de tiempo libre de los encuestados en el manejo del ocio:

- **Tiempo de ocio físico y social**

5 de cada 10 personas realizan actividad deportiva en post pandemia; mientras que en pandemia lo hacían 4 de cada 10

En la variable empleo las personas invierten el mismo porcentaje de tiempo sin distinción entre pandemia y post pandemia

Las actividades grupales, a pesar de tener muy poca participación, estas se incrementaron en la pandemia.

Los viajes recreativos aunado a que no les dedican tiempo, no tuvieron cambios de participación.

Los encuestados no invierten tiempo en voluntariado.

- **Uso de tiempo en ocio estético**

Dormir y el cuidado personal fueron las variables con mayor preferencia de los encuestados, siendo mayor la preferencia en post pandemia.

Mientras que en la pandemia el aseo personal, los cuidados de la salud y la meditación tuvieron preferencia en el uso del tiempo.

- **Tiempo en ocio de manualidades**

Esta variable es practicada sólo por 2 de cada 10 personas en post pandemia y 3 de cada 10 en pandemia

- **Uso de tiempo en ocio intelectual**

5 de cada 10 encuestados prefieren escuchar música y 2 de cada 10 eligen leer libros durante la pandemia y post pandemia, sin variaciones significativas.

En promedio 1 de cada 10 realiza visitas culturales, asiste a conciertos y practica artes visuales y plásticas, respectivamente, sin variaciones significativas.

Los encuestados no invierten su tiempo en el Teatro

Se llegó a la conclusión con los resultados obtenidos con el instrumento de investigación que a comparación de la post pandemia en tiempos de pandemia las personas preferían realizar actividades enfocadas a la introspección como la meditación adentrándose al ocio estético, practicando actividades físicas y leyendo libros y ejerciendo visitas culturales virtuales.

En el paralelismo de la post pandemia, dormir y escuchar música.

5 de cada 10 encuestados mencionó que un factor negativo para realizar el ocio ha sido la falta de tiempo junto con el agotamiento físico y mental y 6 de cada 10 personas consideran que las horas libres a la semana no son suficientes. No obstante, en pandemia un porcentaje mayor de encuestados ocuparon de 7 a 9 horas de ocio, mientras que en post pandemia es mayor el porcentaje de personas que invierte de 1 a 3 horas.

## Referencias

1. Chiavenato, I. (2017). Administración de recursos humanos. México: Mc Grall Hill.
2. Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2022). PIB del sector de la cultura por áreas generales. INEGI. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/temas/cultura/>
3. Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2019). Encuesta Nacional sobre el Uso del Tiempo. Recuperado de: [https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enut/2019/doc/enut\\_2019\\_presentacion\\_resultados.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enut/2019/doc/enut_2019_presentacion_resultados.pdf)
4. Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2010). Clasificación Mexicana de Actividades de Uso de Tiempo (CMAUT). Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/rmm/index.php/catalog/276/download/19272#:~:text=Page%205-.La%20Clasificaci%C3%B3n%20Mexicana%20de%20Actividades%20de%20Uso%20del%20Tiempo%20>
5. Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2020). Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico. Datos al mes de noviembre. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/rmm/index.php/catalog/731>
6. Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2021). Estadísticas a Propósito del Día Internacional de la Juventud. Recuperado de: [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/EAP\\_Juventud21.docx](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/EAP_Juventud21.docx)
7. Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2022). Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/moprade/moprade2021.pdf>
8. LFPC, (2012). Ley Federal de Protección al Consumidor. Cámara de Diputados del Congreso de la Unión. Obtenida de [https://www.profeco.gob.mx/juridico/pdf/1\\_lfpc\\_ultimo\\_camdi\\_p.pdf](https://www.profeco.gob.mx/juridico/pdf/1_lfpc_ultimo_camdi_p.pdf)
9. Real academia española, (2022). Motivación. Real academia española. Recuperado de: <https://dle.rae.es/motivaci%C3%B3n>
10. Injuve. (2014). Jóvenes, ocio y consumo. Obtenido de [http://www.injuve.es/sites/default/files/conclusionessondeo\\_2014-3.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/conclusionessondeo_2014-3.pdf)
11. Real academia española, (2022). Ocio. Real academia española. Recuperado de: <https://dle.rae.es/ocio>



*Primer Congreso de Investigación e Innovación en Tendencias Globales, 26-28 de octubre*

12. Rivas, J. (2006) La sociedad del ocio: Un reto para los archivos. Redalyc. Recuperado de:  
<https://www.redalyc.org/pdf/953/95320205.pdf>
13. Secretaría de Gobierno [SEGOB]. (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Recuperado de:  
[https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5299465&fecha=20/05/2013#gsc.tab=0](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5299465&fecha=20/05/2013#gsc.tab=0)
14. Villareal, (2019). Pandemias y Derecho: Una perspectiva de gobernanza global. (pp. 25). Instituto de Investigaciones Jurídicas, Universidad Nacional Autónoma de México.