ISSN 3061-7359 | *Perspectivas frescas para un mundo cambiante* | **núm. 7** | **ene - jun 2025**

Anthrópolis

REVISTA CIENTÍFICA



ECONOMÍA Y FINANZAS
AquaPlanet: Un Modelo de Negocio en el Sector Agroalimentario en Mérida, Yucatán

EDUCACIÓN
El papel de la mujer en las disciplinas ESTEM

ECONOMÍA Y FINANZAS
Evaluación de las tendencias de gasto y consumo relacionadas con la educación financiera

EDUCACIÓN
La resiliencia en dos grupos del sexto grado de primaria de una institución de educación privada

TURISMO
Las Preferencias turísticas de la Generación Z en Santiago de Cali, Colombia

ARQUITECTURA
Rescatando la historia: Una propuesta para rescatar el Panteón Antiguo de Guaymas

EDUCACIÓN
Trabajo en equipo y la percepción del clima escolar en estudiantes universitarios

INVESTIGACIÓN
Transición de las revistas Somatic y Anthrópolis hacia su ISSN y el futuro de la titulación por publicación indexada

Coordinación de Investigación | Campus Mérida

UNIVERSIDAD VIZCAYA DE LAS AMÉRICAS

CIDIV CENTRO DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN VIZCAYA

www.uva.edu.mx



UNIVERSIDAD VIZCAYA
DE LAS AMÉRICAS

Editorial

En su edición 7 con número de ISSN 3061-7359 la revista científica Anthrópolis, presenta los siguientes artículos científicos y ensayos que aportan al análisis de la ciencia y la tecnología.

AquaPlanet: Un Modelo de Negocio en el Sector Agroalimentario en Mérida, Yucatán, donde Pedro Alexander Balderas Juárez, analiza la creciente necesidad de modelos de producción sostenibles que han llevado a explorar tecnologías innovadoras como los sistemas acuapónicos, una combinación de acuicultura (cría de peces) e hidroponía (cultivo de plantas en agua). AquaPlanet emerge como un proyecto que analiza estas técnicas en el contexto del sector agroalimentario de Mérida, Yucatán. Este modelo optimiza el uso del agua y los recursos, reduce el impacto ambiental y promueve la seguridad alimentaria. Además, representa una solución viable para atender la creciente demanda de alimentos saludables, sostenibles y producidos localmente. La investigación también aborda los desafíos que enfrentan los emprendedores interesados en implementar estos sistemas, ofreciendo estrategias que incluyen innovación tecnológica, capacitación y acceso a mercados.

En El papel de la mujer en las disciplinas STEM, Yolisma Guadalupe López Fernández, describe a nivel mundial, la participación de las mujeres en STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) sigue siendo limitada debido a normas sociales, estereotipos y brechas salariales. Este ensayo destaca la importancia de fomentar la inclusión femenina a través de programas que motiven a las mujeres a elegir carreras tecnológicas e ingenieriles. Romper con las barreras tradicionales y prejuicios de género es esencial para alcanzar la equidad y demostrar que hombres y mujeres pueden desempeñar cualquier labor sin restricciones.

En Evaluación de las tendencias de gasto y consumo relacionadas con la educación financiera y las redes sociales en la Generación Z, las autoras Ana María Quetama Galindo, Juliana Abreo Gómez, Ana Sofía Valencia y Lina Marcela Padilla-Delgado, dilucidan a la Generación Z la cual está transformando las dinámicas del mercado con hábitos financieros y de consumo únicos. Este estudio analiza a los estudiantes de ciencias económicas en Santiago de Cali, Colombia, destacando la influencia de las redes sociales en sus decisiones. A través de un enfoque cuantitativo-descriptivo, se identifican patrones de gasto y se proponen estrategias para fomentar la educación financiera en este segmento.

En La resiliencia en dos grupos del sexto año de primaria de una institución de educación privada, Eric José Gamboa Ruiz presenta el desarrollo de la resiliencia en estudiantes es clave para su bienestar emocional y académico. Este estudio exploratorio evaluó un programa de resiliencia en una escuela privada. Aunque no se encontraron diferencias significativas entre el grupo control y el experimental, los resultados subrayan la necesidad de realizar más investigaciones que validen la efectividad de estos talleres en el entorno educativo.

En Las Preferencias turísticas de la Generación Z en Santiago de Cali, Colombia, Juan Diego Olave y Juan Pablo López señalan que desde el Acuerdo de Paz de 2016, Cali se ha posicionado como un destino turístico cultural y sostenible. Este artículo explora las preferencias turísticas de la Generación Z, destacando cómo este segmento busca experiencias únicas que reflejen diversidad y sostenibilidad. Además, analizan las estrategias de la Política Pública de Turismo para consolidar a Cali como referente nacional e internacional.

En Rescatando la historia: Una propuesta para rescatar el Panteón Antiguo de Guaymas, Leslie Paola Mejía Vega describe El Panteón Antiguo de Guaymas, un sitio histórico del siglo XIX, es un reflejo del legado cultural de Sonora. Este artículo propone su restauración como un proyecto que fomente el turismo cultural y la preservación histórica. Al resguardar la arquitectura y las leyendas locales, el panteón se convertiría en un espacio para honrar el pasado y educar a las futuras generaciones.

En Trabajo en equipo y la percepción del clima escolar en estudiantes universitarios, Denisse Carmona Palacios, Dulce Natalia Múzquiz Pérez, Grecia Delgado Santana, Janelly Pancardo Valenzuela y Guiselle Avilés Caudillo analiza el clima escolar influye significativamente en el trabajo en equipo y el aprendizaje significativo de los estudiantes universitarios. Este estudio revela que un clima escolar positivo fomenta habilidades clave como la comunicación y la resolución de problemas, esenciales para la vida profesional. Se enfatiza la importancia de mejorar las dinámicas educativas para potenciar estas habilidades.

Y por último, en Transición de las revistas Somatic y Anthrópolis hacia su ISSN y el futuro de la titulación por publicación indexada en la Universidad Vizcaya, Fernando Pacheco Bailón analiza como las revistas Somatic y Anthrópolis han iniciado su camino hacia el reconocimiento internacional con el registro ISSN, un paso esencial para su profesionalización y eventual indexación. Este proceso busca posicionar a estas publicaciones como referentes en la difusión de investigaciones de calidad, contribuyendo al impacto académico de la Universidad Vizcaya y promoviendo la titulación basada en publicaciones indexadas. Con una visión a futuro, estas revistas aspiran a consolidarse en bases de datos de prestigio y aumentar la visibilidad global de sus investigaciones.

Consejo Editorial de las Revistas Científicas
Universidad Vizcaya de las Américas Campús Mérida

CONTENIDO

5 **AquaPlanet un modelo de negocio en el sector agroalimentario en Mérida, Yucatán**
Por Pedro Alexander Balderas Juárez

9 **El papel de la mujer en las disciplinas STEM**
Por Yolisma Guadalupe López Fernández

15 **Evaluación de las Tendencias de Gasto y Consumo Relacionadas con la Educación Financiera y las Redes Sociales en la Generación Z**
Por Ana María Quetama Galindo, Juliana Abreo Gómez, Ana Sofía Valencia, Lina Marcela Padilla-Delgado

21 **La Resiliencia en Dos Grupos del Sexto Año de Primaria de Una Institución de Educación Privada**
Por Eric José Gamboa Ruiz

27 **Preferencias Turísticas de la Generación Z en Santiago de Cali**
Por Juan Diego Olave, Juan Pablo López

33 **Rescatando la Historia: Una Propuesta para Rescatar el Panteón Antiguo de Guaymas**
Por Leslie Paola Mejia Vega

39 **Trabajo en Equipo y la Percepción del Clima Escolar en Estudiantes Universitarios**
Por Denisse Carmona Palacios, Dulce Natalia Múzquiz Pérez, Grecia Delgado Santana, Janelly Pancardo Valenzuela, Guiselle Avilés Caudillo

45 **Transición de las Revistas Somatic y Anthrópolis Hacia su ISSN y el Futuro de la Titulación por Publicación Indexada en la Universidad Vizcaya**
Por Fernando Pacheco bailón

En portada

El Papel de la Mujer en las Disciplinas STEM. Es fundamental erradicar los roles de género para que, en un mundo globalizado donde imperan la tecnología y la innovación, exista una representación equitativa y se demuestre el liderazgo femenino en las disciplinas STEM.

Anthrópolis
REVISTA CIENTÍFICA

UNIVERSIDAD VIZCAYA DE LAS AMÉRICAS

DIRECTOR GENERAL DEL CAMPUS MÉRIDA
Dr. José de Jesús Palafox Quintero

DIRECTORA DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y ESCOLARES
Mtra. Derli Ojeda Ek

DIRECTORA ADMINISTRATIVA FINANCIERA
Ing. Nury Rodríguez Álvarez

COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN
Dr. Fernando Pacheco Bailón

DISEÑO EDITORIAL
Stonedburo Motion + Design
Mtra. Edith del Carmen Avila Hernandez
Mtro. Oscar Bastarrachea Velázquez

Las ideas vertidas en la publicación Anthrópolis representan el resultado de investigaciones hechas por los autores de la Universidad Vizcaya de las Américas Campús Mérida.

cidiv_merida@uva.edu.mx
(999) 95 66 47 Ext. 120

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida total o parcialmente sin citar la fuente.

Anthrópolis Revista Científica. Número 7, es una publicación semestral editada por el Patronato Cultural Vizcaya, calle 33 por 20a y 22 numero 140 col. Chuburná de Hidalgo CP.97205 Tel. 99-91-95-66-47
Correo electrónico: cidiv_ merida@uva.edu.mx
Página electrónica: https://www.revistascientificasuvamerida.org.mx/
Editor Responsable: Fernando Pacheco Bailón. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo núm. 04-2022-102013140100-102, ISSN 3061-7359, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este Número, Centro de Investigación Universidad Vizcaya Dr. Fernando Pacheco Bailón, calle 33 por 20 a y 22 numero 140 col. Chuburná de Hidalgo CP. 97205, fecha de última modificación 2 de enero del 2025.



Imagen Wirestock. Un sistema de cultivo acuapónico es un método sostenible de producción agrícola que combina la acuicultura (crianza de peces) y la hidroponía (cultivo de plantas sin suelo), donde los desechos de los peces proporcionan nutrientes a las plantas, y estas, a su vez, purifican el agua para los peces.

AquaPlanet, un Modelo de Negocio en el Sector Agroalimentario en Mérida, Yucatán

Autor: Pedro Alexander Balderas Juárez

Resumen

Esta investigación se centra en el potencial de los sistemas acuapónicos, es decir, una técnica de producción sostenible que combina la acuicultura y la hidroponía, para generar alimentos de manera eficiente y rentable. Se analiza cómo estos sistemas pueden optimizar el uso del agua y los recursos, al mismo tiempo que reducen el impacto ambiental y promueve la seguridad alimentaria. Se realizó una investigación centrada en la implementación de sistemas acuapónicos, que combinan la acuicultura (cría de peces) con la hidroponía (cultivo de plantas en agua), como un modelo de negocio viable y sostenible. Este tipo de sistemas ofrece múltiples beneficios para el sector agroalimentario, al permitir la producción conjunta de alimentos vegetales y proteína animal de manera eficiente y ecológica. A la vez que minimiza el impacto ambiental y los costos de producción. Asimismo, podría explorar las oportunidades que la acuaponía representa en el mercado actual, como una solución a la creciente demanda de alimentos saludables, sostenibles y producidos localmente. El enfoque podría estar orientado a identificar los desafíos que enfrentan los emprendedores o agricultores interesados en adoptar este modelo, así como las estrategias para superarlos, incluyendo aspectos como la innovación tecnológica, la capacitación y el acceso a mercados.

Se exploran los desafíos que enfrenta su implementación, como los costos iniciales y la necesidad de capacitación técnica. La investigación busca identificar tanto las fortalezas como las debilidades del modelo acuapónico, con el objetivo de proporcionar una guía para emprendedores interesados en aprovechar las oportunidades que este sistema puede ofrecer.

Abstract

This research will reveal the potential of aquaponic systems, a sustainable production technique that combines aquaculture and hydroponics, to generate food efficiently and profitably. It analyzes how these systems can optimize the use of water and resources while reducing environmental impact and promoting food security. A study was conducted focusing on the implementation of aquaponic systems, which combine aquaculture (fish farming) with hydroponics (growing plants in water), as a viable and sustainable business model. These systems offer multiple benefits to the agri-food sector by enabling the efficient and ecological joint production of plant-based food and animal protein, while minimizing environmental impact and production costs. Furthermore, it could explore the opportunities aquaponics represents in today's market, as a solution to the growing demand for healthy, sustainable, and locally produced food. The approach could be aimed at identifying the challenges faced by entrepreneurs or farmers interested in adopting this model, as well as strategies to overcome them, including aspects such as technological innovation, training, and market access.

The challenges of its implementation, such as initial costs and the need for technical training, will be explored. The research seeks to identify both the strengths and weaknesses of the aquaponic model, with the goal of providing a guide for entrepreneurs interested in taking advantage of the opportunities this system can offer.

Keywords: *Aquaculture, aquaponics, business model, hydroponics, agrifood, sustainable, and innovation.*



Acerca del autor

Pedro Alexander Balderas Juárez

Actualmente, es estudiante en la Universidad Vizcaya de las Américas, campus Mérida. Ha desempeñado un papel activo en la coordinación del CIDIV Mérida y ha formado parte de diversos proyectos y actividades destacadas, como el Verano de Investigación del Pacífico DELFÍN. Además, ha participado en el proyecto de emprendimiento Apadrina tu Microempresario, que fomenta el apoyo y la capacitación de pequeños empresarios en la región.

Introducción

Este artículo se basa en un emprendimiento llamado AQUAPLANET, es una empresa dedicada a la elaboración, decoración y comercialización de sistemas acuapónicos. La empresa surge de la idea de Pedro Alexander Balderas Juárez cuando cursaba su educación media superior en 2017, tras participar en un concurso a nivel nacional y ganar el tercer puesto, decidió retomar la idea años después en la universidad en 2023, con el apoyo de su compañero de grado académico Diego Basulto Castro. Empezaron a realizar el proyecto que dio pauta a consolidar la investigación de tal manera que se plantea desde que a manera se detallada de la empresa con datos financieros, complementando el análisis anterior al proporcionar proyecciones financieras, incluyendo balances generales y estados de flujo de efectivo.

Por ello se sintetizaron los hallazgos más relevantes y se presentan las sugerencias para el futuro de AquaPlanet, incorporando ideas y consejos de expertos externos que enriquecen el desarrollo del articulo con las bases en diversas teorías pertinentes. En cada aspecto de este artículo se menciona cómo funciona la situación financiera y presupuesta.

En la creación de esta idea de modelo de negocio se plantea un presupuesto, ya que esto sirvió como herramienta esencial en la gestión empresarial que permite planificar y controlar los recursos financieros de una organización. Según Horngren, Datar y Rajan (2012), “el presupuesto es un plan cuantitativo para la adquisición y el uso de recursos financieros y otros, durante un período especificado”. (p. 39) En el contexto de los sistemas acuapónicos, el presupuesto abarca la planificación de gastos e ingresos relacionados con la implementación y operación del sistema, incluyendo costos de infraestructura, insumos, mantenimiento y potenciales ingresos por la venta de productos.

Problemática

Con el propósito de establecer las bases conceptuales y teóricas para la investigación titulada “Los sistemas acuapónicos representan una solución sostenible para la producción de alimentos, combinando la acuicultura y la hidroponía” (Somerville et al., 2014, p. 10), este estudio aborda la problemática de la escasez de recursos hídricos y la necesidad de mitigar el impacto ambiental generado por las prácticas agrícolas tradicionales.

En este contexto, la implementación de sistemas acuapónicos, que integran la acuicultura y la hidroponía, surge como una solución innovadora y sostenible. La iniciativa AquaPlanet busca optimizar el uso del agua y los recursos disponibles, promoviendo la producción de alimentos de manera eficiente y rentable, al tiempo que contribuye a reducir la huella ecológica en la región de Mérida, Yucatán.



Objetivo general

Implementar las tecnologías sostenibles, promoviendo la educación y capacitación de alta calidad fomentando un posicionamiento sólido y responsable que reduzca la huella ecológica y expanda su presencia en el mercado local.

Objetivos específicos

- Participar en ferias y eventos de sostenibilidad y acuaponía
- Desarrollar dos mejoras en los sistemas acuapónicos y obtener certificaciones de sostenibilidad y eficiencia energética.
- Implementar un programa de reciclaje y uso eficiente del agua en las instalaciones para reducir emisiones de carbono.

Marco teórico

AquaPlanet se basa en la Teoría de los Recursos y sus Capacidades (Resource-Based View, RBV) la cual tiene la finalidad de estar dentro de una ventaja competitiva donde la empresa se basa en la posesión y explotación de recursos valiosos, raros, inimitables y no sustituibles (VRIN). Dicha teoría fue popularizada por Jay Barney, 1991, en su artículo “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage”.

Esto mismo será detallado al momento de identificar y desarrollar los procesos a utilizar qué tienen que ser funcionales, únicos y difícilmente copiables. Sabemos que nuestros recursos son valiosos cuando nos permitan tener y usar estrategias que hagan más eficiente y eficaz los procesos usados al igual que el producto en si la capacidad que tendremos de ser difícilmente imitables es un punto clave a tener en cuenta, por ejemplo, con condiciones únicas qué resultarían imposibles para otras empresas, como ser una empresa formada por

yucatecos qué afectan la perspectiva de los locales y hacen agradable la empresa para estos mismos, a diferencia de alguna otra competencia que trate de imitarnos y no cumplan este requisito, serían por consecuencia mal vistos y no sería tan fácil su introducción en el mercado.

Esta teoría nos permite evitar errores en aspectos importantes, como la incomprensión entre las capacidades y recursos, lo que sería denominado "ambigüedad casual" término acuñado por Lippman y Rumelt en 1982. Aun así, logramos una buena armonía en esto, no sería una ventaja para nosotros. "Paradójicamente, si la misma empresa logra determinar con claridad este vínculo, los recursos y las capacidades implicados no podrán ser fuente de ventaja competitiva sostenida, ya que en el largo plazo la información se difundirá entre los competidores." (Barney, 1991:39)

Con esto podemos entender que tanto el proceso de producción, como la elaboración del mismo producto tienen que ir de la mano de manera funcional y precisa, los recursos utilizados tanto materiales como la marca en sí, la mano de obra, entre otros, AQUAPLANET logrará un buen trabajo en conjunto de cada una de las partes necesarias para conseguir la máxima calidad, eficiencia y eficacia.

> De la misma manera tomamos en cuenta la Teoría del Mercado Dual, el cual propone que existen dos segmentos principales en los mercados laborales: el mercado primario y el mercado secundario. El primario ofrece empleo estable, buenas condiciones laborales y oportunidades de desarrollo profesional, mientras que el secundario se caracteriza por empleos temporales, condiciones laborales precarias y pocas oportunidades de avance. (Doeringer y Piore, 1971)

En el contexto de los sistemas acuapónicos, esta teoría puede aplicarse para entender las dinámicas del mercado laboral y los tipos de empleos generados. Los trabajos en el mercado primario podrían incluir roles en gestión, ingeniería y supervisión técnica, ya que conlleva tareas y procesos más tediosos y complejos a comparación del mercado secundario, tanto en las maneras de trabajar, como las facilidades que ofrece este mercado, nos basamos en esta teoría para que AQUAPLANET logre brindar oportunidades excelentes y sea un lugar completamente apto para trabajar, mencionando que "un sector primario, que contiene oportunidades laborales mejor remuneradas, más estables y, en general, más atractivas, y que incluye a los miembros más privilegiados de la fuerza laboral" (Piore 1980, p.27), debido a esto haremos un estudio complejo sobre los candidatos a los diferentes trabajos, tomando en cuenta sus capacidades, sus deseos de trabajar y demás puntos, esto para tener gente de la mejor capacidad, en la mejor disposición para trabajar con nosotros y que los sistemas acuapónicos sean elaborados de la mejor manera, con calidad y eficiencia en sus distintos procesos, esto que a su vez se vea reflejado en un buen sueldo que los motive.

"Los trabajos en el mercado primario incluyen roles en gestión, ingeniería y supervisión técnica, que requieren mayor especialización y ofrecen mejores condiciones laborales."

Metodología

Con el fin de lograr tener la información de la viabilidad de un modelo de negocio de un sistema acuapónico de AQUAPLANET, usamos un enfoque mixto, ya que se emplearon diferentes métodos en las encuestas realizadas a diversos segmentos, incluyendo especialistas, estudiantes y docentes de la Universidad Vizcaya de las Américas, campus Mérida, Yucatán. Se obtuvieron un total de 42 respuestas con fundamentos sólidos sobre el uso, la eficacia y la percepción de este modelo de negocio agroalimentario. Cabe señalar que la muestra fue de tipo no probabilística (bola de nieve), lo que permitió identificar patrones clave, detectar necesidades específicas de capacitación y recopilar información detallada sobre las expectativas del mercado local. Los datos obtenidos también brindaron insumos para proponer mejoras en los sistemas acuapónicos, orientadas a maximizar la eficiencia, la sostenibilidad y la aceptación social de esta tecnología en el sector agroalimentario de la región.

Con la finalidad de determinar el nivel de conocimiento de la población sobre los sistemas acuapónicos, se planteó un enfoque metodológico que recoge los paradigmas, desafíos y oportunidades que esta tecnología innovadora ofrece al sector agroalimentario, fomentando alternativas más sostenibles, productivas y respetuosas con el medio ambiente.

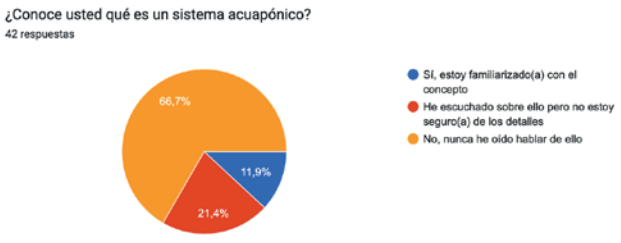


Figura 1 ¿Conoce usted qué es un sistema acuapónico?
Elaboración propia.



Figura 2 ¿Ha utilizado o posee actualmente un sistema acuapónico en su hogar o lugar de trabajo?
Elaboración propia.

Resultados

Los resultados del análisis financiero y de mercado indican que AquaPlanet es una opción viable y prometedora. Su sistema acuapónico permite una producción de alimentos local que reduce el impacto ambiental, optimizando el uso del agua y minimizando la huella de carbono. Esta característica sitúa al modelo como una solución sostenible en la región, alineada con las necesidades de prácticas agrícolas responsables y la creciente demanda de productos de origen local, ecológico y de alta calidad, adaptándose además a las tendencias globales de consumo consciente.

Desde el punto de vista comercial, AQUAPLANET tiene grandes oportunidades de posicionarse en el mercado local de Mérida, especialmente entre consumidores interesados en la sostenibilidad y en apoyar iniciativas ambientales. Existe un alto potencial para fortalecer la visibilidad de la marca mediante la participación en eventos sobre sostenibilidad, alianzas estratégicas con negocios locales y campañas educativas. Asimismo, la obtención de certificaciones ecológicas que respalden sus prácticas puede fortalecer su imagen, credibilidad y proyección, permitiendo además expandir su presencia en mercados emergentes y especializados.

“Su sistema acuapónico permite una producción de alimentos local que reduce el impacto ambiental, optimizando el uso del agua y minimizando la huella de carbono. Esta característica sitúa al modelo como una solución sostenible en la región, alineada con las necesidades de prácticas agrícolas responsables y la creciente demanda de productos de origen local, ecológico y de alta calidad.”

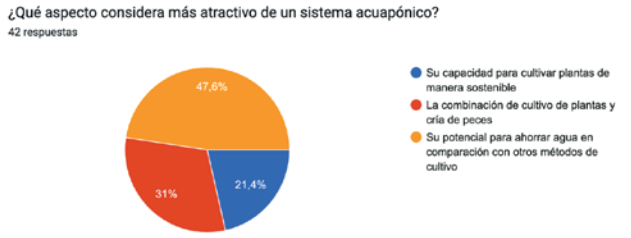


Figura 3 Aspecto más atractivo del sistema acuapónico

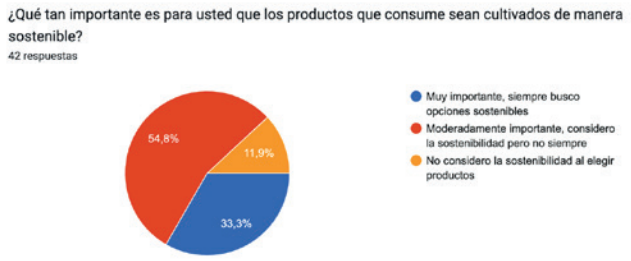


Figura 4 Importancia de consumir productos cultivados de manera sostenible

Referencias

- *Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120.*
- *Ruckman, K., & Marks, C. (2009). Definición de sostenibilidad y características de las prácticas sostenibles en México. Dirección estratégica de empresas sostenibles.*
- *Robbins, S. P., & Coulter, M. (2005). Administración (8va ed.). Pearson Educación.*
- *Werther, W. B., & Chandler, D. (2006). Strategic Corporate Social Responsibility. SAGE Publications.*
- *Somerville, C., Cohen, M., Pantanella, E., Stankus, A., & Lovatelli, A. (2014). Small-scale aquaponic food production: Integrated fish and plant farming. Food and Agriculture Organization of the United Nations.*

El Papel de la Mujer en las Disciplinas STEM

Autor: Dra. Yolisma Guadalupe López Fernández



Imagen Image-source.



Acerca del autor

Yolisma Guadalupe López Fernández
yolisma.lopez.fernandez@gmail.com

La autora es ingeniera civil por la Facultad de Ingeniería de la Universidad Autónoma de Yucatán, graduada en 2014. Ese mismo año, fue reconocida como el mejor promedio de su generación, recibiendo el premio Proser. En octubre de 2018, obtuvo su titulación de maestra en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional por el Instituto Tecnológico de Mérida. En marzo de 2024, completó el Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Yucatán. Actualmente, se desempeña como docente en universidades privadas y en la Facultad de Ingeniería de la Universidad Autónoma de Yucatán, donde imparte asignaturas en ciencias exactas y en el área de la construcción. Además, enseña "Género y Salud en el campo de la Estadística" en la Facultad de Medicina. Ha tomado diversos cursos relacionados con precios unitarios en ingeniería civil, ortografía, redacción, búsqueda de información en bases de datos, liderazgo y ha participado en congresos como el Amecider y el FEMESS, abordando temas de género y liderazgo femenino. También ha realizado una estancia de investigación y cuenta con un capítulo de libro titulado "Los Procesos Administrativos aplicados a las actividades productivas y de servicios Ecorfan" (ISBN: 978-607-8534-258). Además, tiene dos artículos publicados y ha presentado ponencias sobre equidad de género.

Abstract

A nivel global existe una reducida participación de las mujeres en las disciplinas científicas, tecnológicas, ingenieriles y matemáticas debido a normas sociales asociadas al género, estereotipos, brechas salariales vinculadas al nivel educativo, entorno familiar y estatus socioeconómico. Existen causas estructurales, así como sesgos y normas sociales que desencadenan dicha segregación de las mujeres en las mencionadas disciplinas. Por tal motivo es necesario motivar e impulsar mediante programas sociales la participación femenina en las carreras alusivas a la tecnología, matemáticas e ingenierías. Es importante mencionar que las costumbres tradicionalistas referentes al género determinan la poca o nula elección de las mujeres hacia el terreno de la investigación; estos prejuicios las vinculan hacia las áreas de investigación, educativas y de salud; ya que los campos de las ciencias exactas corresponden a los varones. Por tal motivo se requiere una motivación hacia las disciplinas STEM, independientemente del género, ya que todos los ámbitos laborales pueden ser desempeñados con eficacia por hombres y mujeres, sin ningún tipo de limitación. Es necesario adoptar una formación profesional inclusiva, así como políticas educativas que brinden interés y confianza por las habilidades científicas, lo cual permitirá reducir las brechas de género e incrementar el empoderamiento femenino, así como las oportunidades de liderazgo, para alcanzar una sociedad igualitaria y sana mediante el desarrollo de habilidades científicas e innovadoras; por ello son necesarias la motivación y capacitación equitativa en las áreas de las ciencias para garantizar el desarrollo sostenible y tecnológico en los proyectos científicos a nivel global y económico.

Palabras clave: *ESTEM, género, estereotipos, motivación, equidad.*

Introducción

Históricamente a pesar de los avances en el mundo globalizado, persiste una falta de inclusión femenina en las disciplinas STEM, existiendo una subrepresentación en dichos campos, debido a que los estereotipos de género ahondan la brecha generacional desencadenando inseguridad y baja autoestima en las mujeres para acceder a mejores oportunidades laborales en las áreas de ciencias, tecnología y matemáticas. Es necesaria la inclusión para favorecer la diversidad y desarrollar políticas incluyentes promoviendo y elevando los niveles de participación al fortalecer el talento femenino en las áreas de las ciencias y así lograr la equidad de oportunidades en todas las esferas profesionales. Dichas limitaciones se vinculan con el ámbito familiar, educativo, estatus socioeconómico y aspectos culturales. Es necesario destacar que la participación femenina en todos los ámbitos permite construir economías fuertes y sociedades justas mejorando la calidad de vida de las comunidades al crear una cultura de igualdad y fomentar el empoderamiento femenino en el campo científico.

Problemática

En la actualidad, a pesar de los avances en materia de derechos humanos y de equidad de género, en un gran número de países las mujeres laboralmente no ocupan cargos de importancia en los ámbitos de la ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas. Esta situación se ha mantenido debido a que los estereotipos de género limitan la matrícula de las mujeres a las carreras STEM; esta subrepresentación se contrapone al número de varones que se inscriben en dichas áreas de la investigación. Sin embargo, el número de mujeres se ha ido incrementando debido a los esfuerzos realizados por el Foro Económico Mundial que promueve la motivación femenina hacia los programas educacionales de STEM no obstante la brecha aún es notable (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2022). Es importante destacar que los roles de género se hacen patentes ya que los varones presentan tendencia hacia las carreras de ingeniería, construcción, tecnología y ciencias de la comunicación; en tanto que las mujeres se enfocan hacia las áreas educativas, artes, salud, ciencias sociales y periodismo, entre otras. Los datos recopilados por la UNESCO han revelado a nivel mundial que un bajo porcentaje de mujeres se enfocan hacia las áreas de investigación, debido principalmente a que requieren invertir una gran parte de su tiempo, limitando las actividades familiares consideradas propias de su género. Se observa que los porcentajes de las matrículas femeninas en estas áreas son muy bajos: tecnología (3%), matemáticas-estadística (5%), ingeniería-construcción (8%) (Gómez y Rojas, 2020).

> La brecha de género en el ámbito científico se incrementa por la influencia familiar determinada por los estereotipos de género existentes desde la infancia y adolescencia, encaminando a las jóvenes hacia otras áreas de estudio distantes de la investigación.

Existe una barrera generacional que se perpetua en los hogares y en las escuelas, limitando a las mujeres a las áreas de investigación y carreras profesionales relacionadas con las disciplinas STEM, ya que son consideradas no femeninas y propias del varón. Es de trascendental importancia modificar la ideología para alcanzar una educación de calidad acorde con los avances científicos y tecnológicos y con los objetivos del desarrollo sostenible. En el año 2020 en nuestro país se realizó un recuento que permitió establecer que por cada 100 hombres dedicados al área de la ingeniería únicamente existían 31 mujeres y que en el ámbito de las ciencias computacionales por cada 100 hombres solamente 42 mujeres se matriculaban en dicha área (Hernández y Hernández, 2024).

> Otra problemática que afecta al bajo número de mujeres dedicadas a las disciplinas STEM, es la baja representatividad en los roles de liderazgo, así como la brecha salarial asociada al género y los estereotipos que las limitan a ocupar puestos directivos de importancia, por lo cual existe una subrepresentación femenina en estas áreas. De acuerdo con el Informe Global del Foro Económico Mundial referente a la brecha de género las mujeres ocupan un 28% de los empleos de ingeniería y un 40% en el ámbito computacional (Aroesti, 2024).

Los datos referidos por Gómez y Rojas (2020), reflejan que la problemática ocasionada por las brechas de género disminuye la posibilidad de innovación científica y tecnológica requerida para afrontar los desafíos actuales de la investigación que requieren que la mayoría de la población independientemente del género se canalice hacia las áreas de investigación y disciplinas STEM. En América Latina y el Caribe existe una subrepresentación femenina en las áreas de investigación debido a los prejuicios, normas sociales y expectativas que obstaculizan la calidad de la educación de las niñas y mujeres hacia las disciplinas de la ciencia y la tecnología; ya que únicamente el 35% de los estudiantes enfocados a las disciplinas STEM son mujeres (Hernández y Hernández, 2024).

> **“Existe una barrera generacional que se perpetúa en los hogares y en las escuelas, limitando a las mujeres a las áreas de investigación y carreras profesionales relacionadas con las disciplinas STEM, ya que son consideradas no femeninas y propias del varón.”**

Objetivo

El presente artículo investigativo es de tipo documental, puesto que su finalidad es la recopilación de información de diversos autores, referente a la poca representatividad de las mujeres en las disciplinas STEM.

Según Bernal (2010), la investigación documental analiza la información escrita o gráfica acerca de un determinado tema con la finalidad de crear relaciones, semejanzas, diferencias, puntos de vista, opiniones y conocimientos alusivos al contenido del objeto de estudio.

La recopilación de la literatura incluye fuentes consultadas y utilizadas para medir o evaluar los conceptos de interés, enfoques o abordajes del tema en cuestión. Las fuentes más consultadas son libros, artículos o trabajos presentados en congresos, sistematizando en mayor medida la información, a la par que profundizan el tema que desarrollan al ser altamente especializadas (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

La investigación se basa en documentos, es decir en fuentes de referencia que aportan información y dan testimonio de una realidad o de un acontecimiento acerca de un tema de interés general (Bernal, 2010).

Antecedentes de la mujer en la ciencia



Imagen weshape.tech Ada Lovelace, cuyas contribuciones visionarias a la informática y su fascinación por los números y la música, son un testimonio del poder de la curiosidad y la innovación.

Las investigaciones de Ada Lovelace, primera programadora de la historia, para el desarrollo del software, constituyen una fuente de inspiración para las mujeres en el ámbito de las disciplinas STEM, al igual que los trabajos científicos y tecnológicos de otras investigadoras como Marie Curie, Katherine Johnson y Katya Echazarreta. Es importante para un empoderamiento femenino que las mujeres se involucren activamente en todos los ámbitos de la ciencia y la cultura; ya que el impacto femenino en las disciplinas STEM, promueve la igualdad, la innovación, la diversidad, la equidad y el progreso en el ámbito científico, lo cual se contrapone a la discriminación ancestral de la cual han sido víctima las mujeres. (Gómez y Rojas, 2020).

De acuerdo con los informes proporcionados por el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), en las últimas cuatro décadas se ha incrementado de manera significativa la participación de las mujeres en las universidades, ya que en 1977 representaban un 27% del estudiantado (Hernández y Hernández, 2024).

En el año 2016 la Universidad Nacional Autónoma de México, se unió a la campaña HeForShe, desde entonces en el Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia se llevan a cabo actividades enfocadas a la participación científica e incorporación de las mujeres a las disciplinas STEM y al campo del desarrollo sostenible, brindando una oportunidad significativa para la participación de las niñas y mujeres en las áreas científicas y tecnológicas (Aroesti, 2024).

En el año 2020 el porcentaje de mujeres en las áreas de la investigación (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas) se elevó al 52%. Sin embargo, los prejuicios de género aún continúan profundamente arraigados en el mercado laboral, debido a que los puestos directivos siempre favorecen a los varones y las mujeres reciben menores sueldos porque la brecha laboral se perpetúa (Plant, 2022)

En un porcentaje importante de los países se promueve la atracción femenina hacia las áreas STEM, principalmente en matemáticas y en física, ya que las mujeres han demostrado que pueden destacar y realizar estudios de investigación al igual que sus pares masculinos (Gómez y Rojas, 2020).

México

En nuestro país las diferencias y los prejuicios de género se reflejan con claridad en el ámbito profesional de las áreas científicas y tecnológicas, debido a que son consideradas propias de los varones, mientras que las mujeres deben enfocarse a otras áreas referentes a la salud y a la educación, así como al cuidado del hogar y de los hijos.

La información recopilada en 2018 por el Centro de Investigación de la Mujer en la Alta Dirección y las estadísticas de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior reveló que el 38% de las mujeres estudian carreras STEM y que el 62% otro tipo de licenciaturas, en tanto que en los varones el 54% cursa carreras STEM y el 46% se enfoca hacia otras disciplinas (Hernández y Hernández, 2024).

En México las disciplinas elegidas por las mujeres son educación (71% de la matrícula), biológicas (65%) y económicas (56%). En el caso de los hombres las áreas más elegidas son ingenierías (74%), ciencias físico-matemáticas (64%) y arquitectura-urbanismo (58%). Estos datos reflejan la tendencia de las mujeres a las áreas educativas y biológicas, en tanto que los varones se enfocan hacia las disciplinas ingenieriles y físico-matemáticas (Plant, 2022).

Causas de la subrepresentación de las mujeres en STEM

En las disciplinas STEM a nivel internacional se mencionan barreras verticales y horizontales que especifican la subrepresentación femenina en dichos campos laborales. En el caso de las verticales existe una limitación de liderazgo en los ámbitos investigativos y académicos. Las barreras horizontales se relacionan con la autopercepción y la eficacia personal, alusivas a factores individuales que determinan la capacidad y desempeño de las niñas y mujeres en el campo de las ciencias, sustentados por estereotipos de género adquiridos en el medio ambiente intrafamiliar desde la infancia. Desde la adolescencia, a nivel secundaria las niñas consideran que los trabajos de programación son propios de los varones y las labores referentes a la industria textil propios de ellas. Conforme las adolescentes avanzan en sus estudios de bachillerato y profesionales esta ideología se va modificando ya que el terreno de la tecnología y programación se va haciendo indispensable en las actividades formativas y académicas (Szenkman y Lotitto, 2020).

Existen factores de naturaleza social que influyen en la poca motivación ejercida por los padres de familia para que las niñas no opten por el campo de la investigación científica, debido a la influencia de los prejuicios de género y a la carencia de modelos a seguir existentes en sus familias. Sin embargo, si hubiera una motivación que despertara el interés por las disciplinas STEM se pudiera incrementar la probabilidad de considerar como elección profesional las carreras vinculadas a estas áreas.

Se observa de manera palpable que en el entorno escolar los materiales educativos muchas veces están vinculados con orientaciones referentes al género; del mismo modo los bajos recursos familiares reducen las expectativas de aprendizaje y la motivación para orientarse hacia el campo de la investigación en las ciencias exactas (Gómez y Rojas, 2020).

Importancia de fomentar la elección entre las mujeres hacia las carreras STEM y su vínculo con los objetivos de

En la actualidad es importante realizar acciones para promover la protección medioambiental en nuestro planeta, mediante la observancia del cuidado de los recursos naturales. Por esta razón la Organización de las Naciones Unidas, desarrolló la Agenda 2030 con un programa de acciones para preservar los recursos del planeta. Para ello se requieren soluciones innovadoras que se promueven gracias a las disciplinas STEM, principalmente en las áreas de salud, infraestructura, agricultura y energías renovables buscando soluciones para las problemáticas actuales con proyección a futuro. El desarrollo de las disciplinas STEM ofrece beneficios vinculados con la innovación y el crecimiento económico ya que incrementan la competitividad de los sectores productivos y tecnológicos (Szenkman y Lotitto, 2020).

De acuerdo con la Agenda 2030, las disciplinas STEM permiten el desarrollo y la educación fomentando conocimientos, comportamientos, actitudes y habilidades para la inclusión y la sustentabilidad. Es importante destacar que la no inclusión de las mujeres en el campo de las ciencias perpetúa e incrementa las brechas de desigualdad de género limitando y obstaculizando la equidad de oportunidades de las mujeres en los ámbitos científicos y tecnológicos (Gómez y Rojas, 2020).

Las profesiones vinculadas a las disciplinas STEM presentan una ventaja de una mejor remuneración debido a que el porcentaje de egresados es menor en comparación con otras áreas que no involucran a las ciencias exactas, sin embargo; en el caso de las mujeres existe una subrepresentación en estas áreas de las ciencias lo cual genera una segregación laboral con implicaciones socioeconómicas, así como un reforzamiento de la brecha salarial de género (Aroesti, 2024). Es importante incrementar la participación de las mujeres en estas áreas fomentando la inclusión y el liderazgo; ya que si la fuerza de trabajo se diversifica se incrementan los productos científicos y tecnológicos, así como la igualdad de género, por tal motivo se favorecen las habilidades y oportunidades de las mujeres en estas áreas de las ciencias, destacando que la igualdad de participación en las disciplinas STEM genera un impulso importante para reducir la brecha salarial vinculada al género.

En México existe un sesgo femenino enfocado a las áreas menos remuneradas y alejadas de las disciplinas STEM, en tanto que en los hombres, estas disciplinas científicas y tecnológicas son las más elegidas.

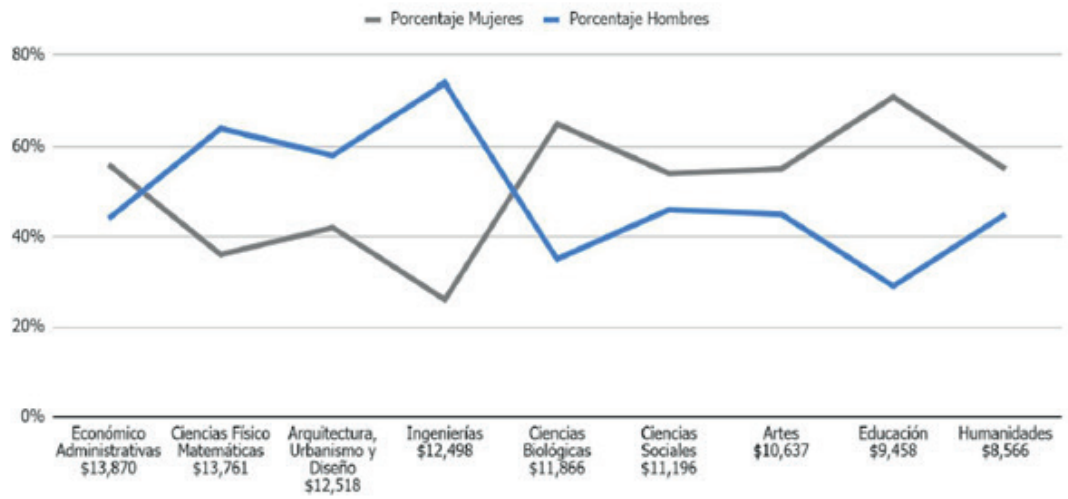


Figura número 1 Porcentaje de mujeres y hombres que estudian diferentes disciplinas en México.
Fuente: ONU Mujeres (2022).

> **“La igualdad de participación en las disciplinas STEM genera un impulso importante para reducir la brecha salarial vinculada al género.”**

En la gráfica se ilustra un incremento de la participación de las mujeres en las áreas económico-administrativas, ciencias sociales y educación, en tanto que las ingenierías, ciencias exactas y arquitectura son más elegibles por los hombres. Por tal motivo es necesaria la motivación para que las jóvenes estudien carreras STEM reduciendo la brecha salarial y de género existente en nuestro país. Es preciso disminuir la desigualdad de género para fomentar la participación de las mujeres en las áreas científicas y tecnológicas para incrementar la productividad científica de nuestro país notable (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2022).

Conclusiones

En esta investigación se destaca la importancia y concientización de la participación de las mujeres en las carreras STEM, esenciales para el desarrollo tecnológico y científico de la sociedad. En nuestro país, los hombres eligen sus carreras con una amplia gama de oportunidades, basándose en la libre elección, mientras que las mujeres, influenciadas por los prejuicios de género y las expectativas sociales, ven reducidas sus oportunidades académicas y laborales. En este aspecto, la familia adquiere relevancia por su influencia en la ideología femenina y la percepción de las capacidades individuales. Por tal motivo, es importante reforzar el estudio de las ingenierías, arquitectura y ciencias exactas, así como promover iniciativas educativas y sociales que eliminen los estereotipos

de género en las diversas áreas de estudio de las disciplinas STEM. Es necesario proporcionar información y orientación vocacional en estas áreas para lograr la inclusión femenina y una representación equitativa en las mencionadas disciplinas.

Se establece que es fundamental la erradicación de los roles de género para que, en un mundo globalizado donde imperan la tecnología y la innovación, exista una tendencia hacia la evolución y expansión de estas áreas, independientemente del género, desafiando barreras estructurales y demostrando el liderazgo femenino en el ámbito profesional y académico de las disciplinas STEM.

> **“Es fundamental erradicar los roles de género para que, en un mundo globalizado donde imperan la tecnología y la innovación, exista una representación equitativa y se demuestre el liderazgo femenino en las disciplinas STEM.”**



Imagen West End.

Referencias

- *Aroesti, S. (2024). El papel de la mujer en STEM. Revista Las que facturan. https://www.lasquefacturan.org/post/el-papel-de-la-mujer-en-stem*
- *Bernal, C.A. (2010). Metodología de la investigación para administración y economía. Bogotá: Prentice Hall Pearson.*
- *Gómez, E. y Rojas, G. (2020). Mujeres eligiendo carreras STEM. IPADE BUSINESS SCHOOL. Universidad Panamericana. https://www.ipade.mx/newsmedia/factor-humano/estudio-de-impacto-mujeres-eligiendo-carreras-stem/*
- *Hernández, C. y Hernández, M. (2024). Revelando la brecha de género en STEM: experiencias de mujeres egresadas de un Instituto Tecnológico Federal Scielo. ISSN 0188-6266 https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-62662023000100142*
- *Hernández, Fernández y Baptista. (2014). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.*
- *Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo ONU MUJERES. (2022). Necesitamos más mujeres en carreras STEM. https://lac.unwomen.org/es/stories/noticia/2022/02/necesitamos-mas-mujeres-en-carreras-stem*
- *Plant, I. (2022). Cinco mujeres STEM apuestan por cerrar la brecha. Revista Piensa Digital. https://www.latercera.com/piensa-digital/noticia/cinco-mujeres-stem-apuestan-por-cerrar-la-brecha/T4GTB36UB5ASRBHR5G4I5FFLAQ/*
- *Szenkman, P. y Lotitto, E. (2020). Mujeres en STEM: cómo romper con el círculo vicioso. CIPPEC. Documento de políticas públicas. https://www.cippec.org/wp-content/uploads/2020/11/224-DPP-PS-Mujeres-en-STEM-Szenkman-y-Lotitto-noviembre-2020-1.pdf*

Evaluación de las Tendencias de Gasto y Consumo Relacionadas con la Educación Financiera y las Redes Sociales en la Generación Z

Autores: Ana María Quetama Galindo, Juliana Abreo Gómez, Ana Sofía Valencia, y Lina Marcela Padilla-Delgado



Imagen Seventy Four Images. Explorando las tendencias de consumo y hábitos financieros de la Generación Z en Santiago de Cali: un análisis desde la educación financiera y la influencia digital.

Abstract

The present study aims to analyze the spending and consumption trends of Generation Z among students enrolled in the schools of economics at the five most representative private universities in Cali, as identified by the 2022 Saber Pro ranking: San Buenaventura University, Javeriana University, Icesi University, and Universidad Autónoma de Occidente. To achieve this, an exploratory and descriptive methodology was employed, this research seeks to identify consumption trends, purchasing preferences, and spending patterns among young individuals of this generation, with particular attention to the influence of factors such as financial education and social networks. The findings aim to provide valuable insights into how Generation Z manages their finances and makes economic decisions in a rapidly digitalizing and dynamic environment. These insights are expected to benefit both business marketing strategies and educational initiatives focused on improving personal financial literacy.

Keywords: *Financial education, spending, consumption, social networks, generation Z.*

Acerca de los autores

Juliana Andrea Abreo Gómez
jaabreog@correo.usbcali.edu.co
Estudiante de Mercadeo y Administración en la Universidad de San Buenaventura, Colombia. Especializada en Marketing Digital y Comportamiento del Consumidor, ha participado como ponente en eventos académicos como el Congreso Latinoamericano de Marketing Social 2023 y el VIII Encuentro de Investigadores de Semilleros. Su objetivo profesional es desarrollar estrategias de mercadeo innovadoras basadas en el análisis del consumidor y herramientas digitales.

Ana Sofía Valencia López
asvalencial@correo.usbcali.edu.co
Estudiante de Mercadeo, Negocios Internacionales y Finanzas en la USB Cali, donde también es representante estudiantil. Integra el semillero de investigación en Mercadeo y el grupo INSPIRAVIDA. Ha presentado ponencias en eventos como el II Congreso Binacional de Ciencias Económicas y el 5º Congreso Latinoamericano de Marketing Social, enfocándose en comportamiento del consumidor, marketing internacional y finanzas corporativas.

Ana María Quetama Galindo
amquetamag@correo.usbcali.edu.co
Estudiante de doble programa en Mercadeo, Negocios Internacionales y Finanzas. Ha participado en eventos como el Congreso Latinoamericano de Marketing Social 2023 y el IV Congreso Internacional Reflexiones sobre Administración, destacándose en investigación y desarrollo de soluciones innovadoras con enfoque sostenible.

Lina Marcela Padilla-Delgado
lmpadillad@usbcali.edu.co
Candidata a doctora en Administración de Negocios, con maestría en Publicidad Integrada y especialización en Mercadeo. Es administradora de negocios y directora del grupo de investigación en Economía, Gestión y Desarrollo Sostenible, con un enfoque en creatividad y estrategia.

Introducción

La Generación Z, compuesta por jóvenes nacidos entre mediados de la década de 1990 y 2010, se ha consolidado como un grupo demográfico de creciente influencia en la sociedad contemporánea. En un contexto de interconexión digital sin precedentes, esta generación ha desarrollado patrones de consumo y comportamiento financiero distintivos que están transformando las dinámicas del mercado y desafiando las estrategias tradicionales de marketing.

El presente estudio se enfoca en las tendencias de gasto y consumo de los jóvenes de la Generación Z, con especial atención a los estudiantes de las facultades de ciencias económicas de las cinco universidades privadas más destacadas de la ciudad de Santiago de Cali, según el ranking de las pruebas Saber Pro 2022 (Clasificación de Universidades Cali, 2022). A través de un enfoque de investigación cuantitativo-descriptivo, se pretende identificar las preferencias de compra, las tendencias de consumo y los hábitos financieros de este segmento poblacional.

La investigación explora factores clave como la educación financiera, la influencia de las redes sociales y las prácticas de consumo inmediato, aspectos que inciden significativamente en las decisiones de compra de la Generación Z. Los hallazgos del estudio no solo proporcionarán datos relevantes sobre cómo este grupo gestiona sus finanzas y toma decisiones en un entorno digital y dinámico, sino que también ofrecerán insumos valiosos para el diseño de estrategias de marketing más efectivas y la implementación de programas educativos financieros adaptados a sus necesidades específicas. En última instancia, esta investigación busca contribuir a una comprensión más profunda y holística del impacto económico y social de la Generación Z, iluminando su rol en el entorno actual y ofreciendo perspectivas clave para diversos sectores interesados en este grupo demográfico.



Ilustración Stonedburo

Problemática

El problema central de esta investigación radica en la carencia de información específica y actualizada sobre las tendencias de gasto y consumo de la Generación Z, particularmente en el contexto de los estudiantes universitarios en Cali. Aunque existen estudios previos sobre hábitos de consumo y comportamiento financiero, estos no profundizan en cómo factores contemporáneos, como la educación financiera y la influencia de las redes sociales, están transformando las decisiones económicas de esta generación. Para abordar este vacío, resulta crucial describir y analizar las dinámicas de consumo de la Generación Z en este entorno específico. Esta información no solo será valiosa para las instituciones académicas, sino también para las empresas y organizaciones interesadas en ajustar sus estrategias de marketing y desarrollo de productos a las necesidades emergentes de este grupo. De este modo, el estudio busca contribuir al diseño de enfoques más efectivos que impulsen el desarrollo económico y empresarial en la región.

Objetivo general

El objetivo principal de esta investigación es analizar cómo las redes sociales y la educación financiera impactan las tendencias de gasto y consumo de los jóvenes universitarios de la Generación Z en Santiago de Cali. Para ello, se busca identificar, mediante revisión de literatura, los factores que influyen en estas tendencias, describir la relación entre sus hábitos de consumo y el uso de redes sociales y su nivel de educación financiera, y finalmente, proponer estrategias y recomendaciones prácticas dirigidas a empresas y universidades que orienten sus esfuerzos hacia este público objetivo.

Teorías

La Generación Z, considerada la primera generación que ha crecido completamente interconectada con el mundo, nació en un contexto donde la World Wide Web ya estaba establecida y accesible en la mayoría de los hogares (Cachón & Vilanova, 2016). Aunque no existe consenso sobre las fechas exactas, generalmente se considera que incluye a quienes nacieron entre 1994 y 2009. Esta generación se caracteriza por haber crecido en un entorno donde Internet y la conectividad eran fundamentales en su vida cotidiana. Los jóvenes de esta generación muestran un interés significativo por la gestión financiera, siendo cautelosos n las deudas y adoptando herramientas para administrar sus presupuestos. Por ejemplo, según una encuesta realizada por NerdWallet en 2020, el 68% de los jóvenes de la Generación Z en Estados Unidos utilizó herramientas de presupuesto (Bell, 2023). Además, estos jóvenes están adoptando un enfoque de consumo consciente, priorizando la relación calidad-precio y el ahorro.



Ilustración Stonedburo

Una característica distintiva de esta generación es su preferencia por el acceso y la experiencia sobre la propiedad. Como señalan Cachón y Vilanova (2016) en un estudio para Deusto Business School, los jóvenes han pasado del "lo tengo" al "tengo acceso", lo que impulsa a las marcas a adaptar sus estrategias para satisfacer estas demandas de inmediatez y flexibilidad. Sin embargo, en el caso de Colombia, factores como la desinformación generacional, la desigualdad económica y la falta de políticas educativas en temas financieros han limitado el desarrollo de una cultura financiera sólida. Según Marín (2020), esta deficiencia se refleja en que un gran porcentaje de los gastos de los jóvenes se destina a actividades de ocio o entretenimiento, en lugar de una gestión financiera más equilibrada.

> La Generación Z presenta preferencias de consumo bien definidas, especialmente entre los jóvenes universitarios de Cali, quienes destinan sus recursos principalmente a ropa, comida, tecnología y viajes. Según el estudio de González (2019), esta generación invierte notablemente en productos electrónicos y tecnológicos. Entre los artículos más destacados se encuentran Smartphones de última generación, dispositivos portátiles como relojes inteligentes y auriculares inalámbricos, reflejando su interés en mantenerse conectados y alineados con las tendencias tecnológicas más recientes. Una particularidad relevante para analizar en esta población es el método de pago que prefieren. Un alto porcentaje de jóvenes continúa utilizando dinero en efectivo debido a las barreras de acceso a entidades bancarias. Sin embargo, el desarrollo de plataformas digitales como Nequi y Daviplata ha facilitado el consumo, ofreciendo soluciones ágiles y promoviendo el uso de tecnologías financieras (Pérez, 2022).

"La Generación Z, caracterizada por priorizar el acceso y la experiencia sobre la propiedad, impulsa a las marcas a adaptarse a sus demandas de inmediatez, flexibilidad y consumo consciente."

En comparación con generaciones anteriores, la Generación Z muestra un aumento significativo en el uso de tarjetas de crédito y créditos educativos. Según un informe de TransUnion, aproximadamente 2.8 millones de jóvenes colombianos de esta generación tienen algún tipo de crédito, consolidando a las tarjetas de crédito como uno de los productos financieros más populares entre este grupo. Este patrón contrasta con el comportamiento observado en los millennials a la misma edad, evidenciando una mayor integración de herramientas financieras en el consumo cotidiano de los Gen Z (Transunion. 2020).

El estudio mencionado destaca que el mercado colombiano es emergente y que la Generación Z tiene un historial crediticio más limitado en comparación con la Generación X. Sin embargo, esta generación muestra un mayor consumo y una creciente demanda de créditos, lo que ha impulsado oportunidades de crecimiento para las fintech. Estas empresas han adaptado sus modelos, otorgando confianza a los jóvenes y considerando no solo su historial crediticio, sino también tendencias del sector real para evaluar perfiles de riesgo. Esto les permite tomar decisiones más informadas y diseñar ofertas específicas que respondan a las necesidades de esta generación.



Metodología

La metodología de investigación para responder a la pregunta "¿Cómo influyen las redes sociales y la educación financiera en las tendencias de gasto y consumo de la Generación Z entre jóvenes universitarios de Santiago de Cali?" empleará un enfoque cualitativo-descriptivo, combinando datos de cuestionarios descriptivos y entrevistas para obtener una comprensión integral de las tendencias de gasto y consumo de los estudiantes de la Generación Z. Este diseño de alcance descriptivo abordará la pregunta desde múltiples perspectivas, comenzando con una revisión exhaustiva de literatura académica y fuentes confiables para enmarcar los resultados en un contexto teórico sólido. Para la recolección de datos, se administraron 228 encuestas estructuradas en línea a estudiantes seleccionados de las facultades de Ciencias Económicas de las universidades San Buenaventura, Icesi, Javeriana y Autónoma de Occidente, explorando hábitos de gasto, preferencias de compra, influencia de redes sociales y nivel de educación financiera. La selección de la muestra garantizará la representación adecuada de los estudiantes de estas universidades, permitiendo un análisis robusto y contextualizado de las dinámicas de consumo en la Generación Z.

Resultados

Se recolectaron un total de 228 respuestas para este estudio, de las cuales el 55.4% corresponden a mujeres y el 44.6% a hombres, todos ellos estudiantes de pregrado de las cuatro universidades participantes: Universidad San Buenaventura Cali, Universidad Icesi, Universidad Javeriana y Universidad Autónoma de Occidente. De estos, el 65.3% pertenecen a la Universidad San Buenaventura, el 15.8% a la Universidad Autónoma de Occidente, el 13.4% a la Universidad Icesi y el 4.0% a la Universidad Javeriana. Los estudiantes pertenecen a la facultad de ciencias económicas y empresariales y cursan programas como Administración de Empresas, Economía, Mercadeo, Finanzas, Negocios Internacionales, Publicidad y Contaduría Pública. La mayoría, el 77.8%, tienen entre 18 y 21 años.

> **"El 77.8% de los encuestados tienen entre 18 y 21 años, destacando un enfoque en el consumo de servicios como streaming y bienestar, con Instagram como la red social más influyente en sus decisiones de compra."**

En cuanto a las fuentes de ingresos, el 79.2% de los estudiantes cuentan con alguna fuente, mientras que el 20.8% no disponen de ingresos propios. Las principales fuentes incluyen mensualidades o mesadas proporcionadas por familiares, emprendimientos, inversiones y trabajos. Sus ingresos varían entre menos de 100 mil pesos colombianos y montos superiores a un millón de pesos. En relación con los hábitos de consumo, los jóvenes de la Generación Z investigan y consultan información previa a realizar una compra. Las redes sociales (75.9% de interacción) y las páginas web o tiendas en línea (83.3%) son los medios más utilizados para obtener información sobre productos o servicios. Además, las redes sociales influyen significativamente en las decisiones de compra, con el 64.4% de los estudiantes afirmando haber realizado compras bajo esta influencia. Instagram destaca como la red más influyente, con un 72.3% de impacto en la intención de compra, mientras que Pinterest muestra la menor incidencia.

La Generación Z se caracteriza por consumir más servicios que productos. Los servicios más demandados incluyen suscripciones a plataformas de streaming de música, video o películas (61.5%) y membresías relacionadas con el bienestar físico y mental, como gimnasios, yoga o pilates. Por otra parte, productos como artículos de belleza y cuidado personal también son adquiridos mediante suscripciones o pagos recurrentes. En cuanto al nivel de educación financiera, el 52.5% de los estudiantes lo califican como promedio, el 30.2% consideran que tienen un nivel alto, el 8.9% lo perciben como bajo, el 4.5% como muy alto y solo el 3.0% lo definen como muy bajo. Respecto a los métodos de pago preferidos, las tarjetas de débito (36.7%) y las billeteras digitales como Nequi o Daviplata (24.8%) lideran las preferencias, seguidas por el efectivo (35.8%). Las tarjetas de crédito tienen una menor adopción debido a la baja vida crediticia de este grupo.

En términos de créditos, solo el 17.3% de los estudiantes solicitó uno en los últimos 12 meses, mientras que el 82.7% no lo hicieron. Entre quienes los utilizan, el 19%

los destina a educación, el 10% a viajes y el 6% a tecnología. Sin embargo, el 53% de los encuestados declaró no usar créditos para ningún propósito, lo que podría indicar barreras de acceso o rechazos en sus solicitudes. Otros usos menores incluyen inversiones, compra de automóviles y gastos generales, representando porcentajes marginales.

Estrategias prácticas para abordar a la Gen Z en términos de gasto y consumo

Para captar el interés de la Generación Z, las empresas deben implementar estrategias que optimicen sus canales de venta, enfocándose en ofrecer inmediatez y facilidad de acceso. Esto incluye mejorar la cadena de suministro para reducir los tiempos de espera a un máximo de dos días, introducir envíos el mismo día y aprovechar herramientas de transformación digital para gestionar pedidos de manera eficiente. Además, esta generación prioriza el acceso sobre la propiedad, por lo que es fundamental digitalizar productos mediante membresías, planes de suscripción y servicios como cursos, certificaciones y comunidades exclusivas que estén disponibles desde cualquier dispositivo, en cualquier momento y lugar.

La presencia activa en redes sociales es esencial para generar confianza y conexión con este público. Estrategias de marketing digital que incluyan contenido auténtico y valioso, publicaciones constantes, y la participación de influencers en tendencias de moda pueden aumentar significativamente el compromiso y la conversión en el embudo de ventas. Crear comunidades leales es clave para convertir seguidores en clientes recurrentes. Asimismo, es importante fomentar el ahorro y la inversión a través de alianzas estratégicas entre universidades y entidades financieras. Estas alianzas pueden incluir campañas de sensibilización y productos financieros adaptados a los jóvenes, como fondos de inversión que protejan sus ahorros de la inflación y les ofrezcan rendimientos mientras estudian. Promover la diversificación en mercados extranjeros también puede ser una forma eficaz de incentivar el consumo consciente y la planificación financiera a largo plazo.

Por último, la inclusión financiera debe ser una prioridad. Las empresas e instituciones pueden desarrollar programas prácticos de educación financiera que incluyan la gestión de finanzas personales y el uso de activos digitales, como billeteras virtuales y wallets. Esto no solo fomenta un mayor interés por el manejo responsable de los recursos financieros, sino que también impulsa la innovación y reduce costos de transacción, incentivando el consumo de los productos y servicios ofrecidos.

> **“Estrategias clave para captar a la Generación Z: optimizar la inmediatez en entregas, digitalizar productos con suscripciones y fomentar la educación financiera mediante alianzas estratégicas y billeteras virtuales.”**



Ilustración Stonedburo

Referencias

- *BBVA, B. (2018). Generación Z, ¿quiénes son y cómo utilizan el dinero? Recuperado de https://www.bbva.com/es/generacion-z-quienes-utilizan-dinero/.*
- *Bell, A. (2023). Comprender a la Gen Z. WSGN. Recuperado de https://www.wgsn.com/es/blogs/comprender-la-gen-z.*
- *Clasificación de Universidades Cali. (2022). Saber Pro | Universidad Icesi - Cali, Colombia. https://www.icesi.edu.co/saberpro/index.php/resultados/ranking-de-universidades-cali*
- *Cachón, I. O., & Vilanova, N. (2016). Generación Z. El último salto generacional. Deusto Business School.http://ethic.es/wp-content/uploads/2016/04/ResumenEjecutivo_GeneracionZ_140315-2.pdf*
- *Critikián, D. M. C., Solano Altaba, M., & Serrano Oceja, J. F. (2022). Hábitos de consumo de moda a través de influencers en la generación z. San pablo. https://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/1387/2229*
- *Hoefel, T. F. (2018). 'True Gen': Generation Z and its implications for companies. Mckinsey&Company. Recuperado de http://www.drthomaswu.com/uicmpaccsmac/Gen%20Z.pdf.*
- *Honey, S. &. (2015). Gen Z 2025 the final generation. Recuperado de https://static1.squarespace.com/static/5b553895697a98cf2cef2bc6/t/5bb92412f4e1fc3d3ba7df82/1538860063251/s%26h_2015_Q3_Gen_Z_w.pdf.*
- *INE - Instituto Nacional de Estadística. (n.d.). Glosario de Conceptos. INE - Instituto Nacional De Estadística. https://www.ine.es/DEFIne/es/concepto.htm?c=4514&tf=&op=*
- *Lemus, J. SVP Group Country Head Visa América Latina y el Caribe (2022). El comportamiento de los auténticos nativos digitales que puede reactivar el crecimiento comercial. Visa.com. https://images.globalclient.visa.com/Web/InovantElqVisaCheckout/%7Bd92b5758-afd1-4367-88cb-82242ac0c146%7D_GEN_Z_paper_SPA.*
- *pdf?elqTrackId=a56d9e1ff77348d09b37220e09f9c8b1&elqaid=2881&elqat=2*
- *Marín, S. P. C. (2020, April). Cultura financiera de los jóvenes colombianos. https://digitk.areandina.edu.Co/Bitstream/Handle/Areandina/3752/Cultura%20financiera%20jovenes.Pdf?Sequence=3&isAllowed=y.*
- *WWPáramo Morales, D. (2022). Apuntes sobre la historia de la investigación de comportamiento del consumidor. Revista científica Pensamiento y Gestión, 52, 1–1. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762022000100001*
- *Pérez, W. G. (2022). Los monederos digitales y su experiencia de uso en Colombia y México. ("Resumen de Los monederos digitales y su experiencia de uso en ... - Dialnet") Dialnet. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8642563.*
- *Transunion Colombia. (2020, February 11). "Tarjeta de crédito, el producto del sector financiero más popular en este grupo generacional." ("Tarjeta de crédito, el producto del sector financiero ... - TransUnion") 2,8 millones de jóvenes colombianos de la Generación Z con crédito. https://noticias.transunion.co/tarjeta-de-credito-el-producto-del-sector-financiero-mas-popular-en-este-grupo-generacional-28-millones-de-jovenes-colombianos-de-la-generacion-z-con-credito/*
- *Vargas, G. (2021). "Estos son los productos en tendencia más comprados por los jóvenes." ("Estos son los productos en tendencia más comprados por los jóvenes ...") Recuperado de https://www.revistapym.com.co/articulos/consumidor/40221/estos-son-los-productos-en-tendencia-mas-comprados-por-los-jovenes.*
- *VisionCritical. (2016). The everything guide to Generation Z. Recuperado de https://www.visioncritical.com/resources/the-everything-guide-to-gen-z*
- *Wood, S. (2013). Generation Z as consumers: trends and innovation. Institute for Emerging Issues: NC State University, 119(9), 7767-7779. Recuperado de https://archive.iei.ncsu.edu/wp-content/uploads/2013/01/GenZConsumers.pdf.*
- *Weinswig, D. (2016). "Gen Z: Get ready for the most self-conscious, demanding consumer segment." ("Gen Z: Get Ready for the Most Self-Conscious, Demanding Consumer Segment") Fung Global Retail & Technology, 1-19. https://www.deborahweinswig.com/wp-content/uploads/2016/08/Gen-Z-Report-2016-by-Fung-Global-Retail-Tech-August-29-2016.pdf*

La Resiliencia en Dos Grupos del Sexto Año de Primaria de Una Institución de Educación Privada

Autor: Eric José Gamboa Ruiz
eric.gamboa@tecmilenio.mx



Imagen Anna Stills

RESUMEN

El presente estudio se realizó con el objetivo general de evaluar los resultados de un programa para potenciar la resiliencia en un grupo de estudiantes del sexto grado de primaria de una escuela católica privada. Por su naturaleza, el estudio fue de corte mixto, con un alcance exploratorio. Participaron 42 individuos divididos en dos grupos: uno con 21 estudiantes fue el grupo control y otro con 21 estudiantes, el grupo experimental. Se encontró que no hay diferencias estadísticamente significativas entre los promedios de las respuestas dadas por los que conformaron el grupo control y el grupo experimental en la post aplicación de la resiliencia, así como cada uno de los factores que la conforman. Se concluyó que es necesario hacer más estudios del tema para poder encontrar evidencia que permita validar con efectividad el taller diseñado.

ABSTRACT

The present study was carried out with the general objective of evaluating the results of a program to enhance resilience in a group of sixth grade primary school students from a private Catholic school. Due to its nature, the study was mixed, with an exploratory scope. 42 individuals participated, divided into two groups: one with 21 students was the control group and another with 21 students, the experimental group. It was found that there are no statistically significant differences between the averages of the responses given by those who made up the control group and the experimental group in the post-application of resilience, as well as each of the factors that make it up. It was concluded that it is necessary to do more studies on the topic to find evidence that allows the designed workshop to be effectively validated.

Keywords: *Resilience, Organizational Diagnosis, Improvement Action Plan.*

Introducción

En la actualidad, las organizaciones educativas están experimentando un proceso de transformación, entre otros, por el tránsito de un enfoque conductista a uno mucho más orientado al desarrollo de competencias, basándose en el marco cognitivo-conductual y socio histórico (Gospodinov, 2018).

Los estudiantes de educación primaria están implicados en un proceso en el que deben ir asimilando y aprendiendo el saber conocer, saber ser y saber convivir (UNESCO, 2021). En pocas palabras, se estaría fomentando el uso de la parte emocional, no únicamente la cognitiva.

> La educación, por todo lo anterior, se encuentra en un cambio paradigmático y los estudiantes han ido encontrando su potencial y sus capacidades de influencia. Esto no se podría lograr si no se diera cabida a los sentimientos en el currículum escolar. Elk profesor por todo esto tiene que estar en constante actualización (Delors, 1996). El no hacerlo, haría que el aprendizaje se mantuviera estático, cuando en realidad el papel de la educación es activo (Rodrigues, 2021).

En la presente investigación se pretendió considerar todo lo aquí expuesto para esquematizar lo logrado con un programa de resiliencia que se administró a estudiantes del sexto grado de primaria de una escuela de educación católica de tipo privado. Se diseñó para fines de esta investigación un taller, el cual tenía actividades. Se procuro que el programa impactara de forma transversal, es decir, que pueda valorarse y aplicarse de manera ágil. El programa diseñado fue elaborado específicamente para este nivel.

“Los niños con competencias en el campo de la inteligencia emocional tienen mayor éxito en la escuela, se integran más fácilmente en entornos laborales y personales, y son más felices, destacando la importancia de la inteligencia emocional en el desarrollo integral.”

Marco teórico

En el trascurso de la vida es más importante ir comenzando a aprender cómo descifrar el código emocional y cómo aprender a ejercitarla en función de la resiliencia. Se considera que, aunque es algo que ya se conoce, no se privilegia. No obstante, cuando se quiere contratar a un personal en una organización se estudian y analizan a detalle sus competencias, razón por la cual es importante el estudio de este tema, ya que aportará beneficios directos al propio estudiante al implementarse (Fandiño, 2008).

> El ámbito escolar está iniciando el camino de transformación. La educación se anda reinventando, y en últimas fechas presta más atención a la inteligencia emocional y a la resiliencia. De hecho, se les estudia y analiza en algunos textos del tema, algunos familiares y populares, otros no tanto (APA, 2011; ICATECH, 2020; INSPIRA, 2021).

La sociedad en general está requiriendo estudiantes mejor formados, que integren valores y actitudes que los lleve a ser mejores individuos (Delors, 1996). Si bien es algo subjetivo y que no siempre se mide, en la educación se pueden ir integrando prácticas que involucren el adecuado ejercicio como profesor y que, si existiese alguna evaluación al respecto, se pudiera decir que fue debido a su elevado coeficiente emocional que un alumno tuvo éxito académico, qué permaneció en sus estudios toda la duración del programa educativo, etc. (Goleman, 2010).

Algunos estudios demuestran que los niños con competencias en el campo de la inteligencia emocional son niños que tienen mayor éxito en la escuela, se insertan más fácil en un entorno laboral, afectivo y personal y son más felices, otro de los sellos distintivos de la inteligencia emocional (Saldivar, 2014; Pino, 2014; Fragoso, 2015; Ramos, 2015).

Existen algunos estudios que evidencian el incremento en el logro académico relacionado con la inteligencia emocional (Extremera y Fernández-Berrocal, 2001; Usán y Salavera, 2018; Díaz y Rendos, 2019). Se ha encontrado por ejemplo el estudio de Extremera y Fernández-Berrocal (2004) quienes indicaron que los estudiantes inteligentes emocionalmente tienen un menor número de síntomas físicos, problemáticas psiquiátricas como son la ansiedad social y depresión, existe una mayor satisfacción interpersonal, mejor autoestima, usan estrategias de afrontamiento más exitosas y perciben, en situaciones estresantes, los eventos de una manera menos amenazante. Además, encontraron que la inteligencia emocional ejerce una clara influencia sobre la calidad de las relaciones interpersonales; sus amigos indicaban que sus relaciones de amistad mostraban mayor apoyo emocional, mayor número de interacciones positivas y menor número de interacciones negativa. Otros estudios dan soporte a estas ideas principales postuladas por estos autores (Zolkoski y Bullock, 2012; Masten, 2014; Usán y Salavera, 2018; Díaz y Rendos, 2019).

Segal (2001) dice que el coeficiente intelectual depende de factores que son de naturaleza genética y se poseen desde el nacimiento. Sin embargo, el coeficiente emocional es el que se puede ir fortaleciendo y encontrar así un mayor balance entre el intelecto y las emociones (Alvord & Grados, 2005; Masten y Barnes, 2018).

> Por estas circunstancias descritas previamente se puede indicar que los adecuados niveles de inteligencia emocional en los profesores les permite afrontar de manera más adecuada los contratiempos. En estos tiempos de pandemia resulta fundamental desarrollar esta habilidad porque los alumnos se encuentran expuestos a situaciones difíciles, adversidades y contratiempos. Tener esa mirada les puede ayudar afrontar mejor las circunstancias que les toque lidiar. Esto lleva al otro tema objeto de estudio en este trabajo, que es la resiliencia.

La mayor parte de las investigaciones hablando de resiliencia se enfocan en estudiar cómo la habilidad se desarrolla en la vida, cómo impacta en familias donde había situaciones de riesgo, etc. En este estudio precisamente se buscará la relación directa que existe entre resiliencia y la inteligencia emocional, así como el mejoramiento del rendimiento académico en un grupo de estudiantes de sexto grado de primaria de una institución educativa privada.

Uno de los datos más esperanzadores que existen acerca del tema de la resiliencia tiene que ver precisamente con que es un proceso de construcción a largo plazo (Cyrulnik, 2002). La observación en un momento determinado no refleja con precisión su capacidad de volverse resiliente o de incrementar su resiliencia. Muchos sujetos no la incrementan de hecho hasta que han transcurrido varios años y se encuentran en la edad adulta (Cyrulnik, 1999; Cyrulnik, 2002; Cyrulnik, 2003; Cyrulnik, Tomkiewicz, Guenard, Vanistendael, Manciaux, et. al. (2004). Es decir, que, aunque todo ser humano tiene desde el nacimiento algunas características resilientes, es factible que se desarrollen más durante la vida, y es precisamente por lo anterior que surge la inquietud en este estudio de medirla para verificar su adquisición, para facilitar el éxito integral de los alumnos, ya que, al brindarles esta herramienta, se les está entrenando para la vida.

Fundación Paniamor (1998) indica que las investigaciones acerca del tema de la resiliencia se emplean en la educación para el mejoramiento y progreso de sus alumnos. En ese sentido, la resiliencia bien canalizada puede llevar a niveles de satisfacción con la enseñanza y con la vida. Es menester estudiar este punto a mayor profundidad. Si bien el estudio que se realizó abarca algunos elementos, se requerirían de muchos más estudios para cimentar bien el tema.

Por otra parte, las ciencias sociales y del comportamiento permiten apreciar una base lógica a partir de la cual se puede observar la fuerza innata de los alumnos que aprenden a pesar de cualquier contratiempo, y que se destacan por su compromiso con su educación. La resiliencia es una característica que puede aparecer como producto de una interacción positiva entre el componente personal y ambiental de un sujeto. El contacto y desarrollo en los primeros años de vida es necesario para que esto ocurra así (Delors, 1996).

> Con todo lo antes expuesto, se puede indicar que la inteligencia emocional es propia de aquellos sujetos que conocen sus sentimientos y pueden controlarlos de manera ordenada; también son capaces de percibir los sentimientos propios y los del otro y abordarlos de manera efectiva, siendo más altruistas y dispuestos a ayudar a los demás (Goleman, 2010).

Con el fenómeno de la globalización es necesaria la reflexión hacia estos temas, para entenderlos mejor y descifrar los enigmas que rodean a estas variables conocidas en el mundo de la educación.

“La resiliencia es un proceso de construcción a largo plazo que puede desarrollarse a lo largo de la vida, fortaleciendo la capacidad de los individuos para enfrentar adversidades y facilitando el éxito integral de los alumnos al brindarles herramientas para la vida.”

Método

El estudio, de naturaleza mixta (Castañer, Camerino y Anguera, 2013), fue exploratorio debido a la escasa información sobre el tema y la población estudiada. Se utilizó un diseño cuasiexperimental con 42 participantes: 21 en el grupo control y 21 en el experimental (Briones, 2016). El instrumento empleado fue el “Cuestionario de Resiliencia de González-Arratia 2011”, adaptado con imágenes y colores llamativos para niños de primaria y niveles iniciales de secundaria. El cuestionario mostró un Alpha de Cronbach de 0.9192, con tres dimensiones principales: factor protector interno, externo y empatía, explicando el 37.82% de la varianza (González-Arratia, 2011). Tras aplicar la escala inicial, se diseñó un taller dinámico sobre resiliencia, seguido de una segunda medición para evaluar el impacto del programa en el constructo definido previamente. Finalmente, se realizó una reunión con los profesores del centro educativo para devolver los resultados obtenidos y elaborar un plan de acciones concretas de mejora continua.

Resultados

Los resultados de este estudio estuvieron compuestos tanto de datos cuantitativos como cualitativos. Los cuantitativos fueron orientados a indagar si existieron diferencias estadísticamente significativas entre el grupo control y el grupo experimental después de una aplicación del taller. Los cualitativos en cambio estuvieron más encaminados a recabar las opiniones de los padres de familia y directivos del programa implementado.

Se encontró lo siguiente: La distribución de la muestra en cuanto al tipo de grupo se aprecia en la tabla 1, donde es posible observar que tanto en el grupo experimental como en el grupo control, existen 21 integrantes.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Experimental	21	50%	50%
Control	21	50%	100.0%
Total	42	100.0%	

Tabla 1. Frecuencia de tipo de grupo

En cuanto a la edad de los participantes, la edad mínima fue de diez años y la máxima de doce años. De igual manera, se comenta que la edad promedio fue de 10.98 años.

En cuanto a la resiliencia, se puede apreciar en la tabla 2 que la muestra tuvo una puntuación de 127.98, lo que la ubica en un nivel de resiliencia alta. Esto fue previo al tratamiento dado al grupo experimental. De igual manera es posible observar que los tres factores que conforman la escala de resiliencia, se encuentran con puntajes que los ubican en un nivel alto de resiliencia.

	Min	Max	M	DE
Resiliencia en General	82	155	127.9	15.78
Factores protectores internos	38	68	55.02	7.41
Factores protectores externos	29	53	43.81	6.70
Factor empatía	13	35	29.14	4.69

Tabla 2. Puntaje escala resiliencia

En la tabla 3, es posible observar que existen diferencias estadísticamente significativas, entre los promedios de las respuestas dadas en la pre-aplicación y la post-aplicación de la Encuesta de Resiliencia, del grupo control, así como en cada uno de los factores que la conforman. Lo anterior indica que entre la primera y la segunda aplicación del instrumento si existe diferencias significativas en la forma en que se perciben las distintas situaciones de la vida diaria. Esto pudiera explicarse dado la metodología que sigue el colegio para enseñar a sus estudiantes. Esto se detallará mejor en la discusión de este estudio.

Escalas y Dimensiones	Pre	Post	t	gl	prob.
Resiliencia en General	127.19	130.57	-3.856	20	.001
Factores protectores internos	54.67	55.71	-3.276	20	.004
Factores protectores externos	44.43	45.71	-2.978	20	.007
Factor empatía	28.10	29.14	-2.706	20	.014

Tabla 3. Resiliencia y cada uno de los factores PRE y POST

En la tabla 4 es posible observar que no hay diferencias, estadísticamente significativas, entre los promedios de las respuestas dadas por los que conforman el grupo experimental y los que conforman el grupo control en la post aplicación de la Encuesta de Resiliencia, así como en cada uno de los factores que la conforman. Lo anterior indica que entre grupos no hay diferencias en la forma en que perciben las distintas

Escalas y Dimensiones	Grupo experimental	Grupo control	t	gl	prob.
Resiliencia en General	134.24	130.57	.952	40	.347
Factores protectores internos	56.90	55.71	.580	40	.565
Factores protectores externos	46.10	45.71	.243	40	.809
Factor empatía	31.24	29.14	2.00	37.7	.053

Tabla 4. Nivel de resiliencia y grupos post aplicación

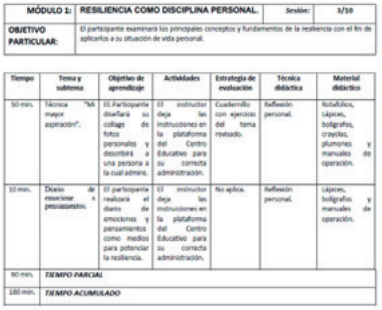
La tabla 4 muestra que no hay diferencias significativas entre los promedios del grupo experimental y el grupo control en la post aplicación de la Encuesta de Resiliencia, ni en sus factores, indicando percepciones similares sobre las situaciones cotidianas. En la parte cualitativa, se diseñó y aplicó un taller de resiliencia adaptado a la población participante, con un enfoque visual atractivo (véase figura 1).



Figura 1. Ejemplo de material entregado a los alumnos

Se obtuvo como retroalimentación muy buenas opiniones por parte de los alumnos participantes, maestro involucrado y la directora. Los buenos comentarios permiten considerar que este taller pudiera perfeccionarse y seguir impulsando la resiliencia.

Al finalizar la intervención, se le proporcionó a la directora del plantel la guía de instrucción del taller para que pudiera seguir reproduciéndola en los subsiguientes cursos como parte de la devolución de información. Se anexa un ejemplo de la misma (véase figura 2).



MÓDULO 1:	RESILIENCIA COMO DISCIPLINA PERSONAL.	Sesión:	1/10
OBJETIVO PARTICULAR:	El participante examinará los principales conceptos y fundamentos de la resiliencia con el fin de aplicarlos a su situación de vida personal.		

Tiempo	Tema y subtema	Objetivo de aprendizaje	Actividades	Estrategia de evaluación	Técnica didáctica	Material didáctico
50 min.	Técnica "Mi mayor aspiración".	El participante diseñará su collage de fotos personales y describirá a una persona a la cual admira.	El instructor deja las instrucciones en la plataforma del Centro Educativo para su correcta administración.	Cuadernillo con ejercicio del tema revisado.	Reflexión personal.	Rotafolios, Lápices, bolígrafos, crayolas, plumones y manuales de operación.
10 min.	Diario de emociones y pensamientos.	El participante realizará el diario de emociones y pensamientos como medios para potenciar la resiliencia.	El instructor deja las instrucciones en la plataforma del Centro Educativo para su correcta administración.	No aplica.	Reflexión personal.	Lápices, bolígrafos y manuales de operación.
60 min.	TIEMPO PARCIAL					
180 min.	TIEMPO ACUMULADO					

Figura 2. Ejemplo de la guía de instrucción del taller.

Discusión

Considerando los resultados encontrados se llegó a algunas conclusiones interesantes en relación con los mismos. La primera pincelada vino dada por la edad de los participantes. Si bien se trabajó con niños de 6 grado de primaria, pudo haber sido algo que haya influido en los resultados, puesto que ene l grupo experimental hubo niños con 10 años de edad, lo que pudo representar una desventaja para el estudio. Empero, por los resultados encontrados se contempla como algo no significativo. Se sugiere iniciar el trabajo con niños que tengan 12 años al menos para comprender el concepto de resiliencia.

Otro punto que se analizó fue el hecho de que al tratarse del tema resiliencia se contó con un instrumento. Dicho instrumento, aunque se adaptó para mejorar las condiciones, dejó de lado el hecho de que algunas palabras que contiene son de difícil comprensión para un niño de 12 años. Si acaso se alcanza la comprensión en secundaria, y tal vez ni siquiera en esa etapa. Se sugiere trabajar el instrumento para aterrizarlo más al contexto de los participantes.

El hecho de que la escuela sea católica, es otro punto que influye, puesto que los niños reciben una formación integral y trabajan valores, algo que influye en ellos. Rosas (2024) indica que la religión puede aportar un componente positivo a la resiliencia fomentándola.

De igual manera, el plan de estudios que cubren en la escuela abarca distintos temas y el estudio socioemocional., Esto pudo haber explicado el por qué ambos grupos obtuvieron una estimulación en la resiliencia al haberse ejecutado el programa. Comprender esto ayuda mucho al entendimiento del fenómeno. En cuanto al programa implementado para la obtención de los resultados, se considera que se logró el objetivo planteado. El objetivo central era incidir en la forma en la que los estudiantes perciben su capacidad para sobreponerse ante un evento traumático o difícil. Se contempla que con las sesiones del taller se pudo impactar en este sentido de manera positiva.

Una variable más que pudo haber influido fue la vida social del alumno. Como indica Bedoya (2003), la interacción de un estudiante con sus compañeros puede ser una fuente de resiliencia. Si en la convivencia no hay bullying y todo transcurre normalmente, el niño irá desarrollando ese sentido de identidad y de seguridad que, seguramente incidirá en su resiliencia. Durante la observación que se mantuvo toda la investigación se encontró que los niños se llevaban bien entre sí y había un ambiente sano. Otro punto que explica los resultados.

El deporte es otra variable que promueve una vida saludable en los estudiantes. Si los alumnos practican algún deporte, pudiera ser una fuente que impacte en el desarrollo afectivo del alumno al establecer vínculos con los chicos o chicas con los que interactuaran. Coincide con lo postulado por Peris (2017). Esta variable es de vital importancia para comprender a los estudiantes. Quien realiza un ejercicio se encuentra en condiciones óptimas para tomar decisiones. Sus sistemas están mucho más relajados y con menos señales de alerta (Mayo Clinic, 2023). También hay menos ansiedad y se ha podido demostrar con estudios serios y científicos que se impacta en la resiliencia.

Una vez expuesto todo lo anterior, se detalla que, con base en los resultados cuantitativos obtenidos, se encontró que el taller aplicado al grupo experimental no tuvo efectos significativos. Es decir, no hubo diferencias estadísticamente significativas entre el grupo control y experimental porque las variables que se describieron ampliamente arriba influyeron en la aplicación del taller. Se encontró que, posiblemente, los estudiantes recordaron la prueba y su ejecución, mejorando la segunda vez que se les aplicó el instrumento, pues se observa esta tendencia tanto en el grupo control como en el grupo experimental.

De igual manera, se determinó que a lo mejor hizo falta más tiempo para que el taller rindiera sus efectos, quizá diez sesiones no fue suficiente, o tal vez era necesario aumentar el tiempo entre sesión y sesión para permitir que los cambios se implanten.

Sea como sea, no se puede decir por las ideas anteriores que el taller no sirvió para nada. Decididamente permitió que los estudiantes tuvieran un buen nivel de resiliencia en el grupo intervenido. Y también abrió la discusión en torno a la efectividad del sistema escolar que maneja el Centro Educativo, encontrándose que en efecto es muy bueno y obtiene excelentes resultados con sus estudiantes.

Finalmente, a raíz de todo lo indicado, se plantean algunos desafíos y recomendaciones que se consideran valiosas. Son las siguientes que se enlistan:

1. Se recomienda realizar el estudio replicándolo en otras escuelas primarias para poder ampliar la muestra de sujetos participantes.
2. Es deseable que se contemplen las variables religiosidad, sistema de estudio, estilo de crianza de los padres y actividad física dentro de las variables a medir, por lo que una segunda etapa de este estudio sería enriquecerlo midiendo estas variables y luego replicarlo en otros centros educativos.
3. Colaborar en la mejora del instrumento de medición con la autora de éste. Hay varios reactivos con palabras que se considera que son difíciles para el entendimiento de un niño de 12 años. Si bien experimentan resiliencia desde esa edad, no necesariamente la identifican en cada uno de los reactivos del test.
4. Investigar más del tema para ampliar los conocimientos que se tiene del mismo.
5. Mejorar y perfeccionar el taller de resiliencia diseñado en este estudio. Se partirá de la premisa de que las actividades propuestas son mejorables y que el taller se puede enriquecer de nuevas ideas y perspectivas que vayan surgiendo en el camino.
6. Desarrollar mejor el manual que se les entrega a los estudiantes. Hacerlo más vistoso y agradable a la vista.
7. Difundir entre la comunidad educativa del Centro Educativo y los padres de familia del estudio, los resultados obtenidos, y
8. Promover que el tema se difunda a través de sitos especializados como puede ser el periódico, la radio o el internet.

Referencias

- *Alvord, M. K., & Grados, J. J. (2005). Enhancing Resilience in Children: A Proactive Approach. Professional Psychology: Research and Practice, 36(3), 238–245. https://doi.org/10.1037/0735-7028.36.3.238*
- *American Psychological Association (APA, 2011). Camino a la resiliencia. Recuperado el 15 de febrero del sitio: https://www.apa.org/topics/resilience/camino*
- *Bedoya, A. (2003). Procesos de socialización y resiliencia. Trabajo de titulación realizado. Facultad de Ciencias Sociales, Humanas y Educativas. UNAD. Material no publicado.*
- *Briones, G. (reimpresión, 2016). Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales. (4 ed.). México: Trillas.*
- *Castañer, M., Camerino, O. y Anguera, M. (2013). Métodos mixtos en la investigación de las ciencias de la actividad física y el deporte. Apuntes en educación física y deporte. 12 (2). Pp. 31-36.*
- *Cyrulnik, B. (1999) Una maravillosa desgracia. Odile Jacob. España: Gedisa.*
- *Cyrulnik, B. (2002) Los patitos feos. La Resiliencia: una infancia infeliz no determina la vida. Barcelona: Gedisa.*
- *Cyrulnik, B. (2003). El murmullo de los fantasmas, volver a la vida después de un trauma. España: Gedisa editorial*
- *Cyrulnik, B., Tomkiewicz, S., Guenard, T., Vanistendael, S., Manciaux, M., et al. (2004). El realismo de la esperanza. Barcelona: Gedisa.*
- *Delors, J. (1996). Los cuatro pilares de la educación. En La Educación Encierra un Tesoro. México: El correo de la UNESCO.*
- *Díaz, N. S. y Rendos, M. V. (2019). Inteligencia emocional y rendimiento académico en adolescentes entre 16 a 18 años de edad [en línea]. Tesis de Licenciatura en Psicopedagogía, Universidad Católica Argentina, Facultad "Teresa de Ávila". Disponible en: https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/8598*
- *Extremera, N. y Fernández-Berrocal, P. (2001). ¿Es la inteligencia emocional un adecuado predictor del rendimiento académico en estudiantes? Manuscrito no publicado. Facultad de Psicología. Universidad de Málaga.*
- *Extremera, N. y Fernández-Berrocal, P. (2004). El papel de la inteligencia emocional en el alumnado. Evidencias empíricas. En Revista Electrónica de Investigación Educativa. Vol. 6, Núm. 2. Pp. 1-18.*
- *Fandiño, Y. (2008). Enseñanza e investigación inteligentes de la inteligencia. En Innovación Educativa. Instituto Politécnico Nacional. Vol. 8, núm. 44, pp. 1-21.*
- *Fragoso, R. (2015). Inteligencia emocional y competencias emocionales en educación superior. ¿un mismo concepto? En Revista Iberoamericana de Educación Superior. Vol. VI. Núm. 16. Pp. 110-125.*
- *Fundación Paniamor (1998). Las Bases del Paradigma de la Resiliencia. Artículos del Código de la Niñez y la Adolescencia relacionados con el tema: 29 y 56. APORTE TEMÁTICO No. 6-98. Colombia ([Versión electrónica],) recuperada el 15 de febrero de 2022 del sitio: http://www.iin.oea.org/IIN/cad/taller/pdf/M%C3%B3dulo%204%20-%20Resiliencia.pdf*
- *Goleman, D. (2010). Inteligencia emocional. (1 ed. Digital). Barcelona: Editorial Kairós.*
- *González-Arratia, L. (2011). Resiliencia y personalidad en niños y adolescentes. Cómo desarrollarse en tiempos de crisis. Universidad Autónoma del Estado de México.*
- *Gospodinov, A. (2018). Modelo de Intervención cognitivo-conductual e interdisciplinar ante conductas disruptivas en el aula. Trabajo Final de Grado en Maestro/a de Educación Primaria: Universitat Jaume.*
- *ICATECH (2020). Características de las personas resilientes. Recuperado el 15 de febrero del sitio: https://www.icatech.edu.mx/caracteristicas-de-personas-resilientes/*
- *INSPIRA. (2021). La resiliencia emocional es un proceso. Recuperado el 15 de febrero del sitio: https://www.inspirapr.com/post/la-resiliencia-emocional-es-un-proceso*
- *Masten AS, Barnes AJ. (2018). Resilience in Children: Developmental Perspectives. En Children.; 5(7):98. https://doi.org/10.3390/children5070098*
- *Masten, A. (2014). Global Perspectives on Resilience in Children and Youth. En Child Development Journal. Vol. 85 Issue 1. Pp.6-20.*
- *Mayo Clinic. (2023). Resiliencia: desarrolla habilidades para resistir frente a las dificultades. Recuperado el 9 de enero de 2024 del sitio: https://www.mayoclinic.org/es/tests-procedures/resilience-training/in-depth/resilience/art-20046311*
- *Peris, B. (2017). El deporte como fomento de la resiliencia. Documento para obtención del grado en psicología. Universidad Jaime. I. Material no publicado.*
- *Pino, R. (2014). Análisis comparativo de inteligencia emocional en estudiantes de administración: línea base de la gestión educativa para la formación y liderazgo de competencias emocionales en licenciatura y posgrado. En XIX Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. UNAM. México: D.F.*
- *Ramos, A. (2015). Desarrollo de la competencia Inteligencia Emocional en una institución de educación básica del nivel secundaria. Tesis de Maestría en Educación no publicada. ITESM.*
- *Rodrigues, Z. (2021). Education: A study based on the UNESCO report on the four pillars of knowledge. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Year 06, Ed. 01, Vol. 04, pp. 53-60. ISSN: 2448-0959, Access link: https://www.nucleodoconhecimento.com.br/education/four-pillars, DOI: 10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/education/four-pillars*
- *Rosas, C. (2024). La resiliencia como vivencia del reino de Dios. Recuperado el 10 de febrero de 2024 del sitio: https://www.redalyc.org/journal/3435/343559778013/html/*
- *Saldivar, L. (2014). Inteligencia Emocional y rendimiento académico en estudiantes con y sin formación musical. Tesis de Licenciatura en Psicología no publicada. UAM.*
- *Segal, J. (2001) Su Inteligencia Emocional. Aprenda a incrementarla y usarla. Barcelona, España: Grijalbo-Mondadori.*
- *UNESCO (2021). La UNESCO lanza una consulta mundial sobre la iniciativa Los futuros de la educación. Recuperado el 15 de febrero de 2022 del sitio: https://es.unesco.org/news/unesco-lanza-consulta-mundial-iniciativa-futuros-educacion#:~:text=Este%20informe%20record%C3%B3%20la%20importancia,juntos%20y%20aprender%20a%20ser.*
- *Usán, P., & Salavera, C. (2018). Motivación escolar, inteligencia emocional y rendimiento académico en estudiantes de educación secundaria obligatoria. Actualidades en Psicología, 32(125), 95-112. https://dx.doi.org/10.15517/ap.v32i125.32123*
- *Zolkoski, S. y Bullock, L. (2012). Resilience in children and youth: A review. En Children and Youth Services Review. Vol. 34, núm. 12. Pp. 2295-2303.*

Preferencias Turísticas de la Generación Z en Santiago de Cali

Autores: Juan Diego Olave, Juan Pablo López



Imagen Piccaya.

ABSTRACT

The research focuses on the tourism preferences of Generation Z in Santiago de Cali, a crucial topic given the growth of tourism in Colombia and the significance of this sector for the country's economic and social development. The identified issue is the need to understand how this generation, characterized by its environmental awareness and pursuit of authenticity, influences tourism decisions. The primary objective is to analyze these preferences to provide valuable insights that enable companies in the tourism sector to adjust their marketing strategies accordingly. To achieve this, an exploratory and descriptive methodology was employed. Semi-structured interviews were conducted with influencers in the field of urban tourism, and 230 surveys were administered to Generation Z individuals at universities in Santiago de Cali. The data were analyzed descriptively, allowing for the identification of patterns and trends in tourism preferences. The results reveal that Generation Z predominantly uses social media to make travel decisions, valuing authentic content and genuine experiences. They tend to prefer comfortable accommodations, such as hotels, although there is also interest in rural homes. Additionally, the research highlights the importance this group places on sustainable tourism, as well as factors like safety and accessibility when choosing destinations.

Keywords: *Generation Z, tourism marketing, Santiago de Cali, influencers, preferences.*



Acerca de los autores

Juan Diego Olave
jdolaveb@usbcali.edu.co

estudiante investigador del semillero de investigación, actualmente cursando un doble programa en Mercadeo y Negocios Internacionales, así como en Administración de Negocios, en la Universidad de San Buenaventura, Colombia. Su enfoque se centra principalmente en la investigación de mercados y la identificación de oportunidades de negocio.

Juan Pablo López
jplopezc@usbcali.edu.co

Estudiante investigador del semillero de investigación, cursando un doble programa en Mercadeo y Negocios Internacionales, y en Finanzas y Negocios Internacionales, en la Universidad de San Buenaventura, Colombia. Sus áreas de especialización incluyen la identificación de oportunidades de negocio y la gestión financiera.

Introducción

El turismo en Colombia ha crecido significativamente, especialmente en Santiago de Cali, un destino destacado por su diversidad cultural y natural. Desde el Acuerdo de Paz de 2016, la región ha atraído a más visitantes nacionales e internacionales, quienes buscan experiencias únicas. Tras la firma del Acuerdo de Paz, el gobierno ha impulsado el turismo como motor de desarrollo y reconciliación. En Santiago de Cali, esta apuesta se materializa en la Política Pública de Turismo. Este instrumento estratégico busca consolidar a Cali como un destino turístico multicultural, biodiverso y sostenible, con un plan de acción para los próximos 10 años. Enfocada en gobernanza, sostenibilidad, calidad; esta política pretende posicionar a Cali en el ámbito nacional e internacional. Sin embargo, el sector enfrenta el reto de adaptarse a las demandas de la Gen Z, caracterizada por su conciencia ambiental y su búsqueda de autenticidad. (Cerezo, 2017).

Este grupo demográfico, compuesto por individuos nacidos entre 1995 y 2010, presenta preferencias y comportamientos turísticos marcadamente diferentes a generaciones anteriores, destacando su inclinación hacia experiencias auténticas y personalizadas, así como su dependencia de la tecnología para la planificación de viajes, lo que representa un desafío significativo para las empresas del sector turístico.

El estudio analiza las preferencias turísticas de la Gen Z en Santiago de Cali para ayudar a las empresas a ajustar sus estrategias de marketing y ofrecer experiencias más personalizadas. Comprender estas preferencias es clave para mejorar el posicionamiento en el mercado y contribuir al desarrollo sostenible. Los hallazgos pueden servir de base para futuras estrategias, ya que la Gen Z representa un mercado global en evolución.

Problemática

Dada la necesidad de que las empresas turísticas se adapten a las tendencias emergentes del mercado, resulta especialmente relevante comprender a la Gen Z. Este grupo, definido por comportamientos y preferencias turísticas distintos a los de generaciones anteriores, plantea un reto significativo para las empresas que buscan captar y fidelizar a estos consumidores. La comprensión de estas tendencias y preferencias permitiría a las empresas turísticas de Santiago de Cali ajustar de manera más precisa sus estrategias de marketing, con el objetivo de diseñar experiencias turísticas más atractivas para este segmento, lo cual podría traducirse en un aumento de su rentabilidad.

En este contexto, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las preferencias turísticas de la Gen Z en Santiago de Cali? Esta pregunta busca explorar los intereses y factores que influyen en las decisiones de viaje de este grupo demográfico, con el fin de generar conocimiento útil para la adaptación estratégica del sector turístico local.



Imagen Max Belchenko

Teorías

La Gen Z, compuesta por individuos nacidos entre mediados de los años 90 y principios de los 2000, presenta características distintivas que desafían a la industria turística contemporánea. Este grupo, marcado por eventos históricos como la crisis económica global y el terrorismo, se destaca por su autosuficiencia, creatividad y un enfoque selectivo en el consumo (Vidal y Pinargote, 2019). En Latinoamérica, el 62% de los consumidores de esta generación valora la autenticidad de las marcas, mientras que un 61% prioriza el compromiso de estas con el medio ambiente y las

causas sociales, lo que ha llevado a reconocer su creciente influencia en el sector turístico (Pinargote et al., 2022).

La preferencia de la Gen Z en materia de viajes está profundamente influenciada por su crianza en un entorno digital y globalizado. Son consumidores analíticos y conscientes, que buscan experiencias auténticas y sostenibles. Según un estudio de Booking.com, el 89% de los adolescentes considera esencial disponer de una conexión Wi-Fi estable durante sus viajes, junto con la posibilidad de capturar fotografías de calidad para sus redes sociales (Hosteltur, 2017). Además, su interés por la sostenibilidad ha impulsado a las empresas turísticas a adoptar prácticas ecológicas como parte de su estrategia comercial (Rocca, 2019; Radin, 2017).

Aunque la Gen Z tiende a ser cautelosa con el gasto, está dispuesta a invertir en experiencias auténticas y enriquecedoras. Un estudio reciente señala que el 87.7% de los jóvenes considera el verano como una oportunidad para viajar más (Marketing Web, 2023). Este grupo valora las experiencias por encima del lujo y prefiere destinos menos convencionales. Como nativos digitales, utilizan las redes sociales para planificar sus viajes y son receptivos a nuevas plataformas tecnológicas (Arora, 2024). El comportamiento turístico de la Gen Z está moldeado principalmente por factores internos, como sus actitudes y motivaciones, que tienen mayor influencia que los factores externos (Martínez, 2011). A pesar de su prudencia financiera, priorizan experiencias que les permitan explorar nuevas culturas (Radin, 2017), y la sostenibilidad se ha convertido en un criterio fundamental en sus decisiones de viaje.

La industria turística ha evolucionado hacia un enfoque centrado en las preferencias del consumidor, impulsada por la necesidad de contrarrestar el turismo masivo y satisfacer la demanda de responsabilidad social y ambiental (Fanjul, 2017; Rocca, 2019). Esto subraya la importancia de desarrollar estrategias efectivas para atraer a la Gen Z hacia destinos que sean sostenibles y ofrezcan experiencias auténticas.
Como lo comenta Peters, S. (2024). La influencia de las redes sociales es notable, ya que el 38% de los jóvenes admite haber gastado dinero que no tienen tras ver viajes de otros en plataformas como TikTok e Instagram. Este fenómeno, conocido como el "Efecto de las Redes Sociales", resalta cómo el contenido visual y las experiencias compartidas impactan directamente en las decisiones de viaje de la Generación Z. lo cual se reafirma con Williams, R. (2018). Donde nos comenta que el 84% de los viajeros de la Generación Z afirma que las redes sociales son influyentes en sus decisiones de viaje, especialmente a través de imágenes y videos atractivos compartidos por amigos e influencers. Esta generación busca inspiración y autenticidad en su planificación, lo que subraya la importancia del contenido visual en sus elecciones turísticas.

"La industria turística ha evolucionado hacia un enfoque centrado en las preferencias del consumidor, impulsada por la necesidad de contrarrestar el turismo masivo y satisfacer la demanda de responsabilidad social y ambiental."

Metodología

La investigación, de enfoque cualitativo y exploratorio-descriptivo, se desarrolló en tres fases:

Primero, se realizó una revisión del turismo en la región con estudios y estadísticas relevantes.

En la segunda fase, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con influencers los cuales generan algún tipo de influencia turística en redes sociales siguiendo lo comentado anteriormente por Peters, S. (2024) en las personas de la Gen Z de Santiago de Cali, quienes cumplían criterios específicos de experiencia y alcance en redes sociales, lo que permitió explorar sus percepciones sobre las preferencias turísticas de esta generación.

La tercera fase consistió en aplicar un cuestionario estructurado, basado en estudios previos, a una muestra de 230 jóvenes de la población perteneciente a la Generación Z de universidades del sur de Santiago de Cali. Esta selección responde a que las universidades de esta zona concentran una alta densidad de población estudiantil y representan un perfil socioeconómico variado, lo cual aporta a la representatividad



Imagen Max Belchenko

de los datos. Sin embargo, se reconoce que la inclusión de otras zonas en estudios futuros enriquecería aún más la diversidad de perspectivas en preferencias turísticas. El análisis de los datos incluyó un análisis del discurso para extraer significados de las entrevistas, siguiendo la metodología de VanDijk (2016) la cual examina cómo se usa el lenguaje para transmitir significado, construir identidades y relaciones, y organizar la interacción social. Se enfoca en el uso del lenguaje más allá del nivel de la oración, considerando factores como el contexto, la audiencia y los propósitos comunicativos.

Este enfoque permitió clasificar y codificar la información obtenida para extraer insights relevantes sobre las percepciones de los expertos. y un análisis descriptivo-cualitativo de las encuestas para identificar patrones en las preferencias turísticas.



Imagen Shintar Tatsiana

Genero	Total	%
Hombre	87	37,8%
Mujer	143	62,2%
Total	230	100%

Edad	Total	%
15 - 16	5	2,2%
17 - 18	71	30,9%
19 - 20	97	42,2%
21 - 22	38	16,5%
23 – 24	19	8,3%
Total	230	100%

Estrato Socioeconómico	Total	%
1 y 2	35	15,2%
3 y 4	134	58,3%
5 y 6	61	26,5%
Total	230	100%

Facultad Universitaria	Total	%
Arquitectura, arte y diseño	20	8,7%
Ingeniería	25	10,9%
Derecho y Ciencias Políticas	29	12,6%
Ciencias Económicas	117	50,9%
Ciencias Humanas y Sociales	33	14,3%
Escuelas de Deporte	6	2,6%
Total	230	100%

Tabla 1. Características de los encuestados

de los datos. Sin embargo, se reconoce que la inclusión de otras zonas en estudios futuros enriquecería aún más la diversidad de perspectivas en preferencias turísticas. El análisis de los datos incluyó un análisis del discurso para extraer significados de las entrevistas, siguiendo la metodología de VanDijk (2016) la cual examina cómo se usa el lenguaje para transmitir significado, construir identidades y relaciones, y organizar la interacción social. Se enfoca en el uso del lenguaje más allá del nivel de la oración, considerando factores como el contexto, la audiencia y los propósitos comunicativos.

Este enfoque permitió clasificar y codificar la información obtenida para extraer insights relevantes sobre las percepciones de los expertos. y un análisis descriptivo-cualitativo de las encuestas para identificar patrones en las preferencias turísticas.

> **“El 54.3% de la Gen Z utiliza redes sociales para descubrir nuevos destinos, destacando Instagram (88.7%) y TikTok (55.7%) como sus plataformas preferidas. Además, el 92.2% considera las reseñas de otros viajeros clave para planificar sus viajes.”**

Resultados

La investigación sobre las preferencias turísticas de la Gen Z en Santiago de Cali destaca la creciente influencia de este grupo en el sector turístico de la región. El Valle del Cauca ha experimentado un crecimiento significativo en su turismo, con 3.201.715 visitantes en 2023 de los cuales más del 50% se espera este concentrado en Santiago de Cali, impulsado por iniciativas sostenibles y la recuperación post-conflicto (SITUR, 2024). Este contexto ha favorecido la atracción de la Gen Z, que valora experiencias auténticas y sostenibles, especialmente aquellas relacionadas con el ecoturismo y las actividades de aventura, que les permiten un contacto directo con la naturaleza como El avistamiento de aves y el buceo permiten conectar con la biodiversidad local y compartir experiencias visuales impactantes en redes sociales (Smith y White, 2018).

Los datos recopilados a través de encuestas indican que la Gen Z utiliza las redes sociales para descubrir nuevos destinos, el 54.3% de los encuestados recurre a estas plataformas. Las reseñas de otros viajeros son relevantes para ellos, con un 92.2% que considera estas opiniones como un factor importante al planificar sus viajes. Las redes sociales más populares entre este grupo son Instagram (88.7%) y TikTok (55.7%), resaltando la importancia de contenido en su proceso de toma de decisiones turísticas.

En términos de preferencias específicas, el 90% de los encuestados señala la gastronomía como un criterio clave al elegir destino, aunque un 85.2% no ha participado en eventos gastronómicos, evidenciando una posible falta de información sobre estas actividades. Además, un 76.4% muestra interés en programas que promuevan la sostenibilidad ambiental, refuerzando la importancia de las prácticas responsables en el turismo. Al evaluar los factores críticos en la elección de destinos, los encuestados priorizan seguridad (23%), accesibilidad (23.5%) y capacidad económica (25.2%). Estos resultados indican que, para atraer a la Gen Z, es fundamental que los destinos integren estrategias que resalten la autenticidad, la estética atractiva y el compromiso con la sostenibilidad, alineándose así con los valores de este grupo (Nielsen, 2018).

Los influenciadores entrevistados confirman que la Gen Z busca experiencias aventureras, ecoturísticas y gastronómicas que ofrezcan autenticidad. La estética y la posibilidad de captar fotografías son aspectos esenciales en sus decisiones de viaje, lo que resalta la influencia de las redes sociales en su comportamiento turístico (Nurmalinda et al., 2024). El turismo de aventura resulta atractivo para esta generación, dada su inclinación hacia experiencias únicas y memorables, lo cual se refleja con actividades como el parapente (61.7%) y el buceo (54.3%), mostrando una clara preferencia por experiencias únicas (Laksana, 2023). Además, el comportamiento proambiental de la Gen Z manifiesta una profunda conexión con la naturaleza, impulsando sus preferencias por opciones que respeten y preserven el entorno natural traduciéndose en una preferencia por opciones de viaje sostenibles que respeten el entorno (Mandic et al., 2023).

Las entrevistas también sugieren que la autenticidad y la inmersión cultural son factores clave en la elección de destinos. La Gen Z valora el contacto con la cultura local y la naturaleza, prefiriendo destinos que minimicen el impacto ambiental y ofrezcan una experiencia segura. Reflejando una demanda por experiencias que no solo cumplan con expectativas de sostenibilidad, sino que también permitan una inmersión profunda en la cultura. La relevancia de las redes sociales en la planificación de viajes para este grupo es notable. Un 52.6% sigue perfiles que promueven el turismo en la región, y el 75.2% ha planificado viajes basándose en información de estas plataformas. Las redes sociales, como Facebook e Instagram, han ganado terreno como canales para reservar, especialmente por la oferta de paquetes dinámicos y programas de fidelización (Radin, 2017). Esto evidencia una preferencia por herramientas que faciliten la organización de sus experiencias de viaje y que proporcionen información confiable y atractiva.

La sostenibilidad es algo decisivo para la Gen Z al elegir. Esta generación muestra interés en participar en actividades que promuevan la conservación ambiental, como se ve en el 76.4% de los encuestados que están dispuestos a involucrarse en programas turísticos sostenibles. El glamping, emerge como una opción popular, ya que combina la comodidad con un enfoque ecológico (Ecobnb, 2022). Además, los encuestados prefieren alojarse en hoteles (71.7%), valorando la seguridad y confiabilidad que ofrecen, aunque un 45.2% también muestra interés en opciones rurales como casas rurales. Comparando los resultados con estudios previos, se observa que la Gen Z, al ser nativa digital, tiene una relación con la tecnología y las redes sociales, que desempeñan un papel fundamental en su proceso de descubrimiento de nuevos destinos (Nielsen, 2018). El 54.3% de los encuestados indicó que conocen nuevos lugares a través de plataformas como Instagram y TikTok, lo cual se debe a la capacidad de estas redes para mostrar contenido visual facilitando la exploración de experiencias de viaje.

En términos de factores de decisión al planificar viajes, la capacidad económica es crucial para el 25.2% de los encuestados, seguida de la accesibilidad (23.5%) y la seguridad (23%) (Radin, 2017). Esto refleja una actitud de cautela financiera, aunque también un interés en invertir en experiencias que amplíen su conocimiento del mundo. Además, la preocupación por el medio ambiente es un aspecto central para la Gen Z, influyendo en su selección de destinos turísticos (Nielsen, 2018). Los encuestados valoran especialmente la sostenibilidad de los lugares que visitan, lo que impulsa a la industria turística a adoptar prácticas más ecológicas para captar a este segmento.

“El 76.4% de la Gen Z muestra interés en programas turísticos que promuevan la sostenibilidad ambiental, destacando la importancia de prácticas responsables en el sector. Además, la capacidad económica (25.2%), la accesibilidad (23.5%) y la seguridad (23%) son factores críticos al elegir destinos.”

“La relevancia de las redes sociales es evidente: el 75.2% de la Gen Z ha planificado viajes basándose en información de estas plataformas, mientras que el 54.3% descubre nuevos destinos a través de Instagram y TikTok, destacando el poder del contenido visual en sus decisiones.”

Conclusiones

Las implicaciones prácticas de este estudio destacan la necesidad de adaptar las estrategias de marketing turístico para captar el interés de la Gen Z. Un grupo con un alto valor a la autenticidad, la estética, la seguridad y la sostenibilidad en sus decisiones de viaje. En consecuencia, es fundamental que los destinos turísticos incorporen estos elementos en sus estrategias. Las campañas deben resaltar la riqueza cultural y natural de la región, ofreciendo contenido atractivo en Redes sociales, y asegurando la seguridad y sostenibilidad de las experiencias turísticas ofrecidas. Asimismo, es imprescindible desarrollar propuestas que incluyan turismo ecológico, aventurero y experiencias gastronómicas locales, alineadas con los intereses del segmento. Además, la mejora de la infraestructura turística, particularmente en términos de accesibilidad y calidad de los servicios, resulta esencial para satisfacer las expectativas de los viajeros de la Gen Z.

> Desde lo teórico, los hallazgos del estudio corroboran que la Gen Z busca experiencias que sean auténticas y estéticamente agradables, lo cual respalda las teorías del turismo experiencial y la centralidad de la autenticidad en la satisfacción del turista. La considerable influencia de las redes sociales en la planificación de sus viajes confirma la relevancia de las teorías sobre el impacto de los medios digitales en el comportamiento del consumidor turístico. Además, la inclinación de la Gen Z hacia el turismo sostenible valida las teorías relacionadas con la conciencia ambiental y el turismo responsable, subrayando la importancia de que los destinos adopten prácticas sostenibles.

Los hallazgos obtenidos brindan una base significativa para entender las percepciones de la Generación Z en Santiago de Cali, aunque futuras investigaciones pueden ampliar este enfoque. Se recomienda incorporar métodos cuantitativos para obtener inferencias más robustas y generalizables, así como extender el estudio a otras regiones del país captando una visión más general de esta generación. Además, sería útil una exploración exhaustiva de la influencia de las redes sociales en las decisiones de viaje de la Gen Z, analizando el impacto de diversas plataformas y tipos de contenido, investigando cómo perciben las prácticas de sostenibilidad en el turismo y el papel de la autenticidad y estética en la satisfacción pueden ofrecer valiosos insights.

Referencias

- *Arora, V. (2024, enero 12). Exploring Gen Z and Millennial Travel Habits – New Skift Research. https://skift.com/2024/01/12/exploring-gen-z-and-millennial-travel-habits-new-skift-research/*
- *Bello, E. (2022, octubre 25). Turismo sostenible: Qué es y mejores ejemplos. Thinking For Innovation. https://www.iebschool.com/blog/turismo-sostenible-que-es-marketing-digital/*
- *Cali busca certificarse en turismo sostenible. (2022, octubre 4). Alcaldía de Cali. https://www.cali.gov.co/turismo/publicaciones/171932/cali-busca-certificarse-en-turismo-sostenible/*
- *Cerezo, P. (2016). La Generación Z y la información. https://www.injuve.es/sites/default/files/2017/28/publicaciones/documentos_7._la_generacion_z_y_la_informacion.pdf*
- *Ceupe, A. (s.f.). ¿Qué es el turismo gastronómico? Ceupe. https://www.ceupe.com/blog/turismo-gastronomico.html*
- *Ciudadanos Viajeros. (2023, febrero 23). Planificando viajes para la Generación Z. https://ciudadanosviajeros.com.ar/news-41358-planificando-viajes-para-la-generacion-z*
- *Hurtado, J. A. M. (2022, enero 24). «Ruta del Sabor»: Un recorrido por la gastronomía del Valle del Cauca. El Tiempo. https://www.eltiempo.com/colombia/cali/gastronomia-del-valle-del-cauca-a-traves-de-la-ruta-del-sabor-646538*
- *Grupo Energía de Bogotá. (2022, agosto 4). GEB y Comfenalco impulsan el turismo sostenible en el Valle del Cauca. https://www.grupoenergiabogota.com/medios/comunicados-2022/geb-y-comfenalco-impulsan-el-turismo-sostenible-en-el-valle-del-cauca*
- *Gen Z Travel: Woke Tourism. (2019). WGSN. https://www.wgsn.com/insight/article/83042*
- *Hosteltur. (2017, enero 1). ¿El sector turístico está preparado para la Generación Z? Hosteltur. https://www.hosteltur.com/119744_sector-turistico-esta-preparado-generacion-z.html*
- *Peters, S. A. (2024, October 13). The Social Media Effect: How TikTok and Instagram Drive Gen Z's Travel Decisions. Duffel Bag Spouse Travels. https://duffelbagspouse.com/social-media-effect/*
- *Pinargote-Montenegro, K. G., Resino, J. J. B., & Ruiz, M. P. M. (2022). Preferencias de consumo y sostenibilidad turística en Ecuador desde la pospandemia. Revista Venezolana de Gerencia, 27(Edición Especial 7), 537-555. https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.36*
- *Poile, M. (2020). Adventure Travel: Rebuilding Tourism. WGSN. https://www.wgsn.com/insight/article/87672*
- *Radin, S. (2017). Gen Z: New Travel Priorities. WGSN. https://www.wgsn.com/insight/article/75883*
- *Velasco, M. E. (2023, mayo 2). Turismo en Valle del Cauca: Paisajes, cascadas y gastronomía. Radio Nacional. https://www.radionacional.co/cultura/turismo/turismo-en-valle-del-cauca-paisajes-cascadas-y-gastronomia*
- *Rocca, M. (2019). Sustainable Tourism: Emerging Priorities. WGSN. https://www.wgsn.com/insight/article/8539*
- *Silva, L. (2023, enero 20). Generación Z: Características y hábitos de consumo. Hubspot. https://blog.hubspot.es/marketing/generacion-z*
- *Joyce, E. (s.f.). Sustainable Glamping: A New Way to Experience Nature. Sea Going Green. https://www.seagoinggreen.org/blog/2023/06/22/sustainable-glamping-a-new-way-to-experience-nature#:~:text=This%20new%20method%20of%20experiencing,and%20an%20emphasis%20on%20conservation.*
- *Fundación Aquae. (2022, febrero 25). ¿Qué es el turismo sostenible? Alternativas para viajar. Fundación Aquae. https://www.fundacionaquae.org/wiki/turismo-sostenible/#:~:text=El%20turismo%20sostenible%20consiste%20en,los%20lugares%20que%20son%20visitados.*
- *Universidad Autónoma de Occidente. (2020, abril 6). Renace el turismo de naturaleza en el Valle del Cauca. UAO Portal. https://www.uao.edu.co/agencia-de-noticias/renace-el-turismo-de-naturaleza-en-el-valle-de-cauca/*
- *Gobernación del Valle del Cauca. (2022, marzo 16). Turismo gastronómico, en la apuesta de la reactivación económica del Valle. https://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones/74309/turismo-gastronomico-en-la-apuesta-de-la-reactivacion-economica-del-valle/*
- *Williams, R. (2018, November 19). 84% of Gen Z travelers are influenced by social media, Expedia study finds. Marketing Dive. https://www.marketingdive.com/news/84-of-gen-z-travelers-are-influenced-by-social-media-expedia-study-finds/542551/*

Rescatando la Historia: Una Propuesta para Rescatar el Panteón Antiguo de Guaymas

Autor: Leslie Paola Mejia Vega



Acerca del autor

Leslie Paola Mejia Vega
leslievega028@gmail.com

Egresada de la Licenciatura en Arquitectura por la Universidad Vizcaya de las Américas (UVA), campus Guaymas, Sonora, durante el periodo 2019-2022. Actualmente se desempeña como Auxiliar de Residente en la constructora Neptuno, colaborando en la remodelación de tiendas Coppel. Su labor se centra principalmente en el área administrativa de la construcción, realizando tareas como manejo de correo electrónico, cuantificación y solicitud de compra de materiales, elaboración de bitácoras, reportes de obra y otras actividades relacionadas.

Durante su trayectoria profesional, realizó su servicio social en el H. Ayuntamiento de Guaymas, específicamente en el área de Obras Públicas, y sus prácticas profesionales en el Consejo Municipal para la Concentración de Obras (CMCOP). Adicionalmente, ha trabajado como dibujante para diversos arquitectos, desarrollando proyectos arquitectónicos, modelado en 3D, levantamientos, atención al cliente, renderizados y visitas de obra, lo que ha enriquecido su experiencia y formación profesional.

Entre sus habilidades destacan el dominio de herramientas como AutoCAD, para el diseño arquitectónico y ejecutivo; SketchUp, para modelados en 3D; y Twinmotion, que utiliza para renderizar proyectos. Además, cuenta con conocimientos básicos en Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, programas que emplea para la posproducción de renderizados, habilidades complementadas con un curso básico de Photoshop realizado en 2017. Su compromiso con el aprendizaje continuo la motiva a tomar cursos adicionales para perfeccionar y elevar la calidad de su trabajo profesional.

ABSTRACT

The cemeteries area a sacred field that reflects the culture of the place and where one can appreciate the architecture, history, and legends of the personalities resting within. The port of Guaymas, a gem located in the of Sonora, in northern Mexico, stands out not only for its rich history and beautiful beaches but also for its cultural legacy.

One of the treasures of Guaymas is the Old Cemetery, which dates back to the 19th century. This site is located at San Vicente Alley between 6th Street and X Avenue, just ten meters away from the famous "Costa Azul". The cemetery safeguards the legacy of those who have influenced the history of the community and serves as a reminder of the past.

However, the passage of time has left marks on its façade, generating a need for restoration and improvement to preserve the history of this place. Its lateral walls, made with local stone and mounted with limestone and beach sand – materials characteristic of the era – area now almost nonexistent due to the inevitable passage of time, adverse weather conditions that have struck the port, and human intervention. This situation has made evident the need to restore and beautify the Old Cemetery.

The restoration proposal aims to bring back its originality and splendor, respecting its historical design and incorporating modern conservation techniques. The goal is not only to enhance the experience of those who visit their loved ones but also to improve the surroundings that grace this place.

Keywords: *Cementeries, restoration, history*

Introducción

Los panteones son un campo sagrado que refleja la cultura del lugar y en donde se puede apreciar la arquitectura, la historia y las leyendas de las personalidades que reposan en su interior. El puerto de Guaymas, es una joya situada en el estado de Sonora, al norte de México, destaca no solo por su rica historia y sus hermosas playas, sino también por su legado cultural.

Uno de los tesoros de Guaymas es el Panteón Antiguo que data desde el siglo XIX. Este sitio se localiza en la cerrada San Vicente entre calle 6 y Avenida X a escasos diez metros de la conocida "Costa azul". El panteón resguarda el legado de aquellos que han influido en la historia de la comunidad y que sirve como recordatorio del pasado.

Sin embargo, el paso del tiempo ha dejado huellas en su fachada, generando una necesidad de restauración y mejora para preservar la historia de dicho lugar, sus muros laterales fabricados con piedra local y montadas con caliza y arena de playa -materiales característicos de la época- a la actualidad son casi inexistentes, esto se debe a las condiciones climáticas adversas que han golpeado al puerto y por la mano del hombre. Esta situación ha hecho evidente la necesidad de restaurar y embellecer el Panteón Antiguo.

La propuesta de restauración busca devolver su originalidad y esplendor, respetando su diseño histórico e incorporando técnicas modernas de conservación. Con esto se pretende no solo mejorar la experiencia de quienes visitan a sus seres queridos, sino también realzar el entorno que rodea este lugar.

> **"El Panteón Antiguo de Guaymas, símbolo de la memoria histórica y cultural de la ciudad, enfrenta deterioro físico y falta de seguridad, alejando a la comunidad de un espacio clave para el sentido de pertenencia y la identidad local."**

Problemática

El Panteón Antiguo de Guaymas, emblemático sitio de encuentro con la memoria histórica y cultural de la ciudad, enfrenta serias problemáticas que afectan tanto su integridad física como su función hacia la sociedad. Actualmente, la seguridad en el área ha disminuido notoriamente en comparación con épocas anteriores, lo que genera un ambiente poco seguro para quienes desean visitar a sus seres queridos. Los factores climáticos, junto con el inevitable desgaste del tiempo, han contribuido a la decadencia de sus instalaciones. Sin embargo, la intervención humana ha sido participe de esta problemática, manifestándose en actos de vandalismo y allanamientos de tumbas.

> Al observar el estado actual del panteón, se pueden notar los múltiples signos de deterioro. La fachada y la pequeña plaza presentan un desgaste visible, los andadores se encuentran en condiciones accidentadas y el muro perimetral que debería de resguardar el lugar ha desaparecido casi por completo, lo que facilita el acceso en cualquier momento del día. Además, la escasa iluminación en interior y exterior del panteón, la pintura desgastada en los muros principales y las puertas de acero desatendidas son solo algunas de las deficiencias que requieren su debida atención.

La falta de seguridad y la deterioración del espacio han convertido la visita a este lugar de memoria en una experiencia poco segura y poco atractiva, alejando a los guaymenses de un punto de referencia importante para la comunidad. Esto no solo afecta a familias que desean honrar a sus difuntos, sino que también priva a la comunidad de un lugar que fomenta el sentido de pertenencia y la identidad de la localidad.

Ante estos factores, se propone un proyecto de restauración y embellecimiento del Panteón Antiguo de Guaymas. El propósito no solo es devolver la originalidad y el esplendor de su fachada, sino también crear un entorno más seguro y accesible para los visitantes y restablecer un área de descanso que sea digna para los difuntos. Al mejorar las condiciones del panteón, se espera estimular un mayor interés en su uso y conservación, promoviendo así un sentido de pertenencia y conexión entre los guaymenses y su rica herencia cultural.

Preguntas de investigación

1. **¿Cree que es importante restaurar y recuperar la historia del panteón?**
2. **¿Considera importante preservar la memoria histórica de quienes yacen ahí?**
3. **Considerando el estado actual en el que se encuentra el panteón, ¿cree que afecte en la percepción de seguridad al momento de visitar a sus difuntos?**
4. **¿Cree que el intervenir en la restauración y embellecimiento de la fachada y su entorno, tendría un impacto positivo en la percepción del panteón por parte de la comunidad?**



Objetivo general

La presente investigación es con enfoque cualitativo, con alcance explicativo de tipo documental. El objetivo principal del proyecto que se propone tiene como meta no solo restaurar la fachada y su entorno, sino también devolver el patrimonio cultural de Guaymas. Para lograr esto, es esencial seguir una serie de pasos que aseguren la integridad del diseño histórico, al mismo tiempo que se integren técnicas modernas de conservación.

Objetivos específicos

1. Preservación del patrimonio:
2. Respetar y conservar los elementos arquitectónicos originales de la zona, asegurando que la historia de la zona se mantenga viva.
3. Incorporar técnicas modernas de conservación que garanticen la sostenibilidad a largo plazo del patrimonio cultural.
4. Mejorar su estética:
5. Implementar un plan de restauración que incluya áreas de descanso, jardines, bancos e iluminación adecuada, con el objetivo de realzar la arquitectura y crear un ambiente acogedor y seguro para la comunidad.
6. Sentido de pertenencia:
7. Revitalizar el lugar y a su entorno para promover un mayor aprecio por la historia y cultura local, fortaleciendo así la identidad y el sentido de pertenencia de los guaymenses.

Metodología

Se llevaron a cabo una serie de análisis como; análisis de sitio, en donde se realizó un levantamiento arquitectónico de lo que se encuentra actualmente para poder trabajar sobre ello. En el contexto social y cultural se analizó la historia del lugar, cuál es su importancia y las áreas que lo rodean.

Se hizo una investigación de los métodos de elaboración que se emplearon en el periodo en que fue construido, se identificaron puntos críticos a intervenir, evaluando el estado actual de cada elemento; estructuras, monumentos y áreas relevantes que requieren atención. Se hizo una búsqueda de analogías de diversos panteones existentes tanto nacionales como internacionales que fueron útiles para extraer principios aplicables a la propuesta local. De igual manera, se llevo a cabo una investigación participativa, en la cual, se hizo una serie de preguntas a los habitantes sobre el Panteón Antiguo y ver que opiniones tenían al respecto.

“Se hizo una búsqueda de analogías de diversos panteones existentes tanto nacionales como internacionales que fueron útiles para extraer principios aplicables a la propuesta local.”

Resultados

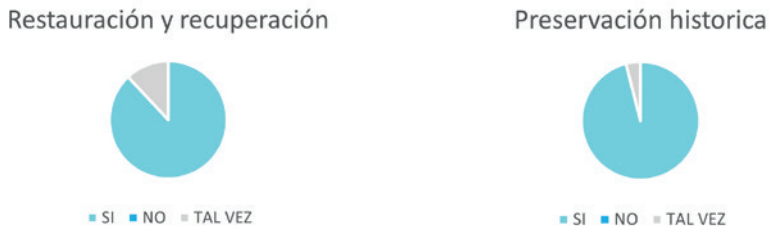


Figura 1. ¿Cree que es importante restaurar y recuperar la historia del panteón? - ¿Considera importante preservar la memoria histórica de quienes yacen ahí?



Figura 1. ¿Cree que es importante restaurar y recuperar la historia del panteón? - ¿Considera importante preservar la memoria histórica de quienes yacen ahí?

> **“Se propone embellecer el entorno, con áreas de descanso, jardines, estacionamiento, bancos e iluminación adecuada que cree un ambiente más placentero y seguro para los visitantes.”**

Propuesta

Se realizo una propuesta tomando en cuenta los resultados de los análisis y de la misma comunidad.

La propuesta de restauración y embellecimiento del Panteón Antiguo se divide en varías etapas:

La primera acción será la limpieza de la fachada, eliminando todos aquellos elementos que deterioran el lugar.

Se trabajará en la restauración de esculturas, relieves y todo elemento arquitectónico que este posea.

La restauración no se limitará solo a la fachada como ya ha sido mencionado, sino que se propone embellecer el entorno, con áreas de descanso, jardines, estacionamiento, bancos e iluminación adecuada que cree un ambiente más placentero y seguro para los visitantes.

Conclusiones

La restauración y el embellecimiento de la fachada del Panteón Antiguo de Guaymas representan un paso trascendental en los esfuerzos por preservar y enaltecer el valioso legado histórico y cultural de la comunidad guaymense.

Este proyecto no solo transformará su aspecto físico, devolviéndole el esplendor y la dignidad que alguna vez tuvo, sino que también fortalecerá profundamente el vínculo emocional y simbólico que une a la comunidad con sus raíces y su historia. Es una oportunidad invaluable para actuar de manera colectiva y reconocer la

importancia de aquello que nos conecta como sociedad: lo que hemos heredado de nuestros ancestros, lo que define nuestra identidad y lo que aspiramos transmitir a las generaciones futuras.

Al revitalizar este emblemático espacio, no solo se busca mejorar su apariencia y funcionalidad, sino también generar un impacto significativo que inspire confianza y seguridad en los visitantes que acuden a rendir homenaje a sus seres queridos, fomentando así un sentido de pertenencia y orgullo por nuestra herencia cultural.

Imágenes de la propuesta



Figura 3
Render: Fachada y acceso 2024



Figura 4
Render: Baños y estacionamiento 2024



Figura 5
Render: Vista general 2024



Figura 6
Render: Planta de conjunto 2024



Figura 7
Estado actual de acceso 2024



Figura 8
Imagen: Estado actual de Segundo acceso 2024

> **“Este proyecto no solo transformará su aspecto físico, devolviéndole el esplendor y la dignidad que alguna vez tuvo, sino que también fortalecerá profundamente el vínculo emocional y simbólico que une a la comunidad con sus raíces y su historia.”**

Referencias

- *Rodriguez, A. (2016, 5 enero). Guaymas, el viejo panteón. https://www.muralsonorense.com/columnas/85-columa-1/16134-2016-01-05-04-43-32*
- *Silva, V. (2022, julio 10). Remodelación de la Plaza de los Belgas / Contxto Arquitectura. ArchDaily México. https://www.archdaily.mx/mx/961217/remodelacion-de-la-plaza-de-los-belgas-contxto-arquitectura?ad_source=search&ad_medium=projects_tab*
- *Silva, V. (2022b, septiembre 24). Cementerio Metropolitano de Montpellier / Agence Traverses - Paysage, Urbanisme, Architecture. ArchDaily México. https://www.archdaily.mx/mx/989316/cementerio-metropolitano-de-montpellier-agence-traverses-paysage-urbanisme-architecture*
- *Acondicionamiento Lumínico, C. (s/f). Alumbrado Publico, Vial y Peatonal, Deportivo, y de fachadas ("Embellecimiento urbano"). Edu.uy. Recuperado el 20 de noviembre de 2024, de https://www.fadu.edu.uy/acondicionamiento-luminico/files/2012/02/TE0-16_S0-C11_ILUM-EXTERIOR.pdf*

Trabajo en Equipo y la Percepción del Clima Escolar en Estudiantes Universitarios

Autores: Denisse Carmona Palacios, Dulce Natalia Múzquiz Pérez, Grecia Delgado Santana, Janelly Pancardo Valenzuela, Guiselle Avilés Caudillo



Imagen Envato labs.

Abstract

The objective of this study aims to explain the influence of school perception on teamwork among higher education students at Universidad Vizcaya de las Americas, Piedras Negras campus, Mexico, in 2024. In addition, it seeks to explore the relationship between these two variables and identify the predominant strategies in problem-solving. A descriptive-correlational methodology with a quantitative approach was used, involving a sample of 100 university students. Data was collected through a 20-item questionnaire, with a reliability coefficient of 0.975 according to Cronbach's Alpha analysis. Based on the theoretical framework established by the authors reviewed for the conceptual interpretation of the variables, the data was analysed using SPSS version 27. The analysis showed the Spearman academic correlation coefficient, which revealed a high positive correlation ($r = 0.774$, $p < 0.001$) between the items related to teamwork and the perception of the school climate. The results indicate that the perception of the school climate directly impacts students' teamwork, as the environment in which they interact influences the process and outcomes of group work either positively or negatively. The study ultimately highlights the relationship between school climate perception and its effect on teamwork, demonstrating the importance of considering the perception and development of interpersonal relationships among students. This factor is essential for enhancing teamwork effectiveness and providing a better experience. Despite the limitations of the study, the findings open opportunities for future research, encouraging the exploration of additional variables that may impact teamwork and school climate beyond the scope of this study.

Keywords: *Work, team, school climate, perception, university students.*



Acerca de los autores

Denisse Carmona Palacios
dcarmonapalacios21@gmail.com

Estudiante de 18 de años cursando el cuarto cuatrimestre de la Licenciatura en Educación en la Universidad Vizcaya de las Américas, campus Piedras Negras. Participante y ganadora del segundo lugar de la IX Jornada Científica en la categoría de Maqueta y Muestra.

Dulce Natalia Múzquiz Pérez
muzquizperezdulcenatalia@gmail.com

Estudiante de 19 años cursando el cuarto cuatrimestre de la Licenciatura en Educación en la Universidad Vizcaya de las Américas, campus Piedras Negras. Participante en la IX Jornada Científica en la categoría de Artes dentro de la subcategoría de Carteles.

Grecia Delgado Santana
delgadosantanagrecia@gmail.com

Estudiante de 18 años cursando actualmente el cuarto cuatrimestre de la Licenciatura en Educación en la Universidad Vizcaya de las Américas, campus Piedras Negras. Participante de la IX Jornada Científica en la categoría de Maqueta y Muestra.

Janelly Pancardo Valenzuela
pancardojane@gmail.com

Alumna de 19 años con actual curso del cuarto cuatrimestre en la carrera en Licenciatura en Educación dentro de la Universidad Vizcaya de las Américas, campus Piedras Negras, Coahuila cuarto cuatrimestre Participante en la IX Jornada Científica dentro de la categoría de Artes dentro de la subcategoría de Carteles.

Guiselle Avilés Caudillo
guiicaudillo@gmail.com

Estudiante de 18 años, cursando el cuarto cuatrimestre de la Licenciatura en Educación en la Universidad Vizcaya de las Américas, campus Piedras Negras. Participante de la IX Jornada Científica en la categoría de Artes dentro de la subcategoría de Carteles.

Introducción

Dentro del contexto educativo a nivel superior existen múltiples factores que influyen en el desarrollo de las herramientas y habilidades educativas, sobre todo aquellas que son necesarias para enfrentar la vida profesional, siendo la percepción del clima escolar y el trabajo en equipo de los más importantes. Los autores Sandoval et al., (2017) hacen un estudio sobre el clima escolar en estudiantes universitarios de una institución ubicada en el sureste de México, donde los resultados arrojan que el 22% de la muestra consideran que el clima escolar dentro de su institución no es favorable, así como el 30% lo considera moderadamente favorable, siguiendo del 27% que lo contempla como favorable, y por último, el 21% como altamente favorable.

Demostrando así que, el clima escolar influye en la práctica del trabajo en equipo debido a que los estudiantes participan en actividades que involucran habilidades de comunicación, resolución de problemas así como valores como la empatía, la tolerancia y la escucha activa que fomenta un aprendizaje más profundo y significativo.

Por ende, la presente investigación tiene como finalidad explicar la influencia de la percepción del clima escolar en el trabajo en equipo de los estudiantes de educación superior pertenecientes a la Universidad Vizcaya de las Américas, campus Piedras Negras, México, 2024. Este estudio busca identificar cómo estas dos variables se relacionan entre sí, así como también conocer qué estrategias predominan para la resolución de conflictos durante el trabajo en equipo de los estudiantes de educación superior.

Los resultados esperados incluyen la identificación de estrategias que predominan en la resolución de conflictos durante el trabajo en equipo. Sin embargo, este estudio no abordará otras áreas, como la percepción del clima escolar por parte de los docentes, la influencia de las normas de convivencia en el trabajo en equipo y el impacto de la violencia escolar.

> **“El trabajo en equipo es un elemento clave para lograr objetivos comunes, mejorar la comunicación, fortalecer las relaciones interpersonales y promover un ambiente de apoyo mutuo. Su éxito depende de una buena organización, una clara definición de roles y una adecuada gestión de conflictos.”**

Fundamento Teórico

Dentro del siguiente apartado se pretende identificar la relación de los conceptos claves que permitirán el análisis y la comprensión de las diferentes perspectivas de autores que aportan una base para las variables implicadas en la presente investigación. El trabajo en equipo es un elemento clave para lograr objetivos comunes y maximizar el rendimiento en diversas áreas, además de mejorar la comunicación, fortalecer las relaciones interpersonales y promover un ambiente de apoyo mutuo. Sin embargo, para que sea exitoso, es necesario contar con una buena organización, una clara definición de roles y una adecuada gestión de los conflictos que puedan surgir.

Desde una perspectiva funcional el trabajo en equipo es imprescindible puesto que cada integrante cuenta con conductas individuales que pueden influir de manera positiva o negativa al resultado de las tareas realizadas. Existen nueve roles de equipo los cuales se agrupan en tres categorías: la primera es de roles de acción en donde se incluye al impulsor, implementador y finalizador; después se encuentran los roles sociales: coordinador, cohesionador e investigador de recursos; y por último los roles mentales: cerebro, evaluador y especialista (Belbin, 2010).

Asimismo, cada rol se ve influenciado por ciertos valores, es decir, aquellos principios fundamentales que residen dentro de cada persona, orientando y guiando el comportamiento de cada individuo. Es así que, Durán Asencio (2018) explica que los valores se pueden entender como convicciones profundas, creencias o ideas que influyen en la manera en que los seres humanos logren comprender el mundo; derivando de esta manera, valores como la confianza, el

compromiso, el respeto, el compañerismo, la humildad, la ilusión, el esfuerzo y la constancia; haciendo que de estos mismos se determine la forma de ser y las acciones que tome en su vida diaria, y de una forma más específica en el trabajo en equipo.

Adicional a ello, se toma en cuenta la variable del clima escolar como factor importante, caracterizado por las conductas y actitudes de quienes formen parte de la comunidad escolar, por lo que la personalidad de estos mismos influye en cómo se desenvolverá el clima escolar siendo esto un indicador que puede ayudar o perjudicar la convivencia dentro del aula, el aprendizaje del alumno, las relaciones interpersonales y por lo tanto en el trabajo en equipo, así como entre otros factores.

Dentro del clima escolar, existen diferentes tipos que aportan a determinar cómo se percibe dentro del aula, las cuales de acuerdo con la propuesta de Bris (2000) se clasifican en clima participativo y clima autoritario. En contraste, Molina y Pérez (2006) cuentan con otra clasificación de los tipos de clima escolar, describiendo el clima favorable y el clima desfavorable. Por último, Arón y Milicic (2000) en su trabajo proponen otra clasificación para describir los tipos de clima escolar existentes: el clima nutritivo y el clima tóxico.

> En otras palabras, la diversidad de conceptualizaciones acerca de los tipos de clima escolar destacan la relevancia de cómo este influye en la gestión de las relaciones interpersonales y en lo académico. Un clima tóxico o autoritario refleja un entorno desfavorable, lleno de control, estrés, inseguridades, y conflictos, impactando en el aprendizaje y en la convivencia dentro del aula; por otra parte, el clima participativo, favorable o nutritivo aporta la cooperación, el trabajo en equipo, la participación constante en la toma de decisiones, que potencia el bienestar emocional y en el rendimiento académico.

Durante la construcción de la presente investigación, el autor Rodríguez (2004) explica que el clima escolar se ve influenciado por una variedad de factores que impactan en la construcción y percepción de las relaciones escolares, así como la participación, el liderazgo, el poder y cambio, la planificación y la cultura; por tal motivo, un buen clima escolar fomentará en los alumnos el valor de pertenencia, sentirse querido, encontrarse en un lugar seguro, e incrementar las buenas actitudes que ayuden al desarrollo personal. En cambio, un clima escolar negativo hará todo lo contrario de lo que se espera de un desarrollo integral adecuado, produciendo más estrés, desmotivación, poco interés en aprender, sensaciones de agotamiento a nivel mental e incluso físico y por último la depresión.

Diversas investigaciones han estudiado el aspecto de la percepción junto al clima escolar, aunque, en una aparente individualidad, estas parecen estar inevitablemente encausadas al mismo propósito: determinar cómo se percibe el clima de una institución educativa, que mayormente se encuentra en las interacciones y formas de interpretar lo que ocurre en su entorno. Por lo tanto, y desde el análisis de Castro Fernández (2012), los principales elementos que tomarán la construcción del clima escolar serán el tipo de calidad en la relación profesor-alumno y la interacción entre compañeros. Como lo menciona posteriormente:

> La percepción y expectativas de los alumnos en relación con el docente, también las descripciones y valoraciones que los estudiantes hacen acerca de las habilidades, destrezas, carisma, nivel de conocimiento del docente, entre otras, afectarán la percepción de sus relaciones al interior del aula. (Fernández, 2012:18)

Sin embargo, toda manera en que los estudiantes se perciben a sí mismos, las ideas que forman acerca de sus habilidades, actitudes y comportamientos, así como su interacción con los demás en el entorno escolar (en gran medida influenciada por lo que otros dicen de ellos), también influirá en el clima escolar, ya sea facilitando o dificultando el proceso de aprendizaje, volviendo nuevamente importante su estudio y vinculación con otras variables reconocibles, como lo es, el trabajo en equipo.

“El clima escolar, entendido como las conductas y actitudes de los miembros de la comunidad escolar, influye directamente en la convivencia en el aula, el aprendizaje, las relaciones interpersonales y el trabajo en equipo. Un clima favorable fomenta el bienestar emocional, la participación y el rendimiento académico, mientras que un clima desfavorable genera estrés, desmotivación y conflictos, afectando negativamente el desarrollo integral de los estudiantes.”

Método y materiales

La investigación presentada es de tipo descriptivo correlacional, con dos variables respectivamente siendo trabajo en equipo y percepción del clima escolar. El instrumento de evaluación utilizado fue un cuestionario de 20 ítems, el cual tiene un nivel de confiabilidad de 0,975 según el análisis de Alfa de Cronbach; el muestreo fue por conveniencia a través de la plataforma digital de Google Forms. El cuestionario fue realizado a 100 estudiantes pertenecientes a la Universidad Vizcaya de las Américas campus Piedras Negras, Coahuila.

El análisis se realizó utilizando el programa SPSS versión 27 (IBM Corp., 2020) en este proceso se calcularon estadísticas de frecuencia para describir la distribución de las variables y proporcionar el análisis de tendencias dentro de este. Además, se utilizaron diagramas de dispersión como herramientas gráficas para visualizar de mejor manera los resultados facilitando una interpretación más profunda de patrones.

“De acuerdo con el coeficiente de correlación de Spearman, se identificó una relación positiva alta (r=0.774, p < 0.001) entre la percepción del clima escolar y el trabajo en equipo, lo que demuestra que el ambiente escolar influye significativamente en el desempeño colaborativo de los estudiantes.”

De acuerdo con los datos presentados en la tabla anterior sobre la correspondencia entre las variables, se explica en base al coeficiente académico de correlación de Spearman el grado de interrelación entre los ítems que componen el trabajo en equipo y la percepción del clima escolar son de correlación positiva alta (r=0.774, p < 0.001), por ende, se indica que la percepción del clima escolar tiene una gran repercusión en el desenvolvimiento del trabajo en equipo de los estudiantes.

			trabajoenequipo	climaescolar
Rho de Spearman	trabajoenequipo	Coeficiente de correlación	1,000	,774**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	100	100
	climaescolar	Coeficiente de correlación	,774**	1,000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	100	100

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 1. Correlación entre las variables.



Conclusión y discusión

En síntesis, el presente estudio expone de manera detallada la inherente relación existente entre la percepción del clima escolar y su impacto directo en el trabajo en equipo dentro del ámbito educativo. Los resultados obtenidos reflejan claramente que el ambiente en el que los estudiantes conviven y desarrollan sus actividades académicas puede repercutir, ya sea de manera positiva o negativa, tanto en los procesos como en los resultados finales de un trabajo en equipo. Esto subraya la creciente necesidad de considerar las relaciones interpersonales entre los estudiantes como un factor clave para alcanzar una mayor eficacia, cohesión y enriquecimiento de la experiencia durante la realización de actividades grupales.

> Por tal motivo, es relevante mencionar el estudio realizado por Hernández (2024), quien, a través de una muestra de 88 estudiantes de nivel básico, logró identificar una relación significativa entre las variables mencionadas. En dicho estudio, se encontró que el 44% de los estudiantes mostró un desempeño favorable en el trabajo en equipo, lo que a su vez estuvo asociado con un clima escolar positivo. No obstante, es importante destacar que la investigación mencionada no aborda aspectos clave que sí se consideran en el presente análisis, tales como la correlación total entre las variables de trabajo en equipo y clima escolar, demostrando que el efecto de una variable influye directamente y de manera significativa en la otra.

Por consiguiente, resulta pertinente plantear esta línea de investigación como una valiosa oportunidad para ampliar el conocimiento sobre las dinámicas de las relaciones interpersonales dentro del aula y los efectos que estas tienen sobre otras variables relacionadas con el desarrollo integral de los estudiantes. En este sentido, el clima escolar se presenta como un factor determinante no solo en el desempeño académico, sino también en el bienestar emocional y psicológico de los alumnos. Se espera que futuros estudios aborden estos aspectos de manera más integral, incorporando dimensiones emocionales, sociales y académicas para ofrecer una comprensión más completa de este fenómeno y su relevancia en el contexto educativo.

“El presente estudio resalta la estrecha relación entre la percepción del clima escolar y su impacto en el trabajo en equipo, subrayando la importancia de las relaciones interpersonales como un factor clave para lograr una mayor cohesión, eficacia y enriquecimiento en las actividades grupales dentro del ámbito educativo.”



Imagen Amnaj Khetsamtip

Referencias

- *Arón, A., & Milicic, N. (2000). Climas sociales tóxicos y climas sociales nutritivos para el desarrollo personal en el contexto escolar, 21 (2), 1 - 21. https://doi.org/10.15359/ree.21-2.8*
- *Belbin, R. M. (2010). Teams Roles at Work. (2ª ed.). Países Bajos: Elsevier Ltd.*
- *Bris, M. (2000). Clima de trabajo y organizaciones que aprende. Educar 27, 103-117.*
- *Castro Fernández, B. W. (2012). Percepción del clima escolar en estudiantes del cuarto al sexto de primaria de una institución educativa del Callao. [Tesis de Maestría, Universidad San Ignacio de Loyola] Repositorio de la Universidad San Ignacio de Loyola.*
- *Durán Asencio, A. (2018). Trabajo en equipo. España: Editorial Elearning. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=GG12DwAAQBAJ&dq=roles+en+un+equi po&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s*
- *Hernandez Hernandez, Y. M. (2024). Trabajo colaborativo en el clima escolar en estudiantes de una institución pública de Villa El Salvador, 2024.*
- *IBM Corp. (2020). IBM SPSS Statistics para Windows (Versión 27.0) [Software]. IBM Corp.*
- *Molina, N., y Pérez, I. (2006). El clima de relaciones interpersonales en el aula un caso de estudio. Revista Paradigma, 27 (2). Recuperado en 25 de Octubre de 2024 de: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1011 22512006000200010&script=sci_arttext*
- *Rodríguez, N. (2004). El clima escolar. Revista Digital Investigación y Educación, 3(7). ISSN 1696-7208.*
- *Sandoval Caraveo, M. d., Surdez Pérez, E. G., & Pérez Sandoval, A. G. (2017). Clima escolar del campus de ingeniería y arquitectura de una universidad pública mexicana desde la perspectiva de sus estudiantes. Revista Electrónica Educare, 21(2). doi:https://doi.org/10.15359/ree.21-2.8*

Transición de las Revistas Somatic y Anthrópolis Hacia su ISSN y el Futuro de la Titulación por Publicación Indexada en la Universidad Vizcaya

Autor: Fernando Pacheco Bailón



Imagen Universidad Vizcaya de las Américas.

Abstract

Indexing scientific journals is crucial to legitimize academic production and increase its reach. In this context, the journals Somatic and Anthrópolis, belonging to the Vizcaya University, have the opportunity to position themselves as references in their respective areas of knowledge by being indexed. This will not only attract higher quality research, but will also encourage interdisciplinary collaboration, strengthening scientific production on the university's 34 campuses. Particularly, the Mérida campus can play a central role in this process, leading the coordination and distribution of research at the national level. Furthermore, the implementation of a degree model by indexed publication is one of the most innovative perspectives for the university. This model would allow students to obtain their degree through the publication of articles in recognized academic journals, promoting academic rigor from professional training and strengthening the visibility of students in the scientific community.

Finally, the internationalization of Somatic and Anthrópolis and their possible indexing in Scopus represent key steps for their growth. This process would include the diversification of editorial committees, the promotion of international collaborations and the adaptation to editorial quality standards, which would increase the global visibility and impact of published research. With these strategies, the Vizcaya University could consolidate itself as a reference in the creation and dissemination of knowledge both nationally and internationally.

Keywords: *Work, team, school climate, perception, university students.*



Acerca del autor

Fernando Pacheco Bailón
cidiv_merida@uva.edu.mx

Coordinador de investigación del CIDIV Mérida. Licenciado en periodismo, maestro en ciencias políticas, maestro en historia y doctor en educación. Ha sido consejero electoral INE y tiene diversas publicaciones en la revista Anthrópolis. Y tres obras publicadas en materia de ciencia política.



Imagen Universidad Vizcaya de las Américas.

Introducción

El ingreso de las revistas académicas Somatic y Anthrópolis al sistema de ISSN (International Standard Serial Number) representa un hito crucial en su consolidación como plataformas de difusión científica de calidad. Estas publicaciones están vinculadas a la Universidad Vizcaya de las Américas, una institución con 34 campus distribuidos en México.

El objetivo de ambas revistas es no solo ser reconocidas oficialmente mediante el ISSN, sino también avanzar hacia la indexación en bases de datos reconocidas, lo que permitirá que los artículos publicados alcancen un mayor impacto académico. Esta transición es parte de una estrategia más amplia orientada a generar conocimiento académico en el campus Mérida y otros campus de la universidad, así como a implementar un sistema de titulación basado en publicaciones indexadas.

El ISSN es una herramienta que proporciona a las publicaciones periódicas un reconocimiento internacional al registrar oficialmente su existencia en el ámbito académico y científico. Para las revistas Somatic y Anthrópolis, obtener este registro implica no solo ser formalmente reconocidas, sino también una etapa de profesionalización. Esto conlleva la necesidad de cumplir con estándares de calidad en cuanto a la revisión por pares, la estructura de los artículos y la presentación de resultados de investigación, entre otros aspectos.

En esta etapa de transición, las revistas deben demostrar que están preparadas para ofrecer un espacio de difusión de investigaciones que cumpla con los requisitos exigidos por las plataformas académicas internacionales. Esto incluye aspectos técnicos como la periodicidad de publicación, el rigor académico de los artículos y la disponibilidad en acceso abierto para incrementar su visibilidad y alcance global. La formalización de estas publicaciones a través del ISSN permitirá que puedan aspirar a ser indexadas en bases de datos académicas de prestigio, como Scopus, Redalyc, o Latindex.

Problemática

La indexación de revistas científicas es un paso esencial para legitimar la producción académica y garantizar su alcance dentro de la comunidad internacional. Una vez indexadas, Somatic y Anthrópolis tendrán el potencial de atraer investigaciones de mayor calidad y visibilidad, posicionándose como referentes en áreas específicas del conocimiento. Para la Universidad Vizcaya, esto representa una oportunidad invaluable para fortalecer su presencia en el ámbito de la investigación científica, no solo en el campus Mérida, sino en los 34 campus del sistema.

Además, la indexación ofrece la posibilidad de medir el impacto de los artículos publicados a través de métricas reconocidas internacionalmente, lo que impulsaría tanto a investigadores internos como externos a colaborar con estas revistas. Esta expansión de la colaboración interdisciplinaria y multisede fortalecería la capacidad de la Universidad Vizcaya de generar conocimiento en distintas áreas, abarcando desde ciencias de la salud y educación hasta las ciencias sociales y humanidades. Por lo tanto, la pregunta de investigación sería: ¿cómo ha influido la transición de las revistas Somatic y Anthrópolis hacia la obtención de su ISSN en la proyección académica de la Universidad Vizcaya y qué impacto tiene en el futuro de la titulación por publicación indexada en la institución? Y el objetivo: Analizar el proceso de transición de las revistas Somatic y Anthrópolis hacia la obtención de su ISSN y su impacto en el fortalecimiento de la titulación por publicación indexada en la Universidad Vizcaya.

Generación del conocimiento en la Universidad Vizcaya

Uno de los aspectos más destacables de este proceso es la capacidad de las revistas para generar conocimiento en un entorno educativo como el de la Universidad Vizcaya. Con campus distribuidos en puntos estratégicos de México, la universidad tiene un potencial único para generar investigaciones que reflejen la diversidad y las necesidades de las distintas regiones del país. Las revistas Somatic y Anthrópolis pueden convertirse en vehículos de difusión de estos conocimientos, sirviendo como un puente entre la investigación académica y las problemáticas locales.

El campus Mérida, en particular, tiene una posición estratégica para liderar este esfuerzo. Como uno de los campus más destacados, Mérida podría desempeñar un papel crucial en la producción y coordinación de investigaciones que luego se distribuyan a nivel nacional a través de la red de la Universidad Vizcaya. Esta estrategia no solo potenciaría la relevancia de la universidad en el ámbito científico, sino que también reforzaría su compromiso con el desarrollo regional y nacional.

La titulación por publicación indexada: Un modelo innovador

Una de las perspectivas más ambiciosas que se vislumbran con la profesionalización de las revistas académicas en la Universidad Vizcaya es la implementación de un sistema de titulación por publicación indexada.

Este modelo permitiría a los estudiantes obtener su título mediante la publicación de artículos en revistas académicas reconocidas e indexadas. Este sistema tiene múltiples beneficios, ya que incentiva la producción de investigaciones de alta calidad, fomenta el rigor académico desde la etapa de formación profesional y fortalece la visibilidad de los estudiantes dentro de la comunidad científica internacional. Este modelo ya se ha implementado con éxito en otras universidades de prestigio alrededor del mundo, y su adopción en la Universidad Vizcaya consolidaría la relación entre investigación y docencia. Para lograr este objetivo, es fundamental que Somatic y Anthrópolis (revistas de Universidad Vizcaya) alcancen los estándares necesarios para su indexación en bases de datos internacionales, lo que permitiría que las publicaciones realizadas por estudiantes tengan el reconocimiento y validez requeridos. (Gómez y Ramos, 2020).

> **“El modelo de titulación por publicación indexada no solo promueve la investigación de alta calidad, sino que también fortalece la visibilidad de los estudiantes dentro de la comunidad científica internacional, consolidando la relación entre investigación y docencia.”**

El ingreso de las revistas Somatic y Anthrópolis al sistema de ISSN y su eventual indexación marcan una etapa de transición clave para la Universidad Vizcaya. Este proceso no solo incrementará la visibilidad de la producción académica de la universidad, sino que también abrirá nuevas posibilidades en términos de generación de conocimiento en sus 34 campus. La implementación de un sistema de titulación por publicación indexada reforzaría aún más el compromiso de la universidad con la investigación de calidad, creando un modelo innovador que integraría a los estudiantes en el ámbito científico desde su etapa de formación. La consolidación de este proyecto exigirá un esfuerzo conjunto entre los distintos actores de la universidad, pero sus resultados podrían posicionar a la Universidad Vizcaya como un referente nacional e internacional en la creación y difusión del conocimiento.

La globalización ha transformado el panorama académico, impulsando a instituciones y revistas científicas a trascender fronteras, lo que ha generado una competencia por alcanzar estándares de calidad internacionales. (Rodríguez y Giménez, 2013). En este contexto, la internacionalización de revistas académicas como Somatic y Anthrópolis, junto con su indexación en plataformas de alta reputación como

Scopus, no solo resulta fundamental para su crecimiento y visibilidad, sino que también se alinea con el objetivo de fortalecer el impacto científico y social de sus publicaciones.

> La internacionalización de una revista implica más que simplemente contar con colaboradores de diferentes países; abarca la creación de redes globales, el establecimiento de relaciones con instituciones y autores reconocidos, y la difusión de conocimiento relevante a nivel mundial. (Torres y Moed, 2009). Para Somatic y Anthrópolis, dos revistas académicas que abordan temáticas innovadoras en las áreas de ciencias sociales y humanidades, lograr este nivel de integración representa una oportunidad para posicionarse como referentes en sus respectivos campos.

Este trabajo se desarrolló bajo la modalidad de un ensayo científico, caracterizado por la reflexión crítica y el análisis teórico en torno a la transición de las revistas Somatic y Anthrópolis hacia la obtención de su ISSN y su impacto en la Universidad Vizcaya. A través de la revisión de fuentes documentales y teóricas, se examinó el contexto, los procesos y las implicaciones de dicha transición.

La internacionalización permite que las investigaciones locales adquieran una resonancia global. En un mundo interconectado, los desafíos sociales, culturales y científicos trascienden las fronteras geográficas. (Archambault y Lariviére, 2011). Somatic y Anthrópolis pueden, a través de la internacionalización, no solo reflejar y abordar las problemáticas locales, sino también contribuir a un diálogo global que permita generar soluciones innovadoras y pertinentes a nivel mundial. Para alcanzar este objetivo, es fundamental que ambas revistas diversifiquen su comité editorial, promuevan colaboraciones internacionales y atraigan a investigadores de renombre mundial.

“La internacionalización de revistas como Somatic y Anthrópolis no solo amplifica su alcance, sino que las posiciona en un diálogo global, permitiendo que las investigaciones locales aborden desafíos de relevancia mundial y contribuyan con soluciones innovadoras.”

Estrategias para la Internacionalización de Somatic y Anthrópolis

Uno de los primeros pasos para la internacionalización efectiva de Somatic y Anthrópolis es garantizar que sus publicaciones estén disponibles en plataformas multilingües, permitiendo el acceso a un público más amplio. Además, es esencial fomentar la participación de autores internacionales en sus publicaciones y promover el intercambio de conocimiento a través de conferencias, seminarios y redes globales de colaboración. La creación de convenios con universidades y centros de investigación internacionales puede facilitar la recepción de artículos de alta calidad y fortalecer la reputación académica de ambas revistas. Es también necesario implementar criterios editoriales estrictos que sigan los estándares internacionales de revisión por pares, lo cual aumentará la confianza en la calidad y rigor científico de los trabajos publicados. Este proceso no solo mejorará la calidad de los artículos, sino que también elevará el perfil de las revistas ante organismos internacionales como Scopus.

La Indexación en Scopus: Un Sello de Calidad

La indexación en bases de datos internacionales como Scopus es un paso clave hacia la internacionalización de cualquier revista académica. Scopus, una de las plataformas de resúmenes y citas más prestigiosas del mundo, es reconocida por su exigente proceso de selección que garantiza la inclusión solo de publicaciones científicas de alta calidad. (Ziman, 2000). Ser indexado en Scopus no solo aumenta la visibilidad de las revistas, sino que también ofrece ventajas competitivas, como el

reconocimiento institucional y el acceso a métricas que permiten evaluar el impacto académico de los artículos publicados. (Alvargonzalez, 2009).

El proceso de indexación en Scopus implica cumplir con una serie de criterios relacionados con la calidad editorial, la diversidad geográfica de los autores, la rigurosidad de los procesos de revisión por pares, y la relevancia de las temáticas abordadas. (Harzing, 2010).

Para Somatic y Anthrópolis, obtener la indexación en Scopus no es solo un objetivo alcanzable, sino una necesidad para garantizar su reconocimiento en la comunidad científica internacional. Esto requerirá un esfuerzo conjunto de los comités editoriales de ambas revistas, quienes deberán mejorar constantemente la calidad de las publicaciones, implementar métricas de evaluación, y mantener una política editorial que promueva la excelencia académica.

Desafíos y Beneficios

Uno de los principales desafíos para la internacionalización y la indexación en Scopus radica en la necesidad de adaptar las políticas editoriales y los procesos de publicación a los altos estándares internacionales. (Garfield, 2006).

Esto podría requerir una inversión en capacitación para el equipo editorial, la adopción de nuevas tecnologías para la gestión de manuscritos y la implementación de estrategias de marketing académico que amplíen la visibilidad global de las revistas. (Van, 2005).

No obstante, los beneficios de lograr estos objetivos son inmensos. La internacionalización y la indexación en Scopus no solo posicionarían a Somatic y Anthrópolis como referentes en sus campos, sino que también atraerían a un mayor número de investigadores, aumentando el volumen y la calidad de los artículos recibidos. Además, estas medidas contribuirían a fortalecer el impacto de las investigaciones publicadas en ambas revistas, permitiendo que sus contribuciones sean reconocidas y citadas por académicos de todo el mundo.

La internacionalización de Somatic y Anthrópolis, junto con su indexación en Scopus, representa una meta ambiciosa, pero alcanzable, que requiere una estrategia integral que contemple la mejora continua en la calidad de sus publicaciones, la diversificación de sus colaboradores y la creación de redes globales. Estos pasos no solo impulsarán el reconocimiento de ambas revistas en el ámbito académico internacional, sino que también contribuirán al desarrollo del conocimiento científico y humanístico, permitiendo que sus investigaciones influyan en el pensamiento y la práctica a nivel global.

“La internacionalización e indexación en Scopus de Somatic y Anthrópolis no solo incrementaría su visibilidad global, sino que también fortalecería la calidad e impacto de sus investigaciones, posicionándolas como referentes académicos internacionales.”



Imagen Universidad Vizcaya de las Américas

Aspecto	Descripción
Definición	Es un modelo en el cual la titulación de estudiantes (especialmente en posgrados) está condicionada a la publicación de un artículo en revistas científicas indexadas.
Características principales	Publicación en revistas reconocidas por bases de datos indexadas.
Beneficios académicos	Revisión por pares.
Beneficios para la institución	Cumplimiento de estándares académicos rigurosos.
Desafíos para los estudiantes	Mejora la calidad y la rigurosidad de los trabajos de titulación.
Desafíos para las instituciones	Fomenta la investigación y el pensamiento crítico.
Ejemplos de implementación	Contribuye al posicionamiento del estudiante en la comunidad académica.
Impacto en la calidad educativa	Aumenta la visibilidad y prestigio de la universidad a nivel global.
Requisitos comunes	Fomenta la producción científica y la colaboración internacional.
Proyección a futuro	Se espera que este modelo siga expandiéndose, especialmente en instituciones que buscan mejorar su proyección internacional y calidad investigativa.
Críticas o retos	Puede ser visto como una barrera adicional para la titulación.
Proceso largo debido a los tiempos de revisión de las revistas.	La presión por publicar puede generar estrés en los estudiantes y fomentar prácticas como la publicación en revistas de baja calidad o "depredadoras".
Dificultad para cumplir con los estándares de revistas indexadas.	Dificultad para cumplir con los estándares de revistas indexadas.
Desafíos para las instituciones	Necesidad de apoyo a los estudiantes en términos de mentoría y recursos.
Presión sobre los docentes y el personal académico para asesorar de manera efectiva.	Presión sobre los docentes y el personal académico para asesorar de manera efectiva.
Dificultad para coordinar y gestionar los tiempos de publicación con los de titulación.	Dificultad para coordinar y gestionar los tiempos de publicación con los de titulación.
Ejemplos de implementación	Universidad Autónoma de México (UNAM): Varios programas de posgrado exigen la publicación en revistas indexadas como parte del proceso de titulación.
Universidad de São Paulo (USP): En algunos programas de doctorado se requiere la publicación en revistas internacionales indexadas para poder defender la tesis.	Universidad de São Paulo (USP): En algunos programas de doctorado se requiere la publicación en revistas internacionales indexadas para poder defender la tesis.
Impacto en la calidad educativa	Mejora la calidad de los trabajos finales y fortalece la cultura de investigación en la universidad.
Fomenta la ética en la investigación a través de la revisión por pares.	Fomenta la ética en la investigación a través de la revisión por pares.
Requisitos comunes	Publicación en revistas indexadas en bases de datos como Scopus, Web of Science o Latindex.
Cumplimiento de normas éticas y científicas de publicación.	Cumplimiento de normas éticas y científicas de publicación.

Tabla 1. La titulación por publicación indexada: Un modelo innovador. Fuente: propia (2024).

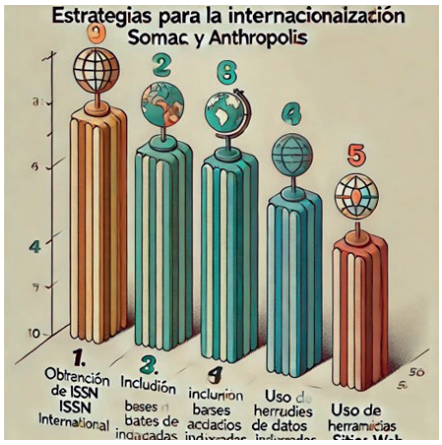


Figura 1. Estrategias para la Internacionalización de Somatic y Anthrópolis.

Referencias

- *Alvargonzález, D. (2011). El impacto de la indexación de revistas científicas en bases de datos internacionales. Revista Española de Documentación Científica, 34(4), 509-518. https://doi.org/10.3989/redc.2011.4.883*
- *Archambault, E., & Larivière, V. (2009). History of the journal impact factor: Contingencies and consequences. Scientometrics, 79(3), 635-649. https://doi.org/10.1007/s11192-007-2036-x*
- *Garfield, E. (2006). The history and meaning of the journal impact factor. JAMA, 295(1), 90-93. https://doi.org/10.1001/jama.295.1.90*
- *Gómez-Sancho, J., & Ramos-Salazar, F. (2020). La calidad de las revistas científicas en ciencias sociales y humanidades: Evaluación, impacto e indexación. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 171, 57-72. https://doi.org/10.5477/cis/reis.171.57*
- *Harzing, A. W. (2010). The publish or perish book: Your guide to effective and responsible citation analysis. Tarma Software Research.*
- *Moed, H. F. (2005). Citation analysis in research evaluation. Springer. https://doi.org/10.1007/1-4020-3714-7*
- *Rodríguez-Yunta, L., & Giménez-Toledo, E. (2013). Revistas científicas, bases de datos e indicadores de calidad: Revisión crítica y perspectivas para las ciencias sociales y humanidades. Anuario ThinkEPI, 7, 253-259. https://doi.org/10.3145/thinkepi.2013.33*
- *Torres-Salinas, D., & Moed, H. F. (2009). Library holdings and journal citations as indicators of the impact of scientific journals. Journal of the American Society for Information Science and Technology, 60(3), 487-495. https://doi.org/10.1002/asi.20996*
- *Van Leeuwen, T. N., & Moed, H. F. (2005). Characteristics of journal impact factors: Relevance of new journal titles in the international context. Scientometrics, 64(2), 189-200. https://doi.org/10.1007/s11192-005-0241-y*
- *Ziman, J. (2000). Real science: What it is, and what it means. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511541391*

Jornada Científica 2024

UNIVERSIDAD VIZCAYA
DE LAS AMÉRICAS

Un rotundo éxito la Jornada Científica 2024, donde estudiantes e investigadores de diversas disciplinas se reunieron para compartir ideas innovadoras y avanzar en el conocimiento científico.











Somos una universidad que se distingue por su calidad académica y por su comunidad estudiantil de más de 35,000 alumnos en todo el país, que busca prepararse y transportar su vocación hacia su profesión.







Porque Estudiar en UVA

Porque se trata de ti, de tu educación, y de tu futuro, estamos preparados para ofrecerte los conocimientos y habilidades necesarias para lograr tu éxito profesional.

Académicos

Aprende cómo desempeñarte con éxito en el mundo laboral, gracias a la experiencia profesional de nuestros académicos quienes se encuentran activos en su campo y tienen la misma dedicación, y pasión por su profesión que tú.

› **MÁS DE 3000 DOCENTES VIZCAYA**

Apoyo Financiero

Porque creemos en la ambición de lograr tus sueños, y en lo que puedes llegar a ser, contamos con apoyos de financiamiento en tu educación, por medio de nuestro programa de becas que contribuirán al fortalecimiento de tu potencial profesional.

Áreas Especializadas

Sabemos que los conocimientos deben cimentarse con la práctica, por ello te prepararás en nuestros laboratorios de alta calidad, tecnología y vanguardia que garantizarán tu aprendizaje complementario.

Espiritu de Expansión

Hablar de Vizcaya, es hablar de crecimiento, es hablar de un espíritu fortalecido por su valor para expandirse sin descanso en México y el mundo, con la finalidad de ofrecerte nuevas posibilidades para ampliar tus conocimientos. Hoy después de 20 años decimos con orgullo que, de acuerdo a Reader´s Digest, estamos posicionados como una de las 100 mejores universidades de México

31 CAMPUS EN TODO EL PAÍS, 1 CAMPUS CADA 8 MESES, 1 UNIVERSIDAD EN LÍNEA, PRESENCIA EN 14 ESTADOS DE LA REPÚBLICA, 20 AÑOS DE TRAYECTORIA EDUCATIVA.

Más de 40,000 Egresados

VIZCAYA POR EL MUNDO

Más de 300 embajadores Vizcaya en los últimos 2 años.

Más de 100 convenios en el mundo en los que podrás:

Realizar un verano de investigación
Hacer tus prácticas profesionales
E irte de intercambio académico

Conoce más en: WWW.**UVA**.EDU.MX