



AÑOS
INSTITUTO
CAMPECHANO

EXPERIENCIAS
MULTIDISCIPLINARIAS
DE INVESTIGACIÓN:

ANTOLOGÍAS DE COMPARTENCIAS

EN EL
INSTITUTO CAMPECHANO

COLECCIÓN
165 AÑOS



Experiencias multidisciplinarias de investigación: antología de compartencias en el Instituto Campechano

Diana Eugenia Moguel Ruz



COLECCIÓN 165 AÑOS

Experiencias multidisciplinarias de investigación: antología de compartencias en el Instituto Campechano

Como citar:

Moguel Ruz, Diana Eugenia, 2025. Experiencias multidisciplinarias de investigación: antología de compartencias en el Instituto Campechano. México: Instituto Campechano.

Está prohibida y penada, por las leyes nacionales e internacionales de la propiedad intelectual, la reproducción total o parcial de esta obra (texto, ilustraciones, diagramación), su tratamiento informático y su transmisión ya sea electrónica, mecánica, por fotocopia o por cualquier otro medio, sin permiso previo y por escrito de los autores y editores.



Primera edición, septiembre de 2025

© Instituto Campechano
Calle 10 #357, Colonia Centro.
CP: 24000
San Francisco de Campeche, Campeche, México
www.instcamp.edu.mx

ISBN de la Colección: 978-607-97752-8-5
ISBN Colección Digital: 978-970-96882-1-4

Edición, integración y corrección de estilo: Sara Esther Pérez Escalante

Impreso en México/ Printed in México

Este libro se terminó de imprimir en el mes de septiembre de 2025.
Calle 10 #357, Colonia Centro.
CP: 24000
San Francisco de Campeche, Campeche, México



INSTITUTO CAMPECHANO

1860-2025

Ilsa Beatriz Cervera Echeverría
Rectoría del Instituto Campechano

Rafael Enrique Meneses López
Secretaría General

Luis Fernando Góngora Carlo
Dirección General de Estudios de Posgrado e Investigación

Beatriz González Renedo
Dirección de Investigaciones Históricas y Sociales

ÍNDICE

Prólogo	6
Luis Fernando Góngora Carlo	
Prolegómenos	9
Diana Eugenia Moguel Ruz	
Percepción del Habitus de la Casa Maya: Saberes, Añoranzas y Realidades de la Familia	19
María Eugenia López Caamal, Daniel Antonio Muñoz González, Eric Alejandro Catzin López, Lidia Maricela Caamal Campos	
El Marketing Social como Estrategia en la Reducción de la Nomofobia-Phubbing en los Alumnos de la Escuela de Mercadotecnia del Instituto Campechano	35
Gloria Elizabeth Félix Morales, Karina Gabriela Magaña Valencia	
El Papel del Turismo en la Conservación de las Tradiciones Religiosas en Yucatán	51
Álvaro Antonio Santos Pérez, Addy Jennifer Navarrete Ayala	
El Control de Calidad Aplicado a través de la Ingeniería de Menú	71
Iván Palomo Arceo	
Hábitos de Estudio y la importancia de la atención en Clases; una investigación en la Población Académica de Nivel Superior	89
María Guadalupe Jáimez Rodríguez, Roxana del Carmen Vargas Pacheco, María Concepción Ruiz de Chávez Figueroa	
Divulgación académica del Instituto Campechano en las Redes Sociales	109
Suri Teresa Arcos Horta, María Enock Sánchez Aguilar, Ana Isabel Mijangos Cortés	
Estudio Diagnóstico para fortalecer la Comunicación Organizacional en la Empresa Campeche Network	127
Anahí Mijangos Yah, María Enock Sánchez Aguilar, Ana Isabel Mijangos Cortés	
Recetas Campechanas basadas en el Aporte Nutrimental de la Dieta Mediterránea	155
Hilda del Carmen Silva Cambranis, Rafael Enrique Meneses López, Hugo Enrique Villarino Gutiérrez, Carlos Alberto Valdez Chin	
Una Experiencia Multidisciplinaria de Investigación en Gráficas	183
Diana Eugenia Moguel Ruz	
A manera de Corolario	193
Diana Eugenia Moguel Ruz	

Prólogo

En este libro titulado *Experiencias Multidisciplinarias de investigación: antología de compartencias en el Instituto Campechano*, se abordan temas muy variados que encuentran su convergencia en la investigación social, en la investigación de corte humanista y en la identificación de problemáticas reales y actuales del contexto, donde el Benemérito Instituto Campechano desarrolla su quehacer académico.

Percepción del habitus de la casa maya: saberes, añoranzas y realidades de la familia; se centra en un estudio focalizado en una familia que permite establecer realidades, prácticas y conductas concretas mostrando la reinención por la que transitan las familias mayas en la actualidad, una reinención llamada por los autores de la Escuela de Trabajo Social: reingeniería que busca preservar las costumbres ancestrales compaginándolas con el contexto social real en que se encuentran viviendo.

El marketing social como estrategia en la reducción de la nomofobia-phubbing en los alumnos de la escuela de mercadotecnia, nos muestra. a manera de visor y con el estudio de una población controlada (como son los estudiantes de la Escuela de Mercadotecnia), las serias afectaciones que el miedo irracional pueden propiciar en las personas al no tener a la mano el celular o no contar con señal; inseguridades que, al paso del periodo de reclusión de la contingencia sanitaria por el virus SARS-Cov-2, nos llama a encender las alertas respecto de estos temores que, si no lo son hoy día, están cerca de convertirse en problemas de salud mental.

El turismo es un fenómeno social que coexiste en las diversas regiones del mundo y su papel como objeto de investigación de la Escuela de Turismo, cobra un misticismo relevante cuando su centro es la conservación de las tradiciones religiosas, que encierra en la península de Yucatán, una fusión entre lo religioso del pueblo maya con la conquista, la dominación española y el mestizaje, derivando en un mosaico cultural muy colorido, rico, místico y único; que nos da identidad a los seres humanos que habitamos esta majestuosa península maya.

La gastronomía, sobre todo en México ha cobrado un auge muy grande, y en este sentido, la rentabilidad de los platillos es fundamental para el sostenimiento de la actividad comercial gastronómica; es así que el capítulo el control de la calidad aplicado a través de la ingeniería de menú, investigación de la Escuela de Gastronomía, nos muestra un estudio muy práctico, relativo a cómo poder llevar un control de la promoción y economía, con relación a la popularidad y a la rentabilidad de los alimentos que se ofrezcan.

Otro aspecto muy relevante, sobre todo porque la esencia del Instituto Campechano es la formación, son los hábitos de estudio y especialmente la importancia de la atención en clases por parte de los estudiantes del nivel superior, en particular de las escuelas de Trabajo Social y de Gastronomía. Determinar si los alumnos acuden a la escuela a construir procesos para su formación o no, es lo que esta investigación persigue, a fin de identificar elementos que permitan construir estrategias apegadas a la realidad estudiantil, procurando que sean las más efectivas.

La divulgación académica del Instituto Campechano en las redes sociales, es un elemento indispensable que da valor agregado a todo el arduo trabajo de investigación que realice el Benemérito Instituto; y es por todo esto, que la Escuela de Ciencias de la Comunicación indaga la relevancia de conocer cómo los diversos actores (alumnos, investigadores y directivos) perciben la difusión académica que se promueve desde las redes sociales, mostrando una ruta crítica para potencializarlas, lo que de aplicarse, además de reforzar el trabajo de quienes realizan investigación, podría contribuir construir una identidad institucional más sólida.

El estudio de caso, focalizado en cómo la comunicación organizacional incide de manera por demás importante en una organización; presentado en esta investigación (también realizada por la escuela antes mencionada), nos permite mirar dos aspectos de la problemática planteada: por un lado, la forma como los investigadores del Instituto Campechano visualizan las problemáticas actuales y vigentes; y por el otro, cómo las organizaciones deben de abordar esta problemática para mejorar de forma integral su quehacer. Es por esto que, si se forma parte de una organización, sin importar cuál sea su objeto de existencia, hay que saber la importancia de lo que una buena comunicación organizacional puede evitar.

Finalmente, Hilda del Carmen Silva Cambranis, Rafael Enrique Meneses López, Hugo Enrique Villarino Gutiérrez y Carlos Alberto Valdez Chin, como especialistas en la gastronomía nutricional, nos presentan la investigación denominada Recetas Campechanas basadas en el Aporte Nutrimental de la Dieta Mediterránea donde exponen la relevancia de retomar la experiencia nutrimental europea de la comida mediterránea, en la circunstancia campechana, es decir, la adecuación de la visión mediterránea en platillos de la gastronomía de la entidad, lo que representa una muestra de exquisitas viandas culinarias, ricas en sabor y en contenido alimenticio para la salud cardiovascular de los campechanos.

Luis Fernando Góngora Carlo
Director General de Estudios de
Posgrado e Investigación

Prolegómenos

En el mundo contemporáneo, los desafíos que enfrentamos son complejos y multifacéticos, demandando enfoques innovadores y colaborativos. Esta antología de investigación multidisciplinaria surge como una respuesta a la necesidad de integrar conocimientos y metodologías de diversas disciplinas para abordar problemas complejos de manera más holística y eficaz. A través de esta colección, presentamos una serie de investigaciones que ejemplifican el poder de la colaboración interdisciplinaria. Cada capítulo reúne contribuciones de expertos en diversos campos, desde las ciencias naturales y sociales hasta las humanidades y las artes culinarias, demostrando cómo la convergencia de diferentes perspectivas puede generar nuevas ideas, enriquecer el conocimiento y ofrecer soluciones integrales.

Partimos esta exploración multidisciplinaria con la obra "*Percepción del Habitus de la Casa Maya: Saberes, Añoranzas y Realidades de la Familia*", realizada por María Eugenia López Caamal, Daniel Antonio Muñoz González, Eric Alejandro Catzin López y Lidia Maricela Caamal Campos, todos docentes investigadores de la *Escuela de Trabajo Social*, la cual se centra en el estudio del habitus, un concepto sociológico desarrollado por Pierre Bourdieu, aplicado al contexto de las casas mayas y la vida cotidiana de una familia en la comunidad de Uzazhil, Edzná Campeche, México. Este estudio pretende explorar y documentar cómo las tradiciones, conocimientos y realidades de una familia maya se reflejan en su manera de habitar y valorar su hogar ancestral. El habitus se entiende aquí como las disposiciones duraderas y transferibles que influyen en las prácticas culturales y la percepción del entorno.

El documento abarca una investigación descriptiva de corte cualitativo, cuyos autores aclaran que posee un "enfoque fenomenológico y fundamentación sociocultural", con una metodología que incluye entrevistas abiertas, observaciones de campo y análisis de contenido, lo que les permitió una comprensión profunda de la percepción del habitus en las casas mayas.

Este artículo ofrece una visión detallada y matizada de cómo las comunidades mayas mantienen sus tradiciones culturales mientras navegan los desafíos de la modernización; y su relevancia radica en su capacidad para ilustrar la resiliencia cultural y la importancia de las prácticas tradicionales en la configuración de la identidad comunitaria.

Su lectura es esencial para aquellos interesados en la antropología cultural, la sociología y los estudios indígenas; ya que revela una dualidad en las comunidades mayas actuales, donde coexisten las viviendas modernas de piedra y bloque con las tradicionales de madera y huano. Este contraste refleja la adaptación a nuevas realidades sin abandonar completamente las raíces culturales. Además, se destaca la importancia emocional y simbólica de las casas mayas para sus habitantes, quienes las consideran un legado histórico. Los lectores podrán apreciar mejor la profundidad y la relevancia del estudio sobre el habitus maya y su impacto en las prácticas y percepciones culturales de una comunidad en transición.

La segunda investigación denominada *“El marketing social como estrategia en la reducción de la Nomofobia-Phubbing en los alumnos de la Escuela de Mercadotecnia”*, fue realizada por la alumna Gloria Elizabeth Félix Morales en coordinación con la docente Karina Gabriela Magaña Valencia, quienes presentan una indagación centrada en dos fenómenos contemporáneos: la nomofobia y el phubbing, lo que afectan significativamente a los estudiantes de la *Escuela de Mercadotecnia del Instituto Campechano*. La nomofobia la definen como el *“miedo irracional ...a no tener el celular o no contar con señal”*, mientras que el phubbing lo explican como el hecho de ignorar a las personas o al entorno debido al uso excesivo del celular. Las autoras mencionan como objetivo del estudio *“diseñar una estrategia de marketing social para reducir los factores de la nomofobia y el phubbing entre los alumnos de la Escuela de Mercadotecnia del Instituto Campechano”*, y con ello buscar que los estudiantes tomen conciencia sobre estos problemas y promover cambios en su comportamiento *“para mejorar su calidad de vida”* y *“rendimiento académico”*.

La investigación se basó en un enfoque cuantitativo, no experimental y transversal con un alcance descriptivo, donde las autoras utilizaron una encuesta como técnica de recolección de datos y un cuestionario que aplicaron a 91 estudiantes, con preguntas sobre nomofobia, phubbing y relaciones interpersonales, en cuya interpretación de resultados emplearon una escala de Likert, que arrojaron hallazgos en los que resalta un alto índice de comportamientos vinculados con ansiedad y estrés por el uso excesivo del celular, debido a que el 79% de los estudiantes se distrae con sus celulares y el 54% padece insomnio. Las autoras destacan que la mayoría de los estudiantes encuestados no están familiarizados con los términos nomofobia y phubbing, aunque presentan síntomas claros de estas condiciones, porque los problemas asociados con la nomofobia y el phubbing son fenómenos prevalentes que afectan negativamente su vida social y académica.

Los resultados de esta investigación las autoras los encaminaron a implementar una campaña de marketing social para educar a los alumnos en torno a estos problemas y fomentar un uso más consciente y saludable de la tecnología. De igual manera recomiendan realizar intervenciones educativas entre el estudiantado, a través de pláticas, redes sociales y videos informativos para aumentar el conocimiento en la materia. Además, de proponer estrategias que promuevan la interacción cara a cara, a fin de reducir su dependencia tecnológica.

La tercera investigación elaborada por Álvaro Antonio Santos Pérez y Addy Jennifer Navarrete Ayala de la *Escuela de Turismo del Instituto Campechano*, denominada: *El Papel del Turismo en la Conservación de las Tradiciones Religiosas en Yucatán*", nos sumerge en un recorrido histórico y cultural donde se aborda la intersección entre el turismo y la preservación de las festividades religiosas en el sur de Yucatán.

Estas festividades religiosas que representan el sincretismo cultural de México,¹ expresan la profunda religiosidad local, y como indican los autores, debido a la falta de difusión y accesibilidad de la información sobre las mismas, enfrentan desafíos significativos. De ahí la relevancia de esta propuesta en el sentido de que el turismo religioso es una modalidad emergente de este ámbito, que permite a los viajeros explorar y sumergirse en estas ricas tradiciones culturales y religiosas, a fin de aprovechar las más de 80 festividades religiosas que suelen celebrarse en Yucatán, México, a lo largo del año, como lo detectaron los autores, destacando que muchas de las cuales son desconocidas fuera de sus comunidades locales y haciendo énfasis en que ponen en riesgo su continuidad. Asimismo, mencionan que las festividades religiosas no solo son momentos de devoción y conexión espiritual, sino también una parte integral del patrimonio cultural de las comunidades locales; y que la ausencia de información, accesible en plataformas oficiales, dificulta su consideración como atractivos turísticos, privando a los interesados de participar en estas celebraciones.

Es por ello, que este estudio del turismo religioso busca crear un inventario detallado de estas festividades para promover el turismo cultural y religioso, subrayando la importancia de preservar el patrimonio cultural, a través de encuestas realizadas a residentes locales, donde se revela que una gran mayoría desconoce la manera de encontrar información sobre estas festividades, lo que representa una barrera significativa para el desarrollo turístico. En conclusión, los autores proponen que la promoción y el desarrollo de un inventario turístico de festividades religiosas podrían no solo generar ingresos económicos, sino también contribuir a la preservación del patrimonio cultural y a la cohesión social, fomentando un sentido de identidad y orgullo cultural entre los residentes de Yucatán.

¹ El sincretismo surge con la llegada de los españoles en el siglo XVI y es resultado de la fusión de las creencias indígenas de los antiguos mexicanos con la religión católica, generando una síntesis única de rituales y celebraciones que moldearon la identidad cultural mexicana.

La cuarta investigación de esta antología multidisciplinaria, denominada: “*El Control de Calidad Aplicado a través de la Ingeniería de Menú*”, fue elaborada por Iván Palomo Arceo quien como docente de la *Escuela de Gastronomía del Instituto Campechano*, aborda la temática de una manera acertada al exponer la importancia que tiene la *ingeniería de menú en la industria restaurantera*; con un estudio centrado en la relación entre la popularidad y la rentabilidad de los platillos en el menú de la cafetería *Rouge* de San Francisco de Campeche, Campeche, en un contexto empresarial altamente competitivo, donde los restaurantes enfrentan el desafío de equilibrar la calidad de sus productos y servicios con los costos operativos.

De este modo, el autor afirma que la “ingeniería de menú” es una herramienta crucial para “optimizar la rentabilidad sin comprometer la calidad”, a través de “clasificar” los platillos según su “popularidad y rentabilidad”, por lo que usa los “datos de ventas, recetas estándar y costeos”, en un estudio que revela una “relación positiva” entre estos factores, con ciertas variaciones según las categorías de los platillos, ya que su objetivo es “incrementar la rentabilidad del menú del restaurante”, considerando “la calidad final de los productos y servicios”.

El autor reitera que la necesidad de abordar estratégicamente la relación costo-calidad, impulsa el uso de la *ingeniería de menús* para optimizar su rendimiento, permitiendo producir platillos más rentables sin comprometer la calidad de los ingredientes, con base en los análisis cuantitativos numéricos y de las técnicas estadísticas, que muestran que los platillos más populares tienden a ser los más rentables; aunque se observen diferencias significativas en dicha relación según las categorías de platillos, ya que las viandas principales muestran una relación más fuerte entre popularidad y rentabilidad en comparación con los platos complementarios.

Finalmente, el autor concluye que la ingeniería de menú permite identificar los platillos con mayor potencial de rentabilidad, además de facilitar a los restauraneros una toma de decisiones informadas sobre el desarrollo, precio y promoción de sus menús; destacando que es esto es esencial para mantener la calidad y satisfacción del cliente, a fin de garantizar la sostenibilidad y el éxito económico de los establecimientos en la industria restaurantera.

La quinta investigación incorporada a este acervo es la realizada por las docentes de la *Escuela de Trabajo Social del Instituto Campechano*: María Guadalupe Jáimez Rodríguez, Roxana del Carmen Vargas Pacheco y María Concepción Ruíz de Chávez Figueroa, sobre *“Hábitos de Estudio y la Importancia de la Atención en Clases: una Investigación en la Población Académica de Nivel Superior”*. Esta pesquisa identifica la relevancia que tienen los hábitos de estudio y la atención en clases en la educación superior, a través de aplicar e interpretar los resultados de un cuestionario, entre el estudiantado de las escuelas de *Gastronomía* y de *Trabajo Social del Benemérito Instituto Campechano*, en torno a la importancia que les atribuyen tanto a *los hábitos de estudio como a la atención de las clases para la acreditación de los contenidos educativos correspondientes*.

La investigación que realizaron para este efecto las docentes fue de tipo no experimental descriptivo y con un enfoque cuantitativo, incorporando la participación de 129 estudiantes de sendas escuelas del IC; utilizando el *Cuestionario de Hábitos y Técnicas de Estudio (CHTE)*, centrado en el análisis de dos aspectos: la planificación del tiempo de estudio y la atención en clases. Los datos recolectados fueron valorados mediante el *software SPSS versión 25*; y los resultados discentes revelaron que presentan una planificación de estudio deficiente, con pocos horarios fijos y sin una estimación clara del tiempo necesario para estudiar.

Sin embargo, las docentes destacan que, aunque el alumnado sí presta atención en la dinámica escolar, hace preguntas cuando no entiende algo y toma apuntes durante las clases, las conclusiones del estudio arrojan que alrededor del 70% tiene hábitos de estudio defectuosos, mientras que solo un 30% cuentan con rutinas adecuadas; subrayando que es preciso el diseño de estrategias que fomenten en el estudiantado la adquisición de buenos hábitos de estudio, incluyendo la planificación de actividades, la elección de espacios adecuados y la motivación para el estudio; por lo que las docentes concluyen que esta investigación es de importancia pues aporta una visión crítica sobre el valor de los hábitos de estudio y de la atención en clases, como elementos cruciales para el mayor rendimiento académico y profesional de la educación superior.

La divulgación académica es un pilar fundamental en el fortalecimiento de la identidad educativa de una institución, porque refuerza el sentido de pertenencia y el reconocimiento de la labor académica realizada: y en ese contexto el Instituto Campechano realiza la difusión de investigaciones y trabajos académicos a través de las redes sociales, con el objeto de hacerlos extensivos entre la comunidad universitaria. De ahí esta sexta investigación de la antología multidisciplinaria denominada: *Divulgación Académica del Instituto Campechano en las Redes Sociales*, efectuada por las alumnas Suri Teresa Arcos Horta y Ana Isabel Mijangos Cortés, así como la docente María Enock Sánchez Aguilar de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, en cuyo documento hacen un análisis detallado sobre cómo se está llevando a cabo la divulgación académica en el *Benemérito Instituto Campechano*, destacando las percepciones tanto de docentes como del estudiantado respecto a la efectividad de los canales utilizados.

El estudio, lo realizaron basado en una metodología cualitativa, donde las investigadoras destacan que se *revelan discrepancias* significativas entre la percepción de los académicos que realizan los trabajos y la realidad vivida por el alumnado, en cuanto a la accesibilidad en la información de las investigaciones divulgadas; ya que dicho magisterio considera que las redes sociales son eficaces en las publicaciones, a la vez que los destinatarios muestran un notable desconocimiento de los trabajos.

Por este hallazgo, las responsables de la investigación subrayan la necesidad de implementar estrategias de comunicación digital más efectivas y adecuadas a las redes sociales, considerando que la investigación expone la falta de una estrategia coherente en la gestión que emplea el Instituto en estos medios de comunicación; además de la propuesta de solución formulada, como la adaptación de los contenidos a los medios digitales, usando un lenguaje accesible y atractivo para toda la comunidad universitaria; a fin de contribuir a la consecución del objetivo final de esta investigación que es fortalecer la identidad del Instituto Campechano. a través de lograr mayor visibilidad y valoración de los trabajos académicos en las redes sociales.

En otro sentido, hablar sobre la comunicación organizacional es un factor crucial en el desarrollo de cualquier empresa, pues facilita la efectiva gestión de las tareas y promueve un ambiente laboral positivo. Es el caso de la séptima investigación denominada *Estudio diagnóstico para fortalecer la comunicación organizacional en la empresa CampecheNetwork*, ubicada en el estado de Campeche, elaborada por las mismas participantes de la investigación anterior, las alumnas Suri Teresa Arcos Horta y Ana Isabel Mijangos Cortés, así como la docente María Enock Sánchez Aguilar de la *Escuela de Ciencias de la Comunicación*, mismas que identificaron una notable deficiencia en la comunicación interna, que impacta de forma negativa en la motivación y productividad de los empleados.

El objetivo que exponen las tres participantes en el estudio diagnóstico es desarrollar *una propuesta que fortalezca la comunicación organizacional de la empresa CampecheNetwork*, con una metodología mixta no experimental, basada en entrevistas y encuestas a *empleados y jefes de área del corporativo*, para evaluar el estado actual de la comunicación dentro de la empresa.

Las investigadoras exponen los resultados de los sondeos donde mencionan que más del 50% de los empleados percibe la comunicación organizacional como irregular; y un 55.6% sólo recibe capacitación anual; indicando que las entrevistas revelan una comunicación interna deficiente, carente de información oportuna en todas las áreas; y que como principal debilidad está la falta de liderazgo, de organización y de gestión de necesidades, junto con problemas tecnológicos. Para concluir, exponen un diagnóstico sobre que la deficiente comunicación organizacional conduce a la desorganización, afectando toda la planificación empresarial, el liderazgo, la capacitación y la productividad. Por ello, las involucradas proponen implementar un plan de comunicación interna que resuelva estas problemáticas, mejore el flujo de trabajo y optimice la coordinación entre las áreas de la empresa, incluyendo la creación de una área de comunicación organizacional interna específica, el uso de herramientas digitales adecuadas y la capacitación periódica; aunado a una guía práctica de mejora en la comunicación organizacional de *CampecheNetwork*, a fin de incrementar la eficiencia y cohesión en los equipos de trabajo.

Para finalizar con estos trabajos multidisciplinarios, los investigadores Hilda del Carmen Silva Cambranis, Rafael Enrique Meneses López, Hugo Enrique Villarino Gutiérrez y Carlos Alberto Valdez Chin, de la *Universidad Autónoma de Campeche* y del *Instituto Campechano* nos sumergen en un deleite de las bondades con la investigación denominada: *Recetas Campechanas basadas en el Aporte Nutricional de la Dieta Mediterránea*, ya que es una dieta reconocida globalmente por sus beneficios para la salud, especialmente en la prevención de enfermedades cardiovasculares. Sin embargo, como lo afirman los integrantes de este trabajo, los componentes principales de dicha dieta, como el salmón y el aceite de oliva, no son siempre accesibles o culturalmente aceptados en todas las regiones de México; y en este contexto, les surgió la idea de adaptar estas prácticas alimentarias saludables a la circunstancia local; y es por ello, que el presente estudio propone la creación de *recetas campechanas basadas en los principios nutrimentales de la dieta mediterránea*.

Los involucrados en la investigación, utilizando una metodología mixta de investigación documental y estudios transversales descriptivos, analizan la problemática de salud en el estado de Campeche, caracterizada por una alta prevalencia de enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) como la diabetes, la hipertensión y las enfermedades cardiovasculares; y a través del análisis nutrimental de los alimentos locales, centran la propuesta en ingredientes regionales como el jurel, el pulpo y la pepita de calabaza, los cuales poseen propiedades nutritivas equiparables a las de la dieta mediterránea, incluyendo antioxidantes como el omega-3 y el selenio; y propone una serie de recetas que no solo son nutritivas sino también culturalmente relevantes y económicas, respetando el entorno y promoviendo la salud cardiovascular.

Los resultados de este estudio, como lo indican sus participantes, muestran que los alimentos campechanos que seleccionaron son ricos en nutrientes esenciales y pueden contribuir significativamente a la mejora de la salud pública. Las recetas que desarrollaron buscan ser una solución práctica para combatir las ECNT en Campeche; ofreciendo alternativas saludables y deliciosas que integran la rica diversidad culinaria de la región.

En este trabajo los investigadores subrayan la importancia de adaptar las dietas saludables a los contextos locales y también presentan una estrategia viable para mejorar la salud comunitaria a través de la gastronomía regional, argumentando que, al fomentar una alimentación basada en ingredientes locales, se puede promover una mejor salud cardiovascular y una mayor calidad de vida para la población campechana.

Finalmente, con estas exposiciones, incorporadas a las *Experiencias Multidisciplinarias de Investigación: una antología de compartencias en el Instituto Campechano*, queda presente el trabajo realizado por un grupo de profesores investigadores que conforman los diferentes cuerpos académicos, así como de discentes integrantes de los grupos de educación superior, que son resultado del desarrollo integral de la comunidad educativa de esta *alma máter*, por lo que esperamos que esta antología inspire a investigadores, estudiantes y profesionales a valorar y adoptar enfoques multidisciplinarios en su labor de pertenencia, reconociendo que la colaboración e integración del saber es clave para avanzar en la ciencia y en la sociedad.

Diana Eugenia Moguel Ruz

Percepción del Habitus de la Casa Maya: Saberes, Añoranzas y Realidades de la Familia

**María Eugenia López Caamal¹
Daniel Antonio Muñoz González²
Eric Alejandro Catzin López³
Lidia Maricela Caamal Campos⁴**

**Escuela de Trabajo Social del Instituto Campechano
Percepción del Habitus de la Casa Maya:**

Saberes, Añoranzas y Realidades de la Familia

***María Eugenia López Caamal⁵
Daniel Antonio Muñoz González⁶
Eric Alejandro Catzin López⁷
Lidia Maricela Caamal Campos⁸***

Resumen

Para Bourdieu (2007, citado por Cristiano en 2011) el habitus se refiere a las condiciones de vida de cada clase que impone maneras de clasificar, apreciar, desear y sentir lo necesario, y que se constituye en el origen de las prácticas culturales. La presente investigación se orienta a

¹ PTC e investigadora de la Escuela de Trabajo Social del Instituto Campechano. Correo: eugenia.lopez@instcamp.edu.mx

² Docente de Asignatura e Investigador de la Escuela de Trabajo Social del Instituto Campechano correo: daniel.munoz@instcamp.edu.mx

³ Docente de Asignatura de la Escuela de Trabajo Social del Instituto Campechano correo: eric.catzin@instcamp.edu.mx

⁴ Docente de A signatura de la Escuela de Trabajo Social del Instituto Campechano correo: lidia.caamal@instcamp.edu.mx

⁵ PTC e investigadora de la Escuela de Trabajo Social del Instituto Campechano. Correo: eugenia.lopez@instcamp.edu.mx

⁶ Docente de Asignatura e Investigador de la Escuela de Trabajo Social del Instituto Campechano correo: daniel.munoz@instcamp.edu.mx

⁷ Docente de Asignatura de la Escuela de Trabajo Social del Instituto Campechano correo: eric.catzin@instcamp.edu.mx

⁸ Docente de A signatura de la Escuela de Trabajo Social del Instituto Campechano correo: lidia.caamal@instcamp.edu.mx

reconocer la percepción del *habitus de la casa maya*, respecto a los saberes, añoranzas y realidades de una familia elegida de forma intencionada de la comunidad de Uzazhil, Edzná Campeche, por medio de un estudio descriptivo de corte cualitativo, con enfoque fenomenológico y fundamentación sociocultural, aplicando distintos instrumentos y la observación del recorrido de área en la comunidad, de donde se recabaron datos que dejaron entrever cambios en la percepción del habitus de los participantes, rescatados de sus experiencias compartidas, su narrativa oral y su tradición popular.

Palabras clave: *Habitus, casa maya, saberes, añoranzas y realidades de la familia.*

Introducción

En el contexto de las comunidades mayas las nuevas generaciones construyen sus viviendas con los materiales que se emplea en la ciudad, pero también se observa que conservan las casas mayas construidas por sus abuelos o madres, y suelen tener un valor emocional para la familia. Se percibe una dualidad en los espacios de las comunidades, por una parte, las viviendas de piedra y/o block, y cercana a ellas las viviendas de palo de madera y huano. El entorno comunitario recrea un escenario matizado de acercamiento a la modernidad y la permanencia del habitus ancestral.

Lo anterior, da lugar a considerar el concepto de habitus, definido por Bourdieu como el sistema de disposiciones duraderas y transferibles, estructuradas predispuestas para funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden estar objetivamente adaptadas a un fin (Capdevielle, 2011).

Por otra parte, a pesar de ser una contribución importante del autor, el término se remonta a los filósofos griegos Aristóteles, Aquino y Boecio, es decir, manifestaban el habitus como la transformación de la potencialidad genérica en los seres, siendo una capacidad concreta en la realización de actos (Criado, 2009).

Para Higueta (2015) el habitus representa un papel primordial en la manera como las personas perciben su cultura, esto permite, reconocer los valores, la cotidianidad, saberes, añoranzas y realidades de los sujetos en relación a su contexto. En ese sentido, el entorno de la casa maya evoca el habitus al que hace referencia los autores señalados, integra aspectos materiales e inmateriales, que en sincronía convergen la vivienda, la flora, la fauna, los elementos naturales (agua, sol, tierra y viento), los saberes y costumbres de los descendientes de los mayas.

En el campo de lo social, se plantea la operación normalizadora del influjo que se ejerce en la imaginación, y, en ese sentido, el habitus esquematiza la psique. Esto es, “el habitus impone una lógica al flujo magmático de las imágenes–representaciones. Bourdieu ha insistido en que esa lógica es la del sentido práctico, que no es la lógica de los lógicos, pero que implica lo esencial de toda lógica: un orden, una forma, una racionalidad y, en consecuencia, una cierta previsibilidad de sus manifestaciones” (Bourdieu, 2007: 129 citado por Cristiano, 2011).

En la simultaneidad de aspectos que constituyen el habitus maya, hay que sumar la cultura como parte fundamental del legado de este grupo, compuesto por una serie de elementos como son: usos, costumbres, tradiciones, lengua, actividades económicas y en particular, la preservación de su hogar; como la honra para sus ancestros en la transformación social de las comunidades.

Ante este contexto, surge el interés de investigar la percepción del habitus de la casa maya, en relación con los saberes, añoranzas y realidades de una familia de origen maya de una comunidad del estado de Campeche, México. De tal manera, que, desde sus experiencias y vivencias generen información en relación al habitus y hacer legítimo los rasgos que los caracterizan para su representación sociocultural.

La descripción de los aspectos más resaltantes de la teoría sociocultural de Vygotsky, contempla el método genético; mediante el cual se aborda procesos psicológicos de la persona, la vinculación entre el pensamiento y el lenguaje, además el uso de instrumentos y signos que

intervienen en la comprensión de procesos sociales (Carrera y Mazarrella, 2001). Desde este planteamiento se realiza la investigación sobre el habitus de la casa maya: saberes, añoranzas y realidades de la familia, con la intención de profundizar en el pensamiento y sentimientos de las personas, cuya voluntad, consciente o inconsciente, es preservar una riqueza sociocultural de origen maya.

Es importante puntualizar que esta concepción del desarrollo, Vygotsky la articula en cuatro ámbitos que aplica al método genético: filogenético (desarrollo de la especie humana), histórico sociocultural (engendra sistemas artificiales complejos y arbitrarios que regulan la conducta social), ontogenético (representa el punto de encuentro de la evolución biológica y sociocultural), y microgenético (desarrollo de aspectos específicos del repertorio psicológico de los sujetos), que persigue una manera de estudiar in vivo la construcción de un proceso psicológico (Carrera y Mazarrella, 2001).

Para este estudio, la metodología filogenética e histórico sociocultural permite comprender los procesos de aprendizajes sociales de las familias mayas. Respecto al primer ámbito relativo a cómo incorporan desde su cotidianidad las vivencias y en el segundo, acerca del desenvolvimiento en la trayectoria de vida de las relaciones que se logran preservar durante el tiempo.

Cuando se habla de las formas de adaptación que tienen las personas en un espacio físico, es ineludible valerse del concepto de "Habitus". Desde esa postura, para la comprensión de habitus, primero se define el hábitat como el espacio físico, que al habitarlo y disponer de diferentes medios y recursos tangibles e intangibles se convierte en el habitus. Así, la relación entre hábitat-habitus que se da simultáneamente brinda un sentido a la vida (Bacigalupi, 2018).

Los saberes, añoranzas y realidades sociales desde la cosmovisión maya

Actualmente, las comunidades mayas experimentan un proceso de reingeniería y transformación social como consecuencia de los hábitos, estilos de vida y desplazamiento de sus habitantes, así como la adopción de otras formas de cultura asociadas a la migración. En este

sentido, dicha civilización ostentaba una serie de tradiciones conformadas por su lengua, literatura, música, juegos, rituales, mitología y gastronomía, todo ello, derivado de conocimientos ancestrales y formas de representación sociocultural (Ershova, 2015).

En las sociedades, la percepción del hábitat es necesaria para la creación de un espacio personal establecido por simbolismos, objetos rituales y la estructura de un hogar asociado a un límite que brinde protección y seguridad a sus habitantes (Ekambi 1974). Esto permite comprender respecto a la casa maya, la relación estrecha entre hábitat y habitus, donde el espacio físico para los descendientes de los mayas no es sólo un lugar, sino es un entorno armonizado con elementos que dan sentido a la convivencia y las relaciones de la familia.

En lo que respecta a la edificación de una casa maya, León (2020) refiere que, una población considerable de campesinos mayas aún habita en chozas heredadas de sus ancestros, mismas que se encuentran constituidas por elementos propios de su arquitectura.

Tabla 1

Elementos del estilo arquitectónico de la edificación maya

• Techo de palma/ Huano
• Columnas/horcones: madero vertical que forma parte de la estructura interior
• Varillas de madera rústicas/ Pabellones atados
• Piedra
• Argamasa: sirve como revoco, y es una mezcla de tierra, zacate y agua que al secarse se pinta con cal.

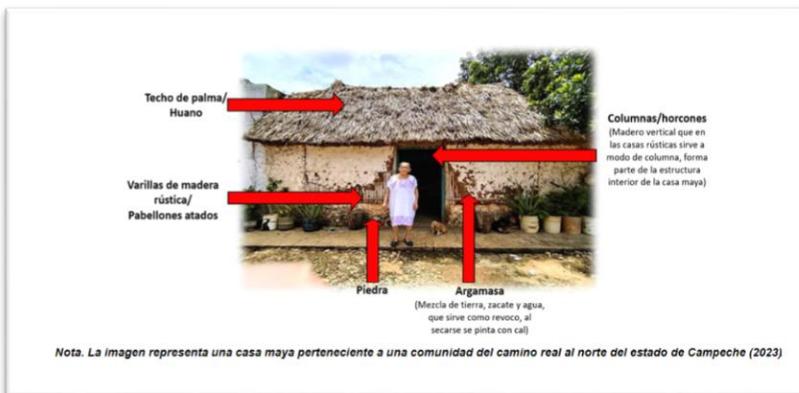
Los elementos antes mencionados proporcionan ventilación, flujo de aire y con ello se evita el calor extremo dentro del hogar. Aun cuando se percibe poca luz al interior de la casa maya, principalmente en el horario de noche, hay que precisar que, en el momento histórico de su construcción, las horas para dormir eran de seis a siete de la noche, iniciando sus actividades de cinco a seis de la mañana, lo cual, a decir de ellos, ese horario apegado a las condiciones naturales les procuraba mayor descanso.

Es importante mencionar que actualmente los programas sociales promueven acciones para la mejora de la vivienda de las comunidades más apartadas del país, esto implica, la reedificación de los hogares y la confrontación de los materiales de construcción de las casas. Un tema pendiente es revisar los diseños arquitectónicos de los prototipos de las casas actuales y los aspectos rescatables de las ancestrales, con el propósito de recuperar las condiciones funcionales para las viviendas actuales.

Por otra parte, los materiales con los que se encuentran edificadas las viviendas de origen maya, como el huano, están escasos y/o han sido prohibidos, por lo que su uso implica también políticas del cuidado medioambiental y reforestación. Aún hay habitantes de las comunidades indígenas que tienen especial aprecio por la casa maya y se resisten o niegan a perder su herencia, como opción de preservarla por un tiempo más, edifican una nueva vivienda con materiales actuales junto al ya existente y con ello, mantienen la cercanía con su habitus, como manifestación de resistencia a perder su legado ancestral.

Figura 1.

Elementos que constituyen la edificación de una casa maya.



La percepción del hábitat y el significado que la población de origen maya le da a la edificación y mantenimiento de sus casas, es de vital importancia, porque representa

el entorno de su pasado y su presente sociocultural.

Metodología

La percepción del Habitus de la Casa Maya: saberes, añoranzas y realidades de la familia es un estudio descriptivo, con enfoque fenomenológico y fundamentación sociocultural de corte cualitativo, realizado en un solo momento; en el que se obtuvieron e interpretaron los datos de forma transversal, donde participó una familia de dos personas mayores (que ostentan la representatividad de la familia por ser matrimonio), una crianza de cuatro hijos y residencia de más de 60 años en la comunidad de Uzazhil Edzná, Campeche, elegida de forma intencionada bajo criterio de habitar la casa maya más antigua de la localidad.

Durante la exploración se empleó una guía de entrevista familiar abierta en visita domiciliaria, a fin de obtener información en el hábitat cotidiano de los participantes del estudio, a través de la técnica de observación de los espacios de la casa maya. Los instrumentos utilizados fueron la guía de entrevista y un equipo de telefonía móvil para grabar conversaciones, capturar imágenes y realizar un recorrido visual del espacio elegido.

La recopilación de la información arrojó un conjunto de datos que se interpretaron y analizaron a través del análisis de contenido en la perspectiva de dos dimensiones de estudio: percepción del habitus y significado sociocultural de la casa maya.

Interpretación de Resultados

Dimensión I. Percepción del Habitus

Al solicitar a los entrevistados que compartieran la percepción de las características estructurales y cotidianidad de su habitus, coincidieron en resguardar el habitus como un legado histórico, estando satisfechos de ser parte de dicha heredad, en virtud de sentirse a gusto viviendo en ese hogar, como lo manifestaron...

Es puro Saskab (Tierra Blanca) con cal, lo pegaron ahí de los palos (J_ENT1).

Me siento contenta así que tengo mi casita cuando me pasé para acá, estaba chica mi nene, acá crecieron, además, mi hija que salió de casa aquí nació (J_ENT1).

Pues me gusta porque hay mucho fresco, cuando hay así mucho calor entras acá a acostarte y esta fresquecito y además hay hamaca, estás mece y mece, en cambio ese que tengo acá a un ladito que es lámina, ¡ay, madre!, no puedes entrar acostarte a medio día esta rete caliente hasta la hamaca está caliente, en cambio acá no (J_ENT1).

Los entrevistados manifestaron que la casa maya es una opción más cómoda en comparación con una casa de material. Sin embargo, los materiales para su construcción y reedificación resultan ser costosos y/o prohibidos...

Si, en hamaca dormimos, no tenemos cama, puro en hamaca, de día acá me acuesto porque acá hay fresquecito (J_ENT1).

Pues a decirlo así, ahorita ya no te venden el huano está prohibido, por eso hoy todo los que hacen su casa puro de lámina encima, aunque sea de block, pero tiene lámina, hasta donde alcance a uno, pues ya tiene todo el cuerpo de la casa, pues, aunque sea lámina encima, el de mi hija así hicieron ellos, es de lámina encima (J_ENT1).

Si se adapta, la casita se adapta a la temperatura ambiente, si hay frio esta calentito acá, si hay calor está fresco (J_ENT1.)

La salud es importante para los entrevistados, por tal motivo, consideran que convivir más en la casa maya evita que se enfermen...

Pues da mucha salud no te enfermas casi acá (J_ENT1).

Porque acá uno no tiene mucho calor y no te hace mucho frio (J_ENT1).

Si, se adapta, la casita se adapta a la temperatura ambiente, si hay frío esta calentito acá, si hay calor está fresco (J_ENT1).

La casita es menos dañina para doña J (F_ENT2).

Te relaja, te pones contento, para que quieres un cuarto de clima más que el original, no te hace daño el aire que respiras, entro, es puro, no como ahorita el clima, pues si es cierto te refresca, pero natural no lo es, y por eso nos enfermamos (F_ENT2).

Dimensión II. Significado sociocultural de la casa maya

Al solicitar a los entrevistados que compartieran sus experiencias en torno al significado sociocultural de la casa maya y los elementos de construcción con los que contaban en la comunidad, los informantes manifestaron lo siguiente:

Nosotros veníamos buscando un lugar donde haya un lugar de agua segura diario, por decir un pozo, y como acá fue hacienda allá en el centro donde esta los dos tanques de agua ahí está ahora el pozo cuadrado, fue hacienda acá por eso ese pozo es antiguo, entonces a este venimos, de aquí que venimos empezamos a construir” (F_ENT2).

Si, le puse el kolóojche’ y luego preparé la mezcla Saskab y cal y ya lo empecé, porque antes se hacían en barro, así le decimos, es de tierra, tierra y zacate machacado y lo revuelve, pero este lo hice de material, por eso se ve diferente (F_ENT2).

Las técnicas empleadas en la construcción de las casas mayas son de origen ancestral e indígena de carácter inédito; sin embargo, dentro de estos sectores de la población, algunos habitantes manifestaron que es una ofensa asociarlos con dichas raíces milenarias...

Sí, pero eso es el embarro, eso entonces era la casa original ya de los antiguos, así por decir, pues muchos les dicen indígena, pero se ofende, pero somos de raza indígena sí o no, usted que es maestra (F_ENT2) ... Muchos le dicen: oye tu eres indígena, ¡ay ya lo ofendiste!

En el sureste del país existen cinco subfamilias lingüísticas asociadas a la cultura maya, cuyos exponentes hablan, practican y habitan en edificaciones con tipología arquitectónica maya. En este sentido, existen habitantes que a su hogar lo representan con un significado de alto valor sentimental, expresando... *“¡Qué bonita es la casa que hice y orgulloso soy de ti!” (F_ENT2).*

Al indagar sobre el valor sentimental de su casa, manifiestan lo siguiente:

¡Ay no, eso es un sentimiento muy grande!, orgullo más que nada y lástima que ya se me calló ¿por qué? Porque hubo un tiempo, una temporada, no sé hasta la fecha, busque

unos centavos y quería reparar porque el huano se compraba en Tenabo, pero entonces que se prohibió, pues ya ves que ahorita las nuevas leyes y prohibieron cortar el huano, bueno eso dijeron, por eso no he reparado, me da mucha tristeza que ya se está cayendo porque ya no las hay y gente como ustedes viene buscando el recuerdo, porque es el original, el del origen maya (F_ENT2).

Como se ha mencionado, las casas mayas, aunque pequeñas son reconfortantes, porque cuentan con espacios funcionales para realizar una serie de actividades como es la preparación de alimentos. La misma casa, sus elementos y estructura representan la cosmovisión del pueblo maya, cada espacio, material o sistema tienen un trasfondo simbólico que sintetiza y concreta el espacio construido (Casanova, 2023).

Bueno, mira, es que la casita no está grande no se pueden hacer cuartos, no es muy grande, entonces la familia viene y que está creciendo, hay que empezar a hacer otra casita para ir acomodando y que se llena y que la familia va engrandeciendo, hay que hacer otra casita. Mi casita no es así, la cocina aún no se ha terminado, que problema hubo, que prendía candela ahí y el humo, eso que hasta la fecha no se le quita, es el humo donde lo va respirando, entonces es lo que afecta a los pulmones, entonces salimos acá (señala el patio) y la hicimos ahora allá, en ese corredorcito (señala un tinglado) ¿por qué? Porque el humo viene el viento y se lo lleva (F_ENT2).

Entre los alimentos que mayor significado ancestral tienen se encuentra el *pibipollo*, que se prepara en horno de tierra durante la celebración del día de muertos; donde se usa leña y un horno acondicionado bajo la tierra en la parte trasera de la casa...

Sí, sí, el aroma, el olor, los pibes, el pibipollo lo hacemos en bajo tierra, mucha gente lo anda buscando, no se puede hacer mucho y tampoco lo podemos tener ahorita mucho, porque ya está muy caro (F_ENT2).

Aunque las condiciones de vida están mejorando en las comunidades mayas, es preciso mencionar, que el orgullo de las raíces ancestrales no debe ser motivo de devaluación, sino *constituir el patrimonio del pasado de un pueblo legendario*; lo que evoca el *habitus*, como el conjunto de esquemas generativos socialmente estructurados, a partir de los cuales los sujetos perciben el mundo y actúan en él, porque se han integrado a la historia de las personas y los interiorizan en la estructura social mediante las relaciones en que el agente social se ha formado (Reyes, 2009). Así lo manifiestan...

Si es cierto, como te digo y lástima que nosotros nuestra era ya está acabando, porque ya ve el gobierno nos está mejorando de vida, si es cierto, pero nos está acabando nuestro orgullo, es un favor, si yo no digo que no, por ejemplo, viene así y dice: yo les voy a poner casa, entonces se tumba y arranca, y todo se acabó de un lado. Si nos hacen un favor, pero nos va a hacer un daño en lo natural, digo donde vivimos, donde convivimos (F_ENT2).

Reflexionando lo anterior, los pobladores de comunidades mayas refieren del significado de la salud y calidad de vida entorno al *habitus* de manera natural. Reconocen que se brindan beneficios con los avances en la construcción de las viviendas en las comunidades, pero, por otra parte, pueden afectar el ambiente natural de la comunidad.

Exactamente, de hecho, yo pues ya ves que aquí hacen su casa de material, yo hay a veces cuando trabajaba bien en mi época, si junté unos centavos, pero no quise hacer, pues hasta la fecha se ha ido prolongando que voy a hacer. Y cuando me estaban curando en Mérida iba yo a un hotel en un cuarto, no me siento bien, porque no estoy acostumbrado, que mejor que mi casita, así como estoy acá (F_ENT2)

En suma, se aprecia en los entrevistados la satisfacción de ser parte de una cultura en vigencia que conserva sus formas de interacción social, *habitus*, usos, costumbres y en algunos casos, los materiales originales en torno a la edificación de su hábitat.

Discusión

Una de las contribuciones esenciales de Vygotsky desde su teoría sociocultural es que concibe a las personas como un ser eminentemente social, uno de sus importantes hallazgos sobre el funcionamiento de los procesos cognitivos, es que mantiene que todos los procesos psicológicos superiores (comunicación, lenguaje, razonamiento, etc.) tienen su origen en el contexto social y luego se internalizan; esta internalización es el resultado de un comportamiento cognitivo en un contexto social (Solidaridad para la Educación, 2017).

La evolución de aprendizaje planteado por Vygotsky, brinda la fundamentación del proceso de internalización de las vivencias de las familias mayas, que se convierten en saberes y añoranzas sobre su habitus, espacio que no se concreta a la “casa” sino al contexto espacial donde convergen, además de la vivienda, las plantas, los animales, los objetos, los elementos naturales (sol, aire, brisa, olores, etc.) que resultan de una integralidad que desborda el espacio de la casa; de esa manera el aprendizaje se recrea en un contexto social integral.

Las distintas sociedades organizan sus diversos espacios de existencia de manera diferente, porque la lógica que las rige se organiza de acuerdo a la forma como se relacionan con la naturaleza (Terán, 2017). Los mayas tenían mucho contacto con la naturaleza y se reflejaba en la construcción de sus casas, esa parte de la frescura de la casa maya, es parte de esa cercanía con la naturaleza.

Actualmente las casas edificadas por las instancias dedicadas a ello, ponderan la construcción sobre la armonía con el entorno descrita a través del habitus, en el que la naturaleza es un aspecto primordial, incluso los recursos naturales de flora y fauna se están comprometiendo de manera negativa por las formas como se construyen las nuevas formas de hábitat. Conceptualizar la casa maya requiere nuevas miradas, en la que no sólo se perciba lo formal (morfológico), ir más allá de ello, es decir un análisis de la visión antropológica que permita ver cualidades espaciales, bióticas de la integración de las condiciones rurales con el medio natural (Sánchez, 2006).

Lo anterior, también implica una visión más integral, reflexiva sobre la suma de los elementos de tierra, aire, agua, fuego, así como la flora y la fauna, que en conjunto mantienen una estrecha relación con las actividades cotidianas con sus habitantes, por cierto, muy alejadas de la dinámica y aceleración de las que se desarrollan en las urbes.

El concepto de habitus tiene particularidades metodológicas, que considera el pasado de los sujetos para comprender y explicar sus prácticas actuales, lo que permite conocer particularidades y/o circunstancias sociales que dan referencia de sus necesidades (Criado, 2013). Desde esa postura, las políticas sociales deben ser diseñadas desde una perspectiva sociocultural y ambiental en beneficio del rescate y preservación de las tradiciones ancestrales de origen maya. De igual forma, es importante la sensibilización y concientización de la población en la participación de actividades asociadas con sus usos y costumbres. Pero también, al compromiso y trabajo de instancias vinculadas con la cultura para dar lugar a la no discriminación y a la valoración de las raíces de un pueblo ancestral en constante lucha por permanecer.

Referencias

- Bacigalupi, Melissa, 24 enero 2018. Habitus. <https://www.esalud.com/habitus/>
- Capdevielle, J. (2011). El concepto de habitus. *Rev. Andaluza de Ciencias Sociales*. (10) 31-45
https://institucional.us.es/revistas/anduli/10/art_3.pdf
- Carrera, Beatriz; Mazzarella, Clemen. Vygotsky: enfoque sociocultural. *Educere*, Vol. 5, núm. 13, abril-junio, 2001, pp. 41-44. Universidad de los Andes Mérida, Venezuela.
<https://www.redalyc.org/pdf/356/35601309.pdf>
- Casanova, A. (20 de abril de 2023). *La Casa Maya, proceso de arquitectura vernácula, pragmática y tradicionalmente sustentable*. Centro de investigaciones históricas y sociales-UCAM. <https://www.unesco.org/es/articles/la-casa-maya-proceso-de-arquitectura-vernac>

Castillo y Torres. (2022). Milpa y saberes mayas en San Sebastián Yaxché, Peto, Yucatán.

Revista de estudios de cultura maya LIX 171-189

<https://www.scielo.org.mx/pdf/ecm/v59/0185-2574-ecm-59-171.pdf>

Conevyt (s.f). *La sociedad maya. Organización social y política*

http://www.cursosinea.conevyt.org.mx/cursos/csociales/interface/mainframe/unidad5/cs5_06.htm-

[:text=La%20sociedad%20maya%20estaba%20organizada,\)%3B%20comerciantes%3B%20artesanos%20y%20agricultores](http://www.cursosinea.conevyt.org.mx/cursos/csociales/interface/mainframe/unidad5/cs5_06.htm-:text=La%20sociedad%20maya%20estaba%20organizada,)%3B%20comerciantes%3B%20artesanos%20y%20agricultores)

Criado, E. (2013). Cabilia: la problemática génesis del concepto de habitus. *Revista Mexicana de Sociología* 75, núm. 1 (enero-marzo, 2013). UNAM-IIS., 125-151.

Cristiano, Javier L. (2011) Habitus e imaginación Habitus and imagination. *Revista mexicana de sociología* vol.73 no.1 Ciudad de México ene./mar.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032011000100002

Ekambi-Schmidt, Jézabelle. (1974) *La percepción del hábitat*. Barcelona: Gustavo Gili.

Ershova, G. (2015). Necesario promover saberes mayas como patrimonio de la humanidad.

Libertad de expresión Yucatán.

<http://www.informaciondelonuevo.com/2015/10/necesario-promover-saberes-mayas-como.html>

Higuita, D. (2015). Hábitos y habitus en la transformación cultural: estudio de una organización del sector energético. *Revista de la Facultad de Ciencias*

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S012168052015000100013#:~:text=El%20habitus%20forma%20un%20conjunto,las%20pr%C3%A1cticas%20de%20las%20personas

León, J. (2020). Los saberes mayas: cuáles eran sus asombrosos conocimientos.

https://www.clarin.com/internacional/saberes-mayas-asombrosos-conocimientos_0_OH3UX-6cn.html

Martin, E. (2009). Concepto de habitus. *Entramados sociales*.

<https://entramadossociales.org/produccion-cientifica/concepto-de-habitus/>

Reyes, R. (2009) *Diccionario crítico de las ciencias sociales*. Madrid: Plaza & Valdés.

Sánchez, A. (2006). La casa maya contemporánea. Usos, costumbres y configuración espacial.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-57662006000200003

Educación para la Solidaridad. (2017) Vygotsky. Principios y conceptos básicos de la teoría del

constructivismo social. Educación para la Solidaridad otra mirada hacia la educación.

<https://educacionparalasilidaria.com/2017/01/18/vygotsky-principios-y-conceptos-basicos-de-la-teoria-del-constructivismo-social/>

Terán, S. (2017). Reflexiones sobre ese espacio llamado naj entre los mayas peninsulares en

La casa de los mayas coordinado por Aurelio Sánchez Suárez. Mérida: UADY.

[https://www.researchgate.net/profile/Aurelio-Sanchez-](https://www.researchgate.net/profile/Aurelio-Sanchez-Suarez/publication/322405815_Xa%27anil_naj_La_gran_casa_de_los_mayas/links/5a57ce9145851529a2ee53a1/Xaanil-naj-La-gran-casa-de-los-mayas.pdf)

[Suarez/publication/322405815_Xa%27anil_naj_La_gran_casa_de_los_mayas/links/5a57ce9145851529a2ee53a1/Xaanil-naj-La-gran-casa-de-los-mayas.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Aurelio-Sanchez-Suarez/publication/322405815_Xa%27anil_naj_La_gran_casa_de_los_mayas/links/5a57ce9145851529a2ee53a1/Xaanil-naj-La-gran-casa-de-los-mayas.pdf)

El marketing social como estrategia en la reducción de la Nomofobia-Phubbing en los alumnos de la Escuela de Mercadotecnia

**Gloria Elizabeth Felix Morales¹
Karina Gabriela Magaña Valencia²**

Escuela de Mercadotecnia del Instituto Campechano

¹ Alumna de la Escuela de Mercadotecnia. Correo e: ic_20190033@instcamp.edu.mx

² Profesora de T/C en la Escuela de Mercadotecnia Correo e: karina.magana@instcamp.edu.mx

El Marketing Social como Estrategia en la Reducción de la Nomofobia-Phubbing en los Alumnos de la Escuela de Mercadotecnia

Gloria Elizabeth Felix Morales¹
Karina Gabriela Magaña Valencia²

Resumen

En la presente investigación, se realizó un estudio sobre “el miedo irracional de las personas al no tener en la mano el celular o no contar con señal. Esta condición es llamada Nomofobia, por otro lado, también se encuentra el acto de ignorar a las personas o al entorno que los rodea por el uso excesivo del celular denominado Phubbing. Estos fenómenos socio tecnológicos llevan a la afectación de los jóvenes generando en ellos ansiedad y estrés, creando una distracción en sus estudios; por lo cual esta investigación tiene como objetivo diseñar una estrategia de Marketing Social para reducir los factores de la Nomofobia y el Phubbing en los alumnos de la escuela de Mercadotecnia del Instituto Campechano. El estudio tiene un enfoque cuantitativo, no experimental del tipo transversal con un alcance descriptivo. La técnica empleada es la encuesta y el instrumento es un cuestionario validado, aplicado a 91 estudiantes de la *Escuela de Mercadotecnia del Instituto Campechano Campus V*, de los cuales 54.9% fueron del sexo femenino y 42.9% del masculino, con un rango de edades entre los 17 y los 28 años. La información obtenida se reflejó que hay un alto índice en comportamientos como ansiedad y estrés, además del 79% que se distrae con sus celulares y el 54% que tiende a padecer insomnio. Con base en los datos obtenidos se consideró la creación de una campaña de Marketing Social para la concientización de estos dos fenómenos entre los alumnos de la mencionada escuela.

Palabras claves: Nomofobia, Phubbing, Marketing Social.

¹ Alumna de la Escuela de Mercadotecnia. Correo e: ic_20190033@instcamp.edu.mx

² Profesora de T/C en la Escuela de Mercadotecnia Correo e: karina.magana@instcamp.edu.mx

Introducción

Los avances tecnológicos ayudan a escapar de la rutina a través de un mundo virtual, en el cual los estudiantes pueden expresarse a través de las redes sociales, pero en ocasiones éstas han generado dependencia y adicción, siendo una necesidad para las personas simplificando su vida, pero que genera conductas destapadas de uso excesivo del celular.

En la actualidad a los jóvenes, estas distracciones van desarrollando afectaciones en su crecimiento social y desarrollo académico, las cuales se pronuncia más el uso del celular y su adicción a él, llegando a desarrollar la nomofobia y phubbing las cuales son fenómenos que se van desarrollando con la tecnoddependecia, es decir dependencia a la tecnología.

La nomofobia conduce a una gran distracción y desconcentración, como nos dice llega a tener comportamientos negativos en la vida de las personas, este fenómeno tiene diversas formas de desarrollarse, la principal es el uso excesivo del celular en donde el individuo lo utiliza más tiempo de lo necesario llegando así a ser una necesidad para ellos, Las redes sociales también son un ejemplo de ello, pues con la pandemia se fue haciendo más y más presente este fenómeno debido a la falta de interacción social de las personas, quienes fueron interactuando más con las redes sociales, las aplicaciones y los mensajes virtuales ya que este tipo de comunicación es más práctico y fácil al momento de comunicarse entre ellos, estas son algunas de las causas, que dieron lugar a la tecnoddependencia.

El significado del phubbing indica que las personas tienden a ignorar su entorno que los rodea y a quienes los rodean a consecuencia del mal uso del celular. Este comportamiento es una tendencia entre los jóvenes, quienes lo han hecho común afectándose a nivel social, psicológico y físico y creándoles diversos síntomas como la tecnoddependencia, la generación muda y los efectos de estrés frecuente, baja autoestima, desesperación al no tener el celular, problemas de interacción, etc.

Loor menciona (2021), que las causas que se presentan en la Nomofobia y Phubbing empiezan con la ausencia del control por el al uso excesivo del móvil, el mal uso que puede tener

ocasionar alteraciones psicosociales, llevando a estos las personas a la dependencia o fobia en una afectación social y física. Este es el primer factor de estos fenómenos en donde el mal uso que se le da a la tecnología crea la ausencia de autocontrol.

El marketing social aplica las técnicas y estrategias para la resolución de cambios en la sociedad, el cual busca cambiar estos comportamientos y actitudes a una mejora social (Elizalde Durán, 2023), las estrategias tienen como objetivo la calidad de vida y el mejor comportamiento para la vida de las personas utilizando una manera creativa, de un mensaje positivo ayudando al problema o las situaciones de una manera positiva, estas estrategias ayudan a cambiar las ideas, hábitos y comportamientos de cada individuo.

Los principios de la nomofobia iniciaron en el 2011 en Reino Unido, el uso excesivo del teléfono celular, como un trastorno psicológico, denominado nomofobia, palabra que se deriva del inglés "*no-mobile-phone-phobia*", fobia que puede afectar tanto emocional como físicamente a las personas, la nomofobia es una adicción a la tecnología en la cual tienen la necesidad de revisar sus celulares cada momento del día, generando los efectos de este, el cual puede desconectar a las personas del mundo real, afectando así a las relaciones interpersonales de las personas, siendo las más afectadas las familias, amigos, novios, relaciones sociales con sus compañeros del salón, es decir la nomofobia provoca el miedo de no contar con un celular o desconectarse del internet, llegando a tener efectos secundarios en las personas (Medina Morales, enero-febrero 2022)

Según Staff, F. (2021), el phubbing deriva del inglés teléfono (phone) e ignorar (shubbing), en el cual las personas están entretenidas mediante su celular, redes sociales, evitando la interacción personal de las familias, llevando a ignorar a las personas, esto debido a prestarle más importancia al celular, llevando a ocasionar la tecnoddependencia, generación muda, efectos de autocontrol, la negatividad en la satisfacción dentro de las relaciones personales, salud mental, depresión, ansiedad y estrés .

La finalidad del marketing social es mejorar la vida de las personas, a través de implementar estrategias en el cambio de los comportamientos que puedan dañar a las personas.

En la comunidad estudiantil de la Escuela de Mercadotecnia, se ha observado que presentan secuelas de la pandemia, como es la dependencia al celular durante el tiempo clases ocasionando distracción en el momento de clases, pérdida de tiempo por utilizarlo e ignorar los eventos o a las personas que interactúan con ellos.

Por lo cual, se plantea el siguiente objetivo general para esta investigación: diseñar una estrategia de Marketing Social para reducir los factores de Nomofobia y Phubbing en los alumnos de mercadotecnia.

Desarrollo

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo con alcance descriptivo y diseño no experimental, a fin de analizar de manera transversal los datos recolectados en un único momento.

La población con la cual se trabajó se encuentra en la escuela de mercadotecnia del Campus V del Instituto Campechano, consta de 91 estudiantes que cursaron el ciclo escolar 2022-2023.

La técnica empleada es una encuesta y el instrumento un cuestionario, en el cual se plantearon 24 preguntas referentes a la nomofobia, al phubbing y a relaciones interpersonales; y se utilizó una escala de Likert en la interpretación de resultados, contando con respuestas dicotómicas y alternativas de cuatro respuestas con una puntuación gradual del 4 al 1. La aplicación del instrumento fue de manera digital a través de la plataforma *Google-forms*, la cual se compartió a los alumnos por medio de su correo institucional.

Las preguntas sobre nomofobia fueron siete, extraídas del instrumento de Yildirim y Correia que fue adaptado al español por González, León, Pérez & Calvete (2017) y cuenta con 24 reactivos originales, está validado y utiliza una escala de Likert destinado a identificar las características nomofóbicas en los alumnos.

Para la medición del phubbing se utilizó el instrumento de Luis Roberto Cumpa Prada (2017) que es una encuesta creada y validada, cuyo objetivo es conocer los problemas en el mal uso de las tecnologías, la ansiedad e insomnio. De éste se utilizando seis reactivos.

Respecto a la valoración de las relaciones interpersonales se emplearon los seis reactivos del instrumento de For Marina Ramírez y Marta Nelly Gil (1990) orientados a medir la aceptación, la autenticidad y la estabilidad, los cuales fueron adaptados a las necesidades de la presente investigación.

En cuanto a las preguntas sobre el marketing social se determinaron seis reactivos; y se diseñaron con base en los saberes adquiridos durante los estudios de mercadotecnia.

Finalmente, para la creación de propuestas se formularon cuatro reactivos, cuyas respuestas fueron destinadas a la implementación de un plan estratégico, de marketing social, con el objetivo de mejorar la comunicación de los estudiantes de la Escuela de Mercadotecnia; determinar cómo les afecta la nomofobia-phubbing en sus relaciones interpersonales; y proponer alternativas de marketing social como solución a la problemática.

Interpretación de Resultados

El análisis de datos fue de tipo descriptivo pues caracteriza, describe y extrae información permitiendo generar las diferentes variables y definiciones de las mismas para un análisis objetivo de la investigación.

En los datos demográficos el 54.95% de estudiantes son de género femenino, el 42.86% corresponde al masculino y el 2.20% contestaron que *prefieren no decir*. El 49.45% de los estudiantes tienen un rango de edad entre los 17 y 20 años, el 48.35% de 21 a 24 y el 2.20% de 25 a 28 años.

De los 91 estudiantes el 65.93% no tienen conocimiento del término Nomofobia, ante el 34.1% que sí lo conoce. El 82.4% tiende a revisar su celular a lo largo del día, aunque no suenen creando así la vibración Fantasma, ante el 17.58% que no lo revisa.

Figura 1.



El instrumento aplicado a los 91 estudiantes de la Escuela de Mercadotecnia reveló que un 63.74% revisa su celular de vez en cuando mientras caminan, el 23.08% casi siempre y el 5.9% siempre lo

revisa. Los resultados reflejan que en ellos se ha generado la Nomofobia, lo cual los pone en vulnerabilidad en su camino, ocasionando que sufran accidentes. (Figura 1).

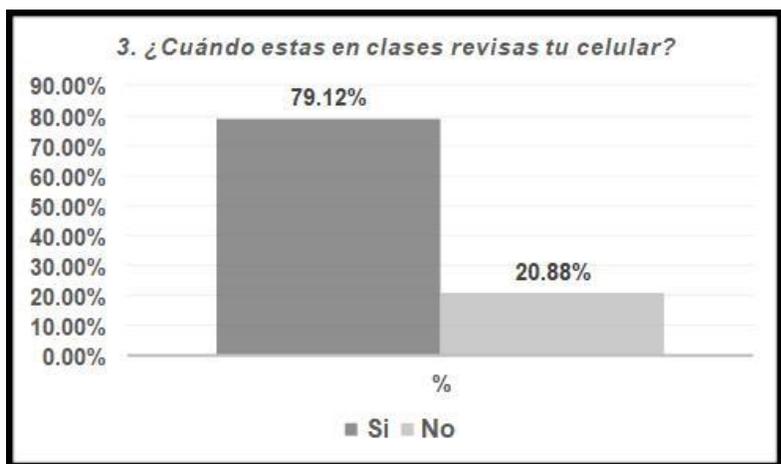


Figura 2.

Los estudiantes en un 40.66%, interactúan con más frecuencia en el uso de las redes sociales ya que estas relaciones son más prácticas al

momento de llevar a una conversación; y respecto si comparten sus actividades diarias en redes sociales el 64.84% lo hace de vez en cuando, el 13.19% casi siempre y el 3.30% siempre a comparación del 18.69% que nunca comparten su vida por este medio (Figura 2).

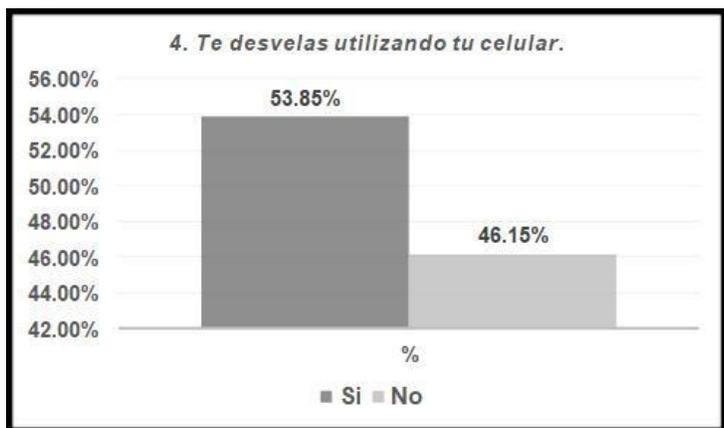
Figura 3.



sus estudios, ante el 20.88% de estudiantes que lo tienen guardado o no lo revisan al momento de estar en clases. (Figura 3)

Respecto a la pregunta del por qué revisan su celular, mencionan que lo utilizan en clases por aburrimiento, necesidad de revisar mensajes, redes sociales y jugar con ellos, posicionando que el celular como algo necesario, pero que también es un distractor para su formación educativa y profesional.

Figura 4.



El 53.85% de los estudiantes indicó que sí se desvelan utilizando su celular, lo que muestra el fenómeno sleep texting que se pronuncia en los estudiantes de la escuela de Mercadotecnia, creando una dependencia y placer para poder conciliar el sueño a diferencia del 46.15% que prefieren conciliar el sueño y poder dormir dejando por un lado el celular (Figura 4).

El 40.66% de vez en cuando mira el celular para ver videos, redes sociales o juegos mientras comen, un 35.16% casi siempre y el 16.48% siempre, esto a comparación del 7.69%

que nunca revisa su celular; y respecto al número de horas que le dedican 46.15% entre 5 y 6 horas, el 25.27% de 3 a 4 horas, el 21.98%, de 7 y más horas y solo el 6.59% entre 1 y 2 horas.

Estas cifras muestran los efectos de la nomofobia por la gran constancia en la dependencia del celular, aunado a la gran porción estudiantil (82.42%) que desconoce las causas y efectos del phubbing, comparado con el 17.58% si tiene conocimiento de este fenómeno.

El uso del celular es tan frecuente que una gran mayoría del estudiantado (84.62%) prefiere conversar mediante este aparato, que hacerlo de forma interpersonal cara a cara; en su tiempo libre (15.38%); el 87.91% prefiere grabar o tomar fotos de algún evento en celular, que presenciarlo y disfrutarlo, ante el 12.09% que opta por guardarlo y disfrutar del evento.

Referente a sus relaciones interpersonales, el 69.23% de 63 estudiantes no interactúa con sus compañeros de salón fuera de las actividades escolares, el 30.77% si lo hace; el 76.92% prefiere trabajar en equipo y el 23.08% elige trabajar solo.

Figura 5.



Al obtener una respuesta sobre la manera de que los estudiantes puedan conocer más sobre la Nomofobia y el Phubbing las afecciones en las relaciones interpersonales, nos compartieron que el

68.13 % de los estudiantes señalan que la mejor forma de obtener más conocimientos de la nomofobia y phubbing a través de una estrategia del marketing social son en pláticas de tutorías, con el 23.08% por redes sociales y el 6.59% a través de videos informativos. (Figura 5)

Conclusiones

De acuerdo con la interpretación de resultados del instrumento se obtuvo información del proceso de verificación de cada una de las preguntas, elaborando las siguientes conclusiones y recomendaciones:

El termino nomofobia es muy poco común entre los estudiantes (un 66% no tienen conocimiento), por lo cual la mayoría de los estudiantes tienden a revisar sus celulares, ocasionando que presentan una alta sensibilidad y tensión ocular, de igual manera otro factor de riesgo para los estudiantes ocurre en el trayecto a la escuela o algún lugar, debido a que revisan sus celulares mientras están en movimiento sin prestar atención a su camino, lo cual puede poner en riesgo su vida. Gran parte de los estudiantes comparten contenido en sus redes sociales con un uso frecuente del celular, al interactuar con sus compañeros, por lo que se crea una distracción que interrumpe el momento de los alimentos a la hora de su receso, espacio que ocupan para revisar sus redes sociales, videos, mensajes, etc.

Respecto al tiempo que utilizan el celular se menciona con un 93.4% que lo usan más en un lapso de 3 a 8 horas por día, esta alta interacción se relaciona con los efectos de la nomofobia ya que estos presentan una dependencia del celular.

El 82.42 % desconoce el término de phubbing, que significa “ignorar a una persona por prestar atención al teléfono celular” (Ministerio de Justicia de Argentina, marzo 2024), así como sus causas y efectos debido al uso incorrecto del celular por una alta y una manera fácil y práctica de conversar, afectando así a su entorno social, al momento de trabajar en equipo o participar en alguna actividad grupal, debido al manejo descontextualizado del celular.

La Nomofobia afecta a la comunidad estudiantil de forma directa en lo social, así como en el rendimiento escolar, indicado por el 79% de estudiantes que se distraen con sus celulares para evitar el aburrimiento en horas de clases. El mal uso de los móviles refleja que el estudiantado está muy afectado por la tecnoddependencia, el poco descanso y una mínima interacción social con sus compañeros.

Otro de los efectos de estos fenómenos es el insomnio, debido a que se desvelan utilizando estos artefactos las 24 horas durante los siete días de la semana, lo que les ocasiona falta de sueño, que puede generar un insomnio crónico, afectando sus actividades diarias al no ser capaces de concluir las en tiempo y forma.

El phubbing como fenómeno estudiantil es una adicción que genera tecnoddependencia, por el excesivo uso del celular que afecta las relaciones interpersonales, sin embargo, cabe señalar que es un instrumento esencial, ya que el estudiantado trabaja de la mano con las tecnologías de la información y la comunicación, de ahí que siempre estén en constante uso.

Por lo tanto, se recomienda diseñar una estrategia con base en el marketing social, para generar conciencia estudiantil sobre estos fenómenos que pueden afectar su entorno social, emocional y en consecuencia su dependencia hacia la tecnología, considerando lo siguiente:

- Implementar un plan de marketing social que mejore la comunicación verbal en los estudiantes, con el propósito de reducir la tecnoddependencia, el mal uso de los celulares y la adicción a ellos el cual conduce a la nomofobia y phubbing.
- Realizar campañas de marketing social para un cambio conductual en los alumnos.
- Crear una página en Instagram con fines informativos, para suscitar conciencia sobre estos fenómenos (nomofobia y phubbing), que pueden presentarse en cualquier persona (con requerimientos o prioridad por la tecnología), en particular en el buen uso del celular.

Respecto del alumnado de la escuela de mercadotecnia se recomienda:

- Crear un tiempo establecido para el uso del celular.
- Trabajar en su desarrollo social, en las interacciones con sus compañeros, así como salir de su zona de confort.
- Darle un gusto a la lectura.
- Realizar actividades para despejar su mente como el caminar, practicar deporte y participar en actividades culturales.

Referencias

- Cumpa Prada, L. R. (2017). *Diseño de la escala de Phubbing en estudiantes universitarios de 18 a 24 años de Lima Norte, 2017*. Facultad de Humanidades. Lima: Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11290/Cumpa_PLR.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Elizalde Durán, M. (6 de junio de 2023). ¿Cuáles son los valores en una campaña de marketing social? (A. d. Social, Ed.) *Noticias Neo*.
<https://www.noticiasneo.com/articles/2023/06/06/cuales-son-los-valores-en-una-campana-de-mercadotecnia-social>
- González, L. P. (2017). *Adaptación al español del cuestionario Nomophobia Questionnaire (NMP-Q) en una muestra de adolescentes*. Universidad de La Rioja, Departamento de Psicología de la Educación y Psicobiología. Facultad de Educación. Actas Españolas de Psiquiatría. <https://actaspsiquiatria.es/index.php/actas/article/view/278/396>
- Medina Morales, G. &. (enero-febrero 2022). *El impacto de la adicción al celular o Nomofobia en estudiantes universitarios: caso de dos universidades mexicanas*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo & Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. CDMEX: Ciencia Latina. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i1.1639
- Ministerio de Justicia de Argentina. (marzo 2024). *¿Qué es el phubbing?* (R. d. Argentina, Editor) Argentina.gob.ar:
<https://www.argentina.gob.ar/justicia/convosenlaweb/situaciones/que-es-el-phubbing>

Fuentes Documentales

- Caorsi, L. (2021, 9 noviembre). Phubbing o ningufoneo: cuando el móvil acaba con las relaciones sociales | EROSKI Consumer. Consumer |.
<https://www.consumer.es/salud/phubbing-que-es-consecuencias.html>
- Casares, M. I. M. (2021). *El complejo mundo de las relaciones interpersonales*. Comercial Grupo ANAYA, SA.
- Centeno Sánchez, M. J. (s/f) Para el noviazgo hay que tener carácter.
https://amoxcalli.leon.uia.mx/Magis/Ensayos_Laicado/Para_el_noviazgo_hay_que_tener_caracter_Mauricio_Centeno.pdf
- Cepeda Días, M. J. (2021). *Las relaciones interpersonales en el desempeño laboral del personal administrativo del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Otavalo* (Bachelor's thesis).
- Cumpa Prada. Luis Roberto (2017). Diseño de la escala de Phubbing en estudiantes universitarios de 18 a 24 años de Lima Norte, 2017. Universidad César Vallejo. Repositorio Digital Institucional.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/11290>
- D' Angelo, A. (2023, 28 febrero). Phubbing: ¿más comunicados o peor conectados? *Revista Vive*. <https://revistavive.com/phubbing-mas-comunicados-o-peor-conectados/>
- Desconecta (2023). «Phubbing»: Qué es y cómo evitarlo. Programa Desconecta. Generalitat de Catalunya. Departamento de Salut <https://www.programadesconecta.com/phubbing/>
- Gil, M. N., & Ramírez, F. (1990). Relaciones interpersonales del adolescente escolarizado de la ciudad de Medellín, Colombia. <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/28762>
- Hernández Gracia, Duana Ávila, Hernández Gracia, & Torres Flórez. (2021). *La presencia de phubbing en estudiantes del nivel superior*. *Panorama*, 15(28), 92-104.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8075831>

Infobae. (14 de Julio de 2020). La nomofobia, la enfermedad del siglo XXI.

<https://www.infobae.com/2012/02/18/632830-la-nomofobia-la-enfermedad-del-siglo-xxi/>

NIna, Montero & Manrique. (2020). Phubbing, comunicación tecnológica y calidad de la relación de pareja. *Revista Iberoamericana de Psicología Vol. 13 # 3 Sept-Dic*. Universidad Nacional Autónoma de México. Universidad de Sonora.

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/87309516/1660-libre.pdf?1654872689=&response-content-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/87309516/1660-libre.pdf?1654872689=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPhubbing_comunicacion_y_calidad_en_la_re.pdf&Expires=1714414284&Signature=cuVCxKNclRQykd7xXpjP~4XBBQNM3XJOSREgqbNGI9JhIBysuKgqM5uTejucaJUUpziDEhxomQ1AS3-kBC~y8gQEH3dknKlqiNIYfFrUe-IFnfgXwzKBlm3Wc3kECg6NrtSOMz6Hjl3ToNoA-ANpLVEuWXdeimdmVDUcSkIUoxUVUtI3BlEzVlV873obaH~toFoPlafDacncz0Dr7RgtSa1xFWda9dy8gDuM8xr-C4B24KM~eQh4Qlr8K6AYnuewCPEIIWOhvSAGqsH9DsjNhXC4q5CbChr7Mg7brr~b2ldSBMShXARAPeDC8gwk5T2Or1V~EOgdkN1GJMe8nDz5F3w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[disposition=inline%3B+filename%3DPhubbing_comunicacion_y_calidad_en_la_re.pdf&](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/87309516/1660-libre.pdf?1654872689=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPhubbing_comunicacion_y_calidad_en_la_re.pdf&Expires=1714414284&Signature=cuVCxKNclRQykd7xXpjP~4XBBQNM3XJOSREgqbNGI9JhIBysuKgqM5uTejucaJUUpziDEhxomQ1AS3-kBC~y8gQEH3dknKlqiNIYfFrUe-IFnfgXwzKBlm3Wc3kECg6NrtSOMz6Hjl3ToNoA-ANpLVEuWXdeimdmVDUcSkIUoxUVUtI3BlEzVlV873obaH~toFoPlafDacncz0Dr7RgtSa1xFWda9dy8gDuM8xr-C4B24KM~eQh4Qlr8K6AYnuewCPEIIWOhvSAGqsH9DsjNhXC4q5CbChr7Mg7brr~b2ldSBMShXARAPeDC8gwk5T2Or1V~EOgdkN1GJMe8nDz5F3w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[Expires=1714414284&Signature=cuVCxKNclRQykd7xXpjP~4XBBQNM3XJOSREgqbNG](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/87309516/1660-libre.pdf?1654872689=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPhubbing_comunicacion_y_calidad_en_la_re.pdf&Expires=1714414284&Signature=cuVCxKNclRQykd7xXpjP~4XBBQNM3XJOSREgqbNGI9JhIBysuKgqM5uTejucaJUUpziDEhxomQ1AS3-kBC~y8gQEH3dknKlqiNIYfFrUe-IFnfgXwzKBlm3Wc3kECg6NrtSOMz6Hjl3ToNoA-ANpLVEuWXdeimdmVDUcSkIUoxUVUtI3BlEzVlV873obaH~toFoPlafDacncz0Dr7RgtSa1xFWda9dy8gDuM8xr-C4B24KM~eQh4Qlr8K6AYnuewCPEIIWOhvSAGqsH9DsjNhXC4q5CbChr7Mg7brr~b2ldSBMShXARAPeDC8gwk5T2Or1V~EOgdkN1GJMe8nDz5F3w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[I9JhIBysuKgqM5uTejucaJUUpziDEhxomQ1AS3-kBC~y8gQEH3dknKlqiNIYfFrUe-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/87309516/1660-libre.pdf?1654872689=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPhubbing_comunicacion_y_calidad_en_la_re.pdf&Expires=1714414284&Signature=cuVCxKNclRQykd7xXpjP~4XBBQNM3XJOSREgqbNGI9JhIBysuKgqM5uTejucaJUUpziDEhxomQ1AS3-kBC~y8gQEH3dknKlqiNIYfFrUe-IFnfgXwzKBlm3Wc3kECg6NrtSOMz6Hjl3ToNoA-ANpLVEuWXdeimdmVDUcSkIUoxUVUtI3BlEzVlV873obaH~toFoPlafDacncz0Dr7RgtSa1xFWda9dy8gDuM8xr-C4B24KM~eQh4Qlr8K6AYnuewCPEIIWOhvSAGqsH9DsjNhXC4q5CbChr7Mg7brr~b2ldSBMShXARAPeDC8gwk5T2Or1V~EOgdkN1GJMe8nDz5F3w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[IFnfgXwzKBlm3Wc3kECg6NrtSOMz6Hjl3ToNoA-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/87309516/1660-libre.pdf?1654872689=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPhubbing_comunicacion_y_calidad_en_la_re.pdf&Expires=1714414284&Signature=cuVCxKNclRQykd7xXpjP~4XBBQNM3XJOSREgqbNGI9JhIBysuKgqM5uTejucaJUUpziDEhxomQ1AS3-kBC~y8gQEH3dknKlqiNIYfFrUe-IFnfgXwzKBlm3Wc3kECg6NrtSOMz6Hjl3ToNoA-ANpLVEuWXdeimdmVDUcSkIUoxUVUtI3BlEzVlV873obaH~toFoPlafDacncz0Dr7RgtSa1xFWda9dy8gDuM8xr-C4B24KM~eQh4Qlr8K6AYnuewCPEIIWOhvSAGqsH9DsjNhXC4q5CbChr7Mg7brr~b2ldSBMShXARAPeDC8gwk5T2Or1V~EOgdkN1GJMe8nDz5F3w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[ANpLVEuWXdeimdmVDUcSkIUoxUVUtI3BlEzVlV873obaH~toFoPlafDacncz0Dr7RgtSa](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/87309516/1660-libre.pdf?1654872689=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPhubbing_comunicacion_y_calidad_en_la_re.pdf&Expires=1714414284&Signature=cuVCxKNclRQykd7xXpjP~4XBBQNM3XJOSREgqbNGI9JhIBysuKgqM5uTejucaJUUpziDEhxomQ1AS3-kBC~y8gQEH3dknKlqiNIYfFrUe-IFnfgXwzKBlm3Wc3kECg6NrtSOMz6Hjl3ToNoA-ANpLVEuWXdeimdmVDUcSkIUoxUVUtI3BlEzVlV873obaH~toFoPlafDacncz0Dr7RgtSa1xFWda9dy8gDuM8xr-C4B24KM~eQh4Qlr8K6AYnuewCPEIIWOhvSAGqsH9DsjNhXC4q5CbChr7Mg7brr~b2ldSBMShXARAPeDC8gwk5T2Or1V~EOgdkN1GJMe8nDz5F3w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[1xFWda9dy8gDuM8xr-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/87309516/1660-libre.pdf?1654872689=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPhubbing_comunicacion_y_calidad_en_la_re.pdf&Expires=1714414284&Signature=cuVCxKNclRQykd7xXpjP~4XBBQNM3XJOSREgqbNGI9JhIBysuKgqM5uTejucaJUUpziDEhxomQ1AS3-kBC~y8gQEH3dknKlqiNIYfFrUe-IFnfgXwzKBlm3Wc3kECg6NrtSOMz6Hjl3ToNoA-ANpLVEuWXdeimdmVDUcSkIUoxUVUtI3BlEzVlV873obaH~toFoPlafDacncz0Dr7RgtSa1xFWda9dy8gDuM8xr-C4B24KM~eQh4Qlr8K6AYnuewCPEIIWOhvSAGqsH9DsjNhXC4q5CbChr7Mg7brr~b2ldSBMShXARAPeDC8gwk5T2Or1V~EOgdkN1GJMe8nDz5F3w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[C4B24KM~eQh4Qlr8K6AYnuewCPEIIWOhvSAGqsH9DsjNhXC4q5CbChr7Mg7brr~b2ld](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/87309516/1660-libre.pdf?1654872689=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPhubbing_comunicacion_y_calidad_en_la_re.pdf&Expires=1714414284&Signature=cuVCxKNclRQykd7xXpjP~4XBBQNM3XJOSREgqbNGI9JhIBysuKgqM5uTejucaJUUpziDEhxomQ1AS3-kBC~y8gQEH3dknKlqiNIYfFrUe-IFnfgXwzKBlm3Wc3kECg6NrtSOMz6Hjl3ToNoA-ANpLVEuWXdeimdmVDUcSkIUoxUVUtI3BlEzVlV873obaH~toFoPlafDacncz0Dr7RgtSa1xFWda9dy8gDuM8xr-C4B24KM~eQh4Qlr8K6AYnuewCPEIIWOhvSAGqsH9DsjNhXC4q5CbChr7Mg7brr~b2ldSBMShXARAPeDC8gwk5T2Or1V~EOgdkN1GJMe8nDz5F3w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[SBMShXARAPeDC8gwk5T2Or1V~EOgdkN1GJMe8nDz5F3w__&Key-Pair-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/87309516/1660-libre.pdf?1654872689=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPhubbing_comunicacion_y_calidad_en_la_re.pdf&Expires=1714414284&Signature=cuVCxKNclRQykd7xXpjP~4XBBQNM3XJOSREgqbNGI9JhIBysuKgqM5uTejucaJUUpziDEhxomQ1AS3-kBC~y8gQEH3dknKlqiNIYfFrUe-IFnfgXwzKBlm3Wc3kECg6NrtSOMz6Hjl3ToNoA-ANpLVEuWXdeimdmVDUcSkIUoxUVUtI3BlEzVlV873obaH~toFoPlafDacncz0Dr7RgtSa1xFWda9dy8gDuM8xr-C4B24KM~eQh4Qlr8K6AYnuewCPEIIWOhvSAGqsH9DsjNhXC4q5CbChr7Mg7brr~b2ldSBMShXARAPeDC8gwk5T2Or1V~EOgdkN1GJMe8nDz5F3w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

[Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/87309516/1660-libre.pdf?1654872689=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPhubbing_comunicacion_y_calidad_en_la_re.pdf&Expires=1714414284&Signature=cuVCxKNclRQykd7xXpjP~4XBBQNM3XJOSREgqbNGI9JhIBysuKgqM5uTejucaJUUpziDEhxomQ1AS3-kBC~y8gQEH3dknKlqiNIYfFrUe-IFnfgXwzKBlm3Wc3kECg6NrtSOMz6Hjl3ToNoA-ANpLVEuWXdeimdmVDUcSkIUoxUVUtI3BlEzVlV873obaH~toFoPlafDacncz0Dr7RgtSa1xFWda9dy8gDuM8xr-C4B24KM~eQh4Qlr8K6AYnuewCPEIIWOhvSAGqsH9DsjNhXC4q5CbChr7Mg7brr~b2ldSBMShXARAPeDC8gwk5T2Or1V~EOgdkN1GJMe8nDz5F3w__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

Loor Cobeña, C. G. (2021). Nomofobia y sus consecuencias en el proceso comunicacional de los jóvenes de la Carrera de Comunicación Social (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil: Facultad de Comunicación Social).

<https://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/59039>

Lozano, Y., & Persad, E. (2021). Nomofobia en jóvenes universitarios. *Sistemas Humanos*, 1(1).

<https://www.revistaneos.com/taxonomy/term/385>

Otero, M. C., & Giraldo, W. (2020). Análisis de las relaciones entre el amor y la lealtad a la marca desde la perspectiva del comportamiento del consumidor. *Revista Espacios*, 41(12).

- Peiró, R. (2022, 24 noviembre). Comunicación interpersonal. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/comunicacion-interpersonal.html>
- Pérez-Elizondo, A. D. (2020). ¿Qué es el síndrome FOMO? Psicología. com, 24.
https://psiquiatria.com/trabajos/usr_7775066768657.pdf
- Phubbing la adicción al teléfono celular. (s. f.). psicologoschile.com.
<https://www.psicologoschile.com/psicologia/phubbing-la-adiccion-al-telefono-celular/>
- Piloso Campoverde, J. A. (2018). Las Redes Sociales y su influencia en las Relaciones Interpersonales en los adolescentes de las Unidades Educativas (Bachelor's thesis).
- Puerta, A. R. (2020, 4 febrero). Nomofobia: síntomas, causas, consecuencias, tratamiento. Lifereder. <https://www.lifereder.com/nomofobia/>
- Ramírez, L. (2019) *Relaciones interpersonales en el ámbito laboral* [Tesis de maestría, Universidad Jesuita de Guadalajara, México].
<https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/5802/Relaciones%20interpersonales%20en%20el%20ámbito%20laboral.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Reategui Díaz, N. G. (2020). *Gestión del talento humano y relaciones interpersonales en la productividad profesional del personal de tres Instituciones Educativas Públicas de la UGEL 05, SJL-2019*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/40486>
- Solares, R. (2018, 24 abril). La nomofobia: la adicción a nuestros celulares. Forbes México.
<https://www.forbes.com.mx/la-nomofobia-la-adiccion-a-nuestros-celulares/>
- Staff, F. (2021, 26 octubre). ¿Qué es el phubbing y cómo puedes evitarlo? Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/salud-phubbing-como-puedes-evitarlo/>
- Tactics, D. (2022, June 13). Nomofobia: causas y consecuencias. Instituto Noa.
<https://institutonoa.es/nomofobia-causas-y-consecuencias>

- Tovar Heredia, K. M. (2020). El phubbing y las relaciones interpersonales en los estudiantes de la Carrera de Trabajo Social de la Universidad Técnica de Ambato (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Carrera de Trabajo Social).
- Universidad de Negocios ISEC [Marketing social]. (2022, 27 agosto). Marketing social: qué es, características y ejemplos para identificarla. Universidad de Negocios ISEC.
<https://uneg.edu.mx/blog/mercadotecnia-social/>
- Universidad Intercontinental. (2020, 21 enero). Nomofobia: adictos al celular. uic.mx.
<https://www.uic.mx/nomofobia-celular/>
- Vicario, A. P., & Roncero, C. I. (2019). Dificultades en las relaciones interpersonales y Fear of Missing Out: ¿predictores del riesgo de adicción a las redes sociales?. *Revista de Psiquiatría Infanto-Juvenil*, 36(3), 6-20.
- Víctor, A. (2017b, agosto 8). Nomofobia ¿Qué es? *Cuadernos de atención primaria*.
<https://revista.agamfec.com/nomofobia-que-es/>
- Villafuerte, C. (2019). Phubbing y género en un sector académico en Quito: Uso, abuso e interferencia de la tecnología. Universidad Autónoma del Estado de México, Quito, Ecuador. <http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v26n79/2448-5799-conver-26-79-009.pdf>
- Villavicencio-Ayub, E., Callejo Estrada, F., Lagos Rojas, A., & Calleja Bello, N. (2021). Escala para medir tecnoddependencia en el ámbito personal, familiar, social y laboral en población mexicana. *Psicogente*, 24(46), 156-173.

El Papel del Turismo en la Conservación de las Tradiciones Religiosas en Yucatán

Álvaro Antonio Santos Pérez¹

Addy Jennifer Navarrete Ayala

Escuela de Turismo del Instituto Campechano

¹ Docente PTC y alumna de la Escuela de Turismo del Benemérito Instituto Campechano en Campeche, México. El maestro Álvaro Santos imparte la asignatura *cultura maya*, así como los *seminarios de arte novohispano y de historia de Campeche*.

El Papel del Turismo en la Conservación de las Tradiciones Religiosas en Yucatán

Álvaro Antonio Santos Pérez¹

Addy Jennifer Navarrete Ayala

Resumen

Las fiestas religiosas son expresiones arraigadas de la religiosidad local, momentos donde la devoción se manifiesta con profundidad. Estas celebraciones no solo representan una conexión espiritual con lo divino, sino también una unión con los santos y los eventos religiosos significativos, conmemorados en fechas específicas que adquieren el estatus de festividades. Sin embargo, la información sobre las festividades religiosas en los municipios del sur de Yucatán no se encuentra accesible en los sitios web oficiales encargados de promover los atractivos turísticos. Esta ausencia de difusión dificulta considerar las festividades como parte integral del patrimonio turístico de Yucatán, lo que priva a aquellos interesados en presenciar estas manifestaciones folclóricas de acceder a detalles sobre las fechas y actividades asociadas. El objetivo de esta investigación es fomentar la comprensión y el reconocimiento de las festividades religiosas en los municipios del sur de Yucatán, a través del desarrollo y promoción de un inventario detallado de los atractivos que incluyan estas celebraciones. Este inventario servirá como herramienta para impulsar el turismo cultural y religioso en la región, destacando la riqueza cultural y la diversidad de tradiciones locales, así como promoviendo la conservación y preservación del patrimonio cultural. Se llevó a cabo un levantamiento exhaustivo de información mediante una encuesta en línea dirigida a residentes de los municipios yucatecos. Se seleccionaron localidades representativas, se diseñó un cuestionario sobre festividades religiosas y se difundió la encuesta en plataformas digitales locales. Se respondieron 62

¹ Docente PTC y alumna de la Escuela de Turismo del Benemérito Instituto Campechano en Campeche, México. El maestro Álvaro Santos imparte la asignatura *cultura maya*, así como los *seminarios de arte novohispano y de historia de Campeche*.

encuestas, de las cuales el 74.4 % de las personas indicó no saber dónde encontrar información sobre las celebraciones religiosas de su municipio. La falta de acceso a esta información es una barrera significativa que impide el aprovechamiento turístico de estas festividades, por lo que la información disponible es esencial.

Palabras clave: Festividades religiosas, Yucatán, Turismo, Información, Encuesta.

Abstract

Religious festivities represent deep-rooted expressions of local religiosity, moments where devotion is profoundly expressed. These celebrations signify not only a spiritual connection with the divine but also an affiliation with saints and significant religious events, commemorated on specific dates that attain the status of festivals. However, information about religious festivities in the municipalities of southern Yucatán is not accessible on official websites tasked with promoting tourist attractions. This lack of dissemination complicates considering these festivities as integral parts of Yucatán's tourist heritage, depriving those interested in witnessing these folkloric manifestations of access to details about dates and associated activities. The aim of this research is to foster understanding and recognition of religious festivities in the municipalities of southern Yucatán by creating a detailed inventory of attractions encompassing these celebrations. An exhaustive data collection was carried out through an online survey targeting residents of Yucatecan municipalities. Representative localities were selected, a questionnaire about religious festivities was designed, and the survey was disseminated on local digital platforms. According to the results, 74.4% of respondents indicated not knowing where to find information about religious celebrations in their municipality. The lack of access to this information is a significant barrier hindering the tourism potential of these festivities, making available information essential

Key words: Religious festivities, Yucatán, Tourism, Information, survey.

Introducción

El sincretismo es un fenómeno cultural que emerge cuando dos o más tradiciones, creencias o prácticas distintas se entrelazan y se amalgaman para formar una nueva expresión cultural. En el contexto de la llegada de los españoles a México en el siglo XVI, el sincretismo se evidenció en la fusión de las creencias y prácticas de los pueblos indígenas mesoamericanos con la religión católica impuesta por los conquistadores. Esta amalgama dio lugar a una síntesis única de rituales, festividades y manifestaciones religiosas que combinaron elementos tanto de las tradiciones prehispánicas como de las influencias cristianas. El sincretismo resultante no solo transformó la religión y las celebraciones, sino que también moldeó aspectos de la identidad cultural de México, creando una rica y diversa expresión de tradiciones arraigadas en una fusión única de herencias culturales.

El turismo religioso surge como una reacción ante las corrientes emergentes, reconociendo los desplazamientos asociados con peregrinaciones y elementos culturales como una modalidad innovadora dentro del panorama turístico actual. Esta forma específica de viaje no solo busca satisfacer la necesidad espiritual y de devoción de los viajeros, sino que también explora y sumerge a los visitantes en las ricas tradiciones culturales y religiosas de diversos destinos.

La variante de esta actividad turística no se limita simplemente a visitar los sitios sagrados o históricos, sino que abarca experiencias profundamente arraigadas en la fe, la historia y las prácticas culturales, ofreciendo así una perspectiva enriquecedora y única del turismo contemporáneo (Gracia et al., 2017).

En el estado de Yucatán, México, se celebran más de 80 festividades religiosas tradicionales a lo largo del año en distintos municipios. Sin embargo, gran parte de estas festividades permanecen desconocidas fuera de las comunidades locales, lo que plantea el riesgo de su paulatina desaparición con el transcurso del tiempo.

El turismo religioso presenta una serie de beneficios significativos para las comunidades locales que van más allá de los aspectos económicos. Si bien la generación de ingresos es una ventaja evidente y valiosa, este tipo de turismo también influye de manera positiva en varios aspectos que impactan directamente en las comunidades locales. Este tipo de turismo fomenta un sentido de identidad y orgullo cultural entre los residentes locales.

La celebración de festividades religiosas puede fortalecer la conexión de la comunidad con sus tradiciones, creencias y prácticas culturales únicas. Esto no solo preserva la herencia cultural, sino que también promueve la cohesión social al involucrar a la comunidad en la organización y celebración de estos eventos. Además, el turismo religioso suele traer consigo un intercambio cultural enriquecedor. Los visitantes que participan en estas festividades a menudo muestran un profundo respeto por las tradiciones locales, lo que puede llevar a interacciones significativas y al intercambio de ideas, valores y perspectivas entre los visitantes y la comunidad local. Esta interacción puede enriquecer la comprensión mutua y promover la tolerancia cultural.

Otro aspecto crucial es el desarrollo de infraestructura y servicios locales. El aumento del turismo religioso puede impulsar la mejora de las instalaciones, como alojamientos, restaurantes, transporte y otros servicios turísticos. Esta mejora no solo beneficia a los visitantes, sino que también proporciona oportunidades de empleo y desarrollo económico para los residentes locales.

Asimismo, el turismo religioso puede impulsar la preservación y restauración de sitios históricos y religiosos. La atención que reciben estos lugares como resultado del turismo puede ayudar a conservar y mantener edificios, monumentos y espacios sagrados, asegurando su legado para las generaciones futuras.

Las celebraciones religiosas no solo muestran la herencia profundamente enraizada en las comunidades y localidades, sino que también presentan un retrato de su historia, revelando los inicios, las inclinaciones y los comportamientos de las personas a lo largo del tiempo. Estas festividades no son simplemente eventos aislados, sino que actúan como ventanas que nos

permiten contemplar el pasado, mostrándonos cómo se han desarrollado y evolucionado las creencias, tradiciones y la forma en que las comunidades se han relacionado con sus convicciones espirituales a lo largo de generaciones.

Además de ser expresiones de fe, estas celebraciones son testimonios vivientes de la identidad cultural, la historia compartida y los valores arraigados en el tejido social de cada lugar. Son un espejo fiel de la identidad cultural, sin embargo, la falta de información integral sobre estas celebraciones en el estado de Yucatán genera desconocimiento tanto entre los lugareños como entre visitantes nacionales e internacionales. Muchas veces, estos últimos expresan el deseo de visitar ciertos municipios exclusivamente para participar en estas festividades, pero la carencia de datos completos repercute en la disminución del interés (Gracia et al., 2017).

El riesgo de perder muchas de las festividades locales surge por la falta de involucramiento cultural entre los habitantes y la ausencia de conocimiento sobre estas celebraciones en los residentes de las áreas cercanas a los municipios. Esta pérdida también se debe a la insuficiente difusión y falta de información disponible; ya que incluso los canales oficiales encargados de recopilar y difundir estos eventos en México presentan deficiencias notables, como el Sistema Nacional de Cultura, que no cataloga las celebraciones de las festividades tradicionales de Yucatán en todos sus municipios; y, cuando lo hace, la información proporcionada es parcial o los nombres de las festividades se presentan de manera distinta a como son reconocidas localmente (Gobierno de México, 2023).

México se destaca como uno de los destinos más populares para los viajes de naturaleza religiosa, gracias a su rica oferta de arquitectura sacra que abarca catedrales majestuosas, conventos históricos, iglesias antiguas y otros sitios emblemáticos. Además, el país se distingue por sus arraigadas celebraciones y tradiciones religiosas que atraen la atención de visitantes de todo el mundo. México, año tras año, atrae a una cantidad significativa de entre 300 y 330 millones de peregrinos y turistas interesados en lo religioso, generando así un impacto económico sustancial que supera los 18 mil millones de dólares. Este flujo constante de visitantes

no solo resalta la importancia del turismo religioso en la economía mexicana, sino que también subraya la influencia y la relevancia cultural de las prácticas espirituales en la identidad del país (UNAM, 2023) .

Una gran cantidad de tradiciones y rituales religiosos, que involucran a multitudes en la actualidad, tienen su origen en las prácticas introducidas por los colonizadores españoles durante la época de la conquista. En particular, la región de Yucatán conserva más de 80 festividades religiosas que, si bien atraen principalmente a la población local, carecen de una difusión adecuada que limita su alcance hacia un público más amplio, lo que restringe la llegada de turistas y visitantes interesados en estas expresiones culturales únicas. Estas celebraciones, arraigadas en la historia y la fusión de tradiciones, representan una riqueza cultural significativa que podría beneficiarse de una mayor promoción para atraer a un público más diverso de personas interesadas en explorar y experimentar estas manifestaciones espirituales y culturales distintivas.

Con el fin de preservar estas tradiciones religiosas en el Estado de Yucatán, se busca investigar las festividades de los municipios de la región sur y plasmar la información obtenida en fichas para crear un inventario turístico. Este tipo de turismo debe ser fomentado para generar ingresos económicos y contribuir al rescate y difusión del patrimonio cultural del país. Este segmento turístico, que se extiende globalmente, se impulsa por motivaciones religiosas diversas (Fernández, 2016).

Un inventario turístico abarca un conjunto detallado y clasificado de los puntos de interés y atractivos turísticos presentes en una región específica. Este catálogo minucioso no solo identifica y describe meticulosamente los distintos atractivos, sino que también categoriza estos elementos, facilitando la integración de estos recursos en la creación y promoción de productos turísticos. La elaboración de un inventario turístico conlleva un análisis exhaustivo de los recursos culturales, naturales, históricos y religiosos de una zona, lo que proporciona una base sólida para el desarrollo de experiencias turísticas auténticas y atractivas.

En el caso de Yucatán, un inventario turístico bien elaborado podría ser una herramienta invaluable para resaltar y difundir las festividades religiosas de la región. Al incluir detalladamente estas celebraciones en el inventario, se ofrecería una visión completa de su importancia cultural, historia, ubicación y características únicas. Esto permitiría a los planificadores turísticos diseñar paquetes y rutas específicas que incorporen estas festividades, promoviéndolas de manera efectiva entre los turistas potenciales. Además, la difusión de este inventario en plataformas turísticas, guías de viaje y medios digitales ampliaría el alcance de estas festividades, atrayendo a un público más diverso y fomentando la apreciación y el respeto por la rica herencia cultural de Yucatán (Santana, 2019) . La creación y difusión de un inventario turístico regional permitirá a locales y visitantes nacionales e internacionales conocer las variadas festividades religiosas de la región, impulsando el interés turístico y generando ingresos.

Las festividades tradicionales resultan atractivas para muchos turistas, motivándolos a visitar los lugares donde se llevan a cabo, por lo cual es esencial contar con un inventario turístico para preservar estas tradiciones y fomentar la conciencia y el conocimiento, tanto entre los habitantes locales como entre los turistas.

Las festividades religiosas representan la manera en que las comunidades locales practican su fe, honrando a vírgenes o santos que frecuentemente son los patronos del lugar. En la mayoría de las localidades de México son el centro de reunión de la localidad, también confluyen habitantes de localidades vecinas y desde luego turistas, por lo que desde otra perspectiva estas festividades son consideradas atractivos turísticos.

Estos festejos perduran gracias al arraigo de tradiciones centenarias entre la población. Desde sus inicios, la iglesia cristianizó las festividades paganas, fusionando las celebraciones cristianas con eventos preexistentes, como los solsticios de invierno y verano con la Navidad y San Juan, los equinoccios de primavera con San José y la Semana Santa, y los de otoño con San Miguel. A pesar de esta influencia, aún persisten rituales de antiguas festividades pre-cristianas, aunque con ligeras modificaciones simbólicas (Fisher, 2019) .

Se tiene constancia de que la iglesia ha considerado a los santos y vírgenes como intermediarios entre el ser humano y Dios. Cuando sucedían catástrofes naturales, plagas u otros sucesos catalogados como "castigos divinos" a causa de los pecados, las personas dirigían su devoción y súplicas hacia estos santos en busca de perdón. Esta interpretación de los "castigos divinos" fundamenta la necesidad de los creyentes de realizar festividades, procesiones y diversas expresiones religiosas como forma de agradecimiento o expiación. En la religiosidad, la veneración recae en las representaciones iconográficas, que a su vez se convierten en símbolos identitarios locales.

En las áreas donde se llevan a cabo festividades religiosas, se reconoce que uno de los principales motivos radica en su carácter identitario, pues las perciben como una afirmación de su identidad. La devoción hacia la Virgen o el santo que actúa como patrono del lugar es común entre los habitantes locales, pero suele no extenderse a los de otras localidades. Además, la imagen de veneración principal suele representar a la mayoría de los habitantes, independientemente de si son creyentes o no. Es importante considerar que muchos de los que se autodenominan creyentes no practican activamente la religión, pero participan en las celebraciones en honor a la Virgen o al santo, formando parte de las diferentes actividades religiosas en su honor (Domene, 2017).

Las celebraciones religiosas se erigen como pilares esenciales del patrimonio cultural en las localidades donde tienen lugar, revelando de manera vibrante la vida comunitaria, la construcción de identidad y la preservación de costumbres arraigadas. Según la UNESCO, el patrimonio cultural inmaterial abarca prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas que las comunidades, grupos y, en algunos casos, individuos reconocen como parte de su patrimonio cultural. Estas manifestaciones, como las festividades religiosas, no solo se limitan a lo tangible, sino que abarcan elementos intangibles que forman parte vital de la identidad de una sociedad. Son portadoras de conocimiento tradicional, transmitidas de generación en generación, y reflejan la forma en que las comunidades se relacionan con su entorno,

fortaleciendo la cohesión social y promoviendo un sentido de pertenencia. Así, estas expresiones culturales se convierten en hilos que tejen la historia, la memoria y la continuidad de la vida en las comunidades, representando una riqueza invaluable que merece ser preservada y transmitida a las futuras generaciones (OMT, 2013).

Las festividades se vuelven fundamentales para el tejido social al arraigarse en la historia local, actuando como puntos centrales de identificación y aportando a aspectos fundamentales de la vida comunitaria al fomentar la convivencia y la celebración conjunta. Más allá de meros rituales y entretenimiento, el concepto de celebración implica una conexión profunda con la colectividad que la lleva a cabo y protagoniza. Estos eventos festivos resultan esenciales para la existencia misma de las comunidades humanas, formando parte inherente de la dinámica social y promoviendo la interacción entre los diversos habitantes de una región. Sin estas celebraciones, podría decirse que la estructura social y la riqueza cultural de una sociedad se verían gravemente mermadas, ya que estas festividades son fundamentales para la cohesión y el mantenimiento de la identidad cultural a lo largo del tiempo (Domene, 2017).

De esta manera, las festividades religiosas y las peregrinaciones representan la religiosidad latinoamericana, donde se manifiesta la devoción religiosa a través de ceremonias rituales, procesiones, peregrinaciones y actividades económico-religiosas. Estas celebraciones representan una conexión con un ser superior, los santos y los hechos religiosos, conmemorados en fechas específicas que se convierten en celebraciones. En gran parte de Latinoamérica, se rinde homenaje a vírgenes o dioses con agradecimiento, promesas, asistencia a misas y procesiones, acompañadas frecuentemente de cánticos y danzas devocionales. Así, las festividades religiosas sirven como una manera de preservar el patrimonio intangible de los lugares donde se llevan a cabo.

En el ámbito del turismo, se distingue una vertiente conocida como Turismo religioso, el cual representa la fusión de dos fenómenos que evolucionaron de manera diferente: la religión, arraigada en orígenes ancestrales, y el turismo, con un desarrollo más contemporáneo. El

turismo religioso se define como una modalidad que se centra en la visita a lugares o la participación en actividades que poseen una significación religiosa. Esta forma de turismo no se limita únicamente a la búsqueda de experiencias espirituales, sino que también permite a los viajeros sumergirse en la historia, la cultura y las tradiciones asociadas a distintos destinos sagrados o rituales religiosos. Más allá de una simple exploración turística, el turismo religioso involucra una conexión profunda con lo espiritual y lo sagrado, brindando la oportunidad de entender y experimentar la fe desde perspectivas culturales diversas. Asimismo, esta forma de viaje ofrece la posibilidad de interacción con comunidades locales, facilitando el entendimiento de sus creencias, prácticas y valores arraigados en lo religioso. Al sumergirse en este tipo de experiencias, los viajeros no solo satisfacen una búsqueda espiritual, sino que también enriquecen su comprensión del mundo y fortalecen la apreciación por la diversidad cultural y religiosa. Este tipo de turismo se concentra en la visita a lugares o participación en actividades con un trasfondo religioso, permitiendo a los viajeros sumergirse en experiencias que conectan lo espiritual con la exploración de nuevos destinos. A medida que la sociedad se transforma, el turismo religioso emerge como una forma de búsqueda de significado y conexión con lo sagrado, fusionando tradiciones antiguas con la dinámica moderna del viaje y la exploración (Tobón y Tobón, 2013).

El turismo religioso o espiritual se compone de dos enfoques principales: la expresión de la religiosidad y la contemplación. La primera vertiente se desglosa en tres tipos distintos. En primer lugar, está el peregrino, cuya motivación principal para el viaje radica en su fe; realiza actividades religiosas, pero retorna a su lugar de origen sin pernoctar en el sitio. Luego, se encuentra el turista reflexivo, quien viaja con la intención de participar en actividades religiosas y además pernocta en el lugar, generando un mayor gasto durante su estancia. Por último, se halla el turista secular, atraído por el interés cultural, histórico o social más que por una motivación religiosa o mística (Armenta, 2022).

El flujo constante de turistas, independientemente de sus motivaciones para viajar, busca información exhaustiva y detallada antes de embarcarse en una travesía. En el caso del turismo religioso en el Estado de Yucatán, proporcionar datos precisos y completos sobre las festividades religiosas que se llevan a cabo en la región sur podría ser un factor decisivo para atraer a un segmento importante de visitantes interesados en este tipo de turismo. La difusión de información detallada sobre estas celebraciones, incluyendo fechas, ubicaciones, tradiciones asociadas y experiencias ofrecidas, además de servir como guía para los turistas, también sería fundamental para promover estos eventos en los circuitos turísticos nacionales e internacionales. La disponibilidad de esta información no solo facilitaría la planificación de los viajes, sino a su vez despertaría el interés de potenciales turistas que buscan sumergirse en la riqueza cultural y espiritual de las festividades religiosas de Yucatán. Asimismo, este conocimiento detallado podría impulsar la creación de paquetes turísticos especializados, circuitos de peregrinación y rutas específicas que se traduzcan en el rescate y salvaguarda de estas celebraciones, atrayendo así a un número significativo de turistas ávidos por explorar y experimentar estas expresiones culturales únicas.

Con el fin de promover adecuadamente las festividades religiosas locales, se planea integrar un inventario turístico. Este inventario es un catálogo donde se recopilan todos los elementos turísticos disponibles para los visitantes, los cuales se presentan como recursos. Este registro no solo actúa como una recopilación de datos, sino que también funciona como una herramienta esencial que debe ser constantemente mejorada y actualizada para facilitar las actividades turísticas. Asimismo, sirve como punto de partida para evaluaciones que contribuyen al desarrollo del turismo a nivel nacional (Santana, 2019).

Una vez expuesto lo anterior se plantean las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuáles son las festividades religiosas más destacadas en los municipios del sur de Yucatán?
2. ¿Cuál es el impacto socioeconómico del turismo religioso en estas comunidades locales?

3. ¿Cómo se organizan y llevan a cabo las festividades religiosas en términos de logística y participación comunitaria?
4. ¿Qué recursos culturales y patrimoniales están asociados con estas celebraciones religiosas en los municipios del sur de Yucatán?
5. ¿Cuál es la percepción de los residentes locales y de los visitantes sobre la importancia y el valor de estas festividades religiosas en la región?

La hipótesis planteada para este trabajo de investigación es el siguiente:

El desarrollo y promoción de un inventario detallado de los atractivos turísticos que incluyan las festividades religiosas en los municipios del sur de Yucatán contribuirá significativamente a fomentar la comprensión y el reconocimiento de estas celebraciones. Este inventario actuará como una herramienta efectiva para impulsar el turismo cultural y religioso en la región, resaltando la riqueza cultural y la diversidad de tradiciones locales, y promoviendo la conservación y preservación del patrimonio cultural de la zona.

Metodología

El enfoque metodológico para el estudio de investigación implicó la implementación de encuestas en línea, dirigidas a los municipios de la zona sur del estado de Yucatán, con el fin de recabar información detallada y exhaustiva. Esta estrategia se diseñó considerando la eficiencia y el alcance de las encuestas en línea para obtener una muestra representativa y diversa de la población objetivo.

El proceso metodológico se dividió en varias etapas fundamentales para garantizar la eficacia y la validez de los resultados obtenidos. En primera instancia, se llevó a cabo una cuidadosa selección de los municipios específicos dentro de la región sur de Yucatán, considerando la heterogeneidad geográfica, cultural y demográfica de cada localidad. Esta

selección permitió asegurar una representación adecuada y equilibrada de la diversidad de la región en la muestra de encuestas.

Posteriormente, se procedió a la elaboración del cuestionario de la encuesta en línea, en colaboración con expertos en el ámbito del turismo, la antropología y la cultura local. El cuestionario constó de 12 preguntas de opción múltiple, abordando aspectos como la identificación del municipio de origen, la edad de los encuestados y una serie de interrogantes específicas sobre el conocimiento que poseen acerca de las festividades religiosas locales.

Además, se incluyeron preguntas adicionales destinadas a investigar los lugares o sitios web comúnmente consultados por los encuestados para obtener información sobre estas festividades religiosas. Este enfoque permitió explorar la disponibilidad y la accesibilidad de la información acerca de las festividades, así como las fuentes más utilizadas por la población para obtener detalles sobre estos eventos.

La encuesta en línea se distribuyó estratégicamente a través de múltiples plataformas digitales, redes sociales y canales de comunicación locales, garantizando así una máxima difusión y alcance a la población de los municipios seleccionados en la región sur de Yucatán. Se estableció un periodo específico de tiempo para la recolección de datos, permitiendo la captación de una muestra representativa y significativa de la población objetivo.

Posteriormente, los datos obtenidos fueron sometidos a un análisis exhaustivo, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. Se utilizaron herramientas y técnicas de análisis estadístico para examinar y sintetizar los patrones, tendencias y opiniones predominantes entre los encuestados. Este riguroso análisis permitió obtener conclusiones fundamentadas y precisas, respaldando así los hallazgos presentados en el artículo de investigación.

Resultados

Estos resultados proporcionan una visión significativa sobre la percepción y el conocimiento de las festividades religiosas en los municipios de la zona sur del estado de Yucatán. La distribución de encuestas muestra una participación mayoritaria de residentes del municipio de Chumayel, lo que puede indicar una mayor conciencia o interés en el tema de las festividades religiosas en esa localidad en comparación con otros municipios.

La distribución por grupos de edad revela una representación equilibrada de diferentes rangos etarios, aunque destaca la participación predominante de encuestados entre 18 y 40 años. Esto sugiere un mayor interés o familiaridad con las festividades religiosas en esta franja demográfica, lo que podría reflejar una mayor dinámica de participación y conocimiento entre los más jóvenes.

El conocimiento sobre la festividad religiosa más importante en su municipio parece ser considerablemente alto, con un 79% de los encuestados afirmando estar informados sobre ella. Sin embargo, un 21% mencionó desconocerla, lo que indica una brecha informativa que podría abordarse para fortalecer la difusión y conciencia sobre estas celebraciones.

La cantidad de festividades religiosas conocidas por los encuestados también es relevante. El hecho de que más de la mitad conozca de 2 a 3 festividades y un porcentaje significativo mencione conocer al menos una, demuestra un cierto nivel de familiaridad con estas celebraciones en sus respectivos municipios. De acuerdo con los datos obtenidos la celebración religiosa más conocida en los municipios del sur del estado de Yucatán es la realizada en honor a San Antonio de Padua.

El conocimiento sobre las festividades religiosas de municipios cercanos es diverso, con un tercio de los encuestados afirmando conocerlas, otro tercio reconociendo su existencia, pero sin un conocimiento detallado, y aproximadamente un 30% mencionando no estar al tanto. Esto

refleja una variedad de niveles de interacción e interés hacia las festividades en municipios colindantes.

La percepción de la importancia de estas festividades es mayoritariamente positiva, con la mitad de los encuestados considerándolas como muy importantes y un 37.1% adicional calificándolas como importantes. Sin embargo, aún hay un pequeño porcentaje que muestra indiferencia o considera que son poco importantes, lo que podría indicar áreas de oportunidad para fortalecer su relevancia cultural y social.

El hecho de que la mayoría de los encuestados, específicamente el 77.4%, no conozcan fuentes de consulta oficial para obtener información sobre estas festividades, destaca una brecha en la accesibilidad a la información. Esto sugiere la necesidad de mejorar la difusión y disponibilidad de recursos informativos oficiales para brindar acceso a detalles sobre estas festividades religiosas.

La difusión efectiva de las festividades religiosas en Yucatán podría ser factor para el desarrollo del turismo religioso en el estado. Al promover ampliamente estas celebraciones, se abriría un nuevo abanico de posibilidades para atraer a turistas que buscan experiencias espirituales y culturales significativas. La divulgación detallada de fechas, ubicaciones, significados culturales y tradiciones asociadas despertaría el interés de aquellos que desean sumergirse en la riqueza espiritual y cultural de Yucatán, atrayendo así a un nuevo flujo de visitantes interesados en explorar estas expresiones culturales únicas.

Conclusión

El análisis detallado sobre las festividades religiosas en Yucatán revela una intersección crucial entre el turismo y la preservación de tradiciones culturales arraigadas. Estas celebraciones, fundamentales para las comunidades locales, no solo reflejan una herencia histórica rica y diversa, sino que también ofrecen una ventana única para explorar la identidad cultural de la región. El turismo religioso emerge como un elemento transformador, capaz de potenciar la conservación y revitalización de estas expresiones culturales únicas.

Las dos festividades religiosas más mencionadas por los encuestados son las de San Antonio de Padua y la Virgen de Guadalupe. En el caso de San Antonio de Padua en el municipio de Ticul, su celebración está ligada a la producción artesanal de calzado, ya que este lugar es conocido en toda la península por esta producción. Por otro lado, las celebraciones en honor a la Virgen de Guadalupe son las más destacadas a nivel nacional, y en cada localidad se realizan actividades religiosas en su honor de los primeros días de diciembre hasta el día 12 de ese mes.

La divulgación efectiva de estas festividades se erige como un paso esencial en este proceso. La información detallada y accesible sobre fechas, tradiciones, significados culturales y ubicaciones clave no solo atraería a un nuevo flujo de turistas interesados en estas experiencias espirituales y culturales, sino que también contribuiría directamente a la preservación de estas tradiciones. La creación de paquetes turísticos especializados, la generación de ingresos para las comunidades locales y el intercambio cultural entre visitantes y residentes locales son facetas clave que se potenciarían con una difusión más amplia y efectiva de estas festividades religiosas.

Además, la conservación de estas festividades no solo es una cuestión de preservar eventos históricos, sino también de salvaguardar la identidad y el patrimonio cultural de la región. La falta de fuentes de consulta oficial destaca una brecha significativa en la accesibilidad a la información sobre estas celebraciones, lo que indica una necesidad apremiante de mejorar la difusión y disponibilidad de recursos informativos oficiales.

El uso del inventario de atractivos turísticos se presenta como una estrategia integral y efectiva para la difusión de las festividades religiosas en Yucatán, lo que puede beneficiar enormemente al desarrollo del turismo religioso en la región. Un inventario detallado y bien estructurado de las festividades religiosas en Yucatán ofrecería una compilación completa y precisa de la información sobre estas celebraciones. Esto abarcaría datos como fechas, ubicaciones, tradiciones, significados culturales y detalles relevantes de cada festividad. Esta recopilación exhaustiva se convertiría en una herramienta fundamental para los planificadores turísticos y operadores, permitiéndoles diseñar paquetes turísticos especializados y rutas específicas que integren estas festividades como experiencias centrales.

El inventario funcionaría como una guía detallada para turistas interesados en el turismo religioso, brindándoles acceso a información precisa y completa sobre estas celebraciones. Esto facilitaría la planificación de viajes, aumentaría la confianza de los turistas y, en última instancia, atraería a más visitantes a la región interesados en explorar y experimentar estas expresiones culturales únicas. Además, este recurso no solo serviría para promover las festividades religiosas a nivel nacional, sino también a nivel internacional. Al difundir este inventario a través de plataformas turísticas, guías de viaje y medios digitales, se ampliaría considerablemente el alcance de la promoción, atrayendo a turistas de diferentes partes del mundo interesados en sumergirse en la riqueza cultural y espiritual de Yucatán.

El turismo desempeña un papel esencial en la conservación de las tradiciones religiosas de Yucatán. La promoción efectiva y la difusión amplia de estas festividades no solo enriquecerían la experiencia turística en la región, sino que también serían pilares fundamentales para la preservación y la continuidad de estas expresiones culturales arraigadas en la identidad de Yucatán. El equilibrio entre la conservación y la promoción turística se convierte así en un elemento crucial para el desarrollo sostenible y la salvaguarda del patrimonio cultural de la región.

Referencias

- Armenta, G. (19 de Diciembre de 2022). *TravelTimes*. <https://traveltimes.com.mx/2022/12/19/el-turismo-religioso-un-segmento-subvaluado/>
- Domene, J. (2017). La función social o ideológica de las fiestas religiosas: identidad local, control social e instrumento de dominación . *Revista de dialectología y tradiciones populares* , 171-197. <https://doi.org/10.3989/rntp.2017.01.007> de <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/Comunicacion/Boletines/2016/Marzo/19/1174-El-turismo-religioso-mueve-anualmente-casi-30-millones-de-personas-en-Mexico-Andres-Fernandez>.
- Fisher, L. (2019). La mercadotecnia en las festividades religiosas: Caso Niñoapa, Xochimilco, México . *Face facultad de Ciencias Económicas y Empresariales* , 7-15. https://revistas.unipamplona.edu.co/ojs_viceinves/index.php/FACE/article/view/3501/2021
- Gobierno de México. (20 de 11 de 2023). *Sistema Nacional de Información Cultural* . https://snic.cultura.gob.mx/recurso.php?t=mec_municipios_x_anio&v=t_actividad&ti=m&e_id=31
- Gracia, C., Pérez, B., & Navarrete, M. (2017). La importancia del turismo religioso en México . *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 133-146. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5975088>
- Organización Mundial del Turismo (2013). Turismo y patrimonio cultural inmaterial, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284415397>
- Santana, C. (2019). Breves aportaciones conceptuales sobre inventarios turísticos en América Latina y Ecuador . *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo* , 1-29. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7761363>

Tobón, S., & Tobón, N. (2013). Turismo religioso: fenómeno social y económico . *Turismo y sociedad* , 237-249.

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3724>

UNAM. (5 de Abril de 2023). *UNAM Global Revista*

[https://unamglobal.unam.mx/global_revista/turismo-religioso-en-mexico-una-](https://unamglobal.unam.mx/global_revista/turismo-religioso-en-mexico-una-experiencia-que-atrae-a-todos/#:~:text=El%20Gobierno%20de%20M%C3%A9xico%2C%20a,visitando%20los%20principales%20santuarios%20nacionales.)

[experiencia-que-atrae-a-](https://unamglobal.unam.mx/global_revista/turismo-religioso-en-mexico-una-experiencia-que-atrae-a-todos/#:~:text=El%20Gobierno%20de%20M%C3%A9xico%2C%20a,visitando%20los%20principales%20santuarios%20nacionales.)

[todos/#:~:text=El%20Gobierno%20de%20M%C3%A9xico%2C%20a,visitando%20los%20principales%20santuarios%20nacionales.](https://unamglobal.unam.mx/global_revista/turismo-religioso-en-mexico-una-experiencia-que-atrae-a-todos/#:~:text=El%20Gobierno%20de%20M%C3%A9xico%2C%20a,visitando%20los%20principales%20santuarios%20nacionales.)

El Control de Calidad Aplicado a través de la Ingeniería de Menú

Iván Palomo Arceo¹

Escuela de Gastronomía del Instituto Campechano.

¹ Docente de Asignatura de la Escuela de Gastronomía del Instituto Campechano, Campeche, México.
Correo e: ivan.palomo@instcamp.edu.mx

El Control de Calidad Aplicado a través de la Ingeniería de Menú

Iván Palomo Arceo¹

Resumen

La industria restaurantera enfrenta el desafío constante de equilibrar la calidad de los productos y servicios ofrecidos con los costos operativos. La sustitución de insumos de alta calidad por opciones más económicas es una práctica común que afecta negativamente la calidad de los platillos y los estándares de excelencia. La metodología propuesta involucra el análisis del comportamiento de venta de platillos en las empresas de alimentos y bebidas. Para ello, se clasifican los platillos en categorías según su popularidad y rentabilidad, utilizando herramientas de ingeniería de menú, datos del software de punto de venta, las recetas estándar de la oferta gastronómica y sus costeos. Los resultados del estudio muestran que existe una relación positiva entre la popularidad y la rentabilidad de los platillos. Los platillos más populares también son los más rentables. Sin embargo, el estudio también encontró que existen diferencias significativas entre las categorías de platillos en términos de esta relación. Los platillos principales son los que tienen una relación más fuerte entre popularidad y rentabilidad, mientras que los platillos complementarios tienen una relación más débil. El estudio concluye que la ingeniería de menú es una herramienta importante para mejorar la rentabilidad de un restaurante. Al analizar la relación entre popularidad y rentabilidad, en los restaurantes se pueden identificar los platillos con mayor potencial de rentabilidad, lo que puede ayudar a una toma de decisiones informada sobre el desarrollo, precio y promoción de los menús.

Palabras Clave: industria restaurantera, control de calidad, ingeniería de menú, rentabilidad y estándares de excelencia.

¹ Docente de Asignatura de la Escuela de Gastronomía del Instituto Campechano, Campeche, México.
Correo e: ivan.palomo@instcamp.edu.mx

Introducción

La industria restaurantera desempeña un papel importante en la economía global. Sin embargo, en un entorno empresarial altamente competitivo con márgenes de beneficio ajustados, los propietarios y gerentes de restaurantes enfrentan el desafío constante para equilibrar la calidad de los productos y servicios ofrecidos manteniendo los costos operativos bajo control. La búsqueda de eficiencia económica por parte de la industria ha llevado a prácticas que a menudo comprometen la calidad de los alimentos y bebidas que se ofrecen en los puntos de venta formales de alimentos y bebidas, planteando importantes cuestiones de sostenibilidad y satisfacción del cliente.

Este trabajo se centra en explorar la compleja dinámica asociada a la relación entre la calidad del producto y servicio; y la necesidad de controlar los costos en esta industria. Se centra específicamente en el concepto de ingeniería de menús como una herramienta esencial para tomar decisiones informadas. Un desarrollo con enfoque estratégico permite a las empresas de alimentos y bebidas analizar y optimizar la composición del menú para maximizar las ganancias sin comprometer la calidad del producto final.

El principal objetivo de este estudio es incrementar la rentabilidad de la carta del restaurante, teniendo en cuenta la calidad final de los productos y servicios. La razón de lo anterior es la creciente necesidad de que las empresas de alimentos y bebidas aborden estratégicamente la relación costo-calidad. La ingeniería de menús proporciona las herramientas necesarias para tomar decisiones informadas y optimizar el rendimiento del menú, permitiendo a las empresas de alimentos y bebidas producir platillos más rentables sin comprometer la calidad de los ingredientes. Riquelme (2020) nos explica que la ingeniería de menú es un conjunto de técnicas que nos permite optimizar la oferta gastronómica en términos financieros y basados en la demanda de nuestros clientes (p. 137). Esta perspectiva se fundamenta en la búsqueda de la calidad holística, basada en la creencia de que la calidad es el factor determinante en la fidelidad de los clientes en la industria de alimentos y bebidas.

Los costos de los platillos en la industria restaurantera están respaldados por múltiples fórmulas que permiten tener un panorama económico claro de nuestra oferta gastronómica. Sin embargo, es una práctica muy común el sustituir los insumos que se utilizan en la preparación de los alimentos por opciones de mucha menor calidad, buscando reducir los costos de producción y aumentar el margen de utilidad de cada uno de los platillos. Esto termina afectando negativamente los estándares de calidad de todos los establecimientos formales de alimentos y bebidas. Las causas que orillan a las empresas a tomar estos cursos de acción muchas veces perjudican la calidad de los platillos e invitan a proponer alternativas que cambien el enfoque de las decisiones y busquen llevar un control más preciso de los costos del menú, utilizando las herramientas necesarias para mantener un margen de utilidad aceptable, sin comprometer la calidad de nuestros productos.

El concepto de calidad es determinante para obtener un porcentaje de fidelidad en los clientes de las empresas de alimentos y bebidas. “La calidad consiste básicamente en aquellas características de un producto que satisfacen las necesidades de los clientes” según Duque (2005). Resultante de la variedad de procesos que rigen la operatividad de un restaurante, las características que otorgarían el factor calidad dependen absolutamente de cada proceso por individual. Por ejemplo, hablar de calidad en el servicio podría ser referirnos a la calidez del mesero, a su conocimiento del menú, a la eficiencia de sus funciones, etc. Por otro lado, para poder evaluar la calidad de los ingredientes utilizados en la cocina, es necesario remitirnos a las características organolépticas de cada uno de los ingredientes.

Ante esta situación, es necesario diseñar una estructura que permita evaluar y retroalimentar los controles de calidad de todas las categorías que entran en juego para el funcionamiento del establecimiento. La búsqueda de la calidad total, según Evans y Lindsay (2015) es “el esfuerzo de mejora, inflexible y continuo de todos en una organización para entender, satisfacer y exceder las expectativas de los clientes” (p.16).

La oferta gastronómica es el elemento principal de cualquier empresa restaurantera. Esta oferta, es la invitación que hacen los dueños a los clientes para confiar en su propuesta. Mcvety y Ware (2009) afirman también que “el menú es el punto focal de todos los establecimientos de servicios de alimentos” (p. 11) Entendiendo que uno de los canales en la comunicación entre un restaurante y sus clientes es la carta, se le debe dar una importancia elevada. Este documento impreso o digital contiene toda la información necesaria para proveer al cliente con diferentes opciones de alimentos que están disponibles en el establecimiento. Se pueden encontrar entradas, platos fuertes, postres, bebidas, etc. Y, sobre todo, es la herramienta principal para las ventas del negocio.

La capacidad de constancia en la elaboración de los platillos del menú está ligada íntimamente con la capacitación del personal de cocina y la rotación de personal en la industria una problemática que afecta directamente a muchos establecimientos. La receta estándar es un documento en el que se captura toda la información altamente detallada de la preparación, de principio a fin, de todos los platillos que se ofertan en la empresa, con la intención de facilitar este proceso de capacitación. Muñoz y Mokry (2021) explican que “La receta estándar es la información de los ingredientes que usas, insumos y empaques para que el producto que vendes brinde siempre la misma experiencia en cualquier de tus establecimientos” (p. 22). En conjunto con los costeos, forman la ficha técnica o escandallo de cada una de las ofertas del menú.

El costeo de los platillos es el proceso más importante de la planeación del menú. Conocer a detalle todos los ingredientes que forman parte de las recetas y saber calcular su costo, permite al empresario restaurantera una visión clara acerca de sus posibles precios de venta. Estos costeos son las herramientas básicas que permiten establecer un precio de venta y controlar los diferentes gastos, teniendo en consideración variables como precio de compra, peso bruto y neto de los ingredientes, las mermas y los procesos de elaboración. (Adría, 2016)

Se puede entender la ingeniería de menú como un conjunto de técnicas y fórmulas que permitirán realizar diferentes tipos de evaluaciones al comportamiento real de nuestro menú.

Para Martini (2013) “la ingeniería de menú contribuye a la toma de decisiones consciente sobre el planeamiento estratégico... disminuyendo notablemente el margen de error” (p. 30). Por lo tanto, la aplicación de estas estrategias y técnicas proporciona a la empresa de información constante y fidedigna para la toma de decisiones.

Metodología

El diseño metodológico de esta investigación se enmarca en un enfoque cuantitativo. Este enfoque se caracteriza por el uso de datos numéricos y técnicas estadísticas para analizar el comportamiento de los platillos en el menú de la cafetería Rouge en San Francisco de Campeche, Campeche. El objetivo principal es explorar la relación entre dos variables fundamentales en la industria restaurantera: la popularidad de los platillos y su rentabilidad.

En este estudio, la información fue recopilada a través de diferentes medios que incluyen los registros de venta, las recetas estándar de la cafetería Rouge, los costeos de los platillos y la carta de la cafetería. Los registros de venta proporcionaron información sobre la frecuencia de venta de cada platillo, mientras que las recetas estándar, los costeos y los precios de venta ofrecieron datos detallados sobre la composición de los platillos, los costos asociados con su producción y la estructura de precios.

La técnica principal de obtención de datos consistió en el análisis de los registros de venta para obtener información sobre la popularidad de los platillos. Además, se analizaron las recetas estándar de la cafetería para determinar la composición de los platillos, los costeos de los platillos para evaluar los costos asociados con su producción, y los precios de venta de las opciones del menú para comprender la estructura de precios.

El trabajo de campo se centró en la obtención y análisis de los registros de venta, las recetas estándar, los costeos y los precios de venta. No fue necesario realizar observaciones directas ni entrevistas a empleados o clientes, ya que la información requerida estaba disponible en los registros y documentos internos de la cafetería.

Una vez recopilados los datos de ventas, recetas, costeos y precios, se procedió a su organización y procesamiento. Los datos se registraron en una base de datos electrónica y se clasificaron de acuerdo con los platillos, los ingredientes, los costos, los precios y la frecuencia de venta. Esta organización facilitó el análisis posterior de los datos.

Los datos fueron analizados con diferentes técnicas estadísticas. Se llevaron a cabo pruebas estadísticas para determinar si existían diferencias significativas entre las categorías de platillos en términos de popularidad y rentabilidad. Esto permitió identificar los platillos que mantuvieron una popularidad y rentabilidad constantes en comparación con otros.

En el proceso de recopilación y análisis de datos, se garantizó la confidencialidad de la información comercial de la cafetería Rouge. Se tomaron medidas para asegurar que los datos fueran utilizados exclusivamente para fines de investigación y que no se revelara información sensible sobre clientes, empleados o procesos internos de la cafetería.

Este enfoque metodológico permitió obtener datos precisos y relevantes para el análisis de la popularidad y rentabilidad de los platillos en la cafetería Rouge sin comprometer la integridad de la información y cumpliendo con los principios éticos de la investigación.

Resultados

El apartado de resultados de esta investigación presenta una visión integral de los hallazgos obtenidos a través del análisis de los datos recopilados. Para lograr una presentación efectiva de los resultados, se siguieron varios pasos clave, que se describen a continuación:

En primer lugar, se llevaron a cabo revisiones detalladas de un total de 19 escandallos, que incluyen tanto la receta estándar de cada platillo como los costeos asociados. Esta etapa es fundamental para comprender la estructura de precios de cada opción en el menú de la cafetería. Es importante destacar que la cafetería mantuvo su documentación en orden, lo que garantizó la precisión y calidad de la información obtenida.

Para ilustrar cómo se organizan los costeos, se adjunta un ejemplo representativo. Esto proporciona una muestra concreta de la estructura de costos que se analizó y que sirvió de base para evaluar la rentabilidad de cada platillo.

Figura 1 Tabla de Costeo

PLATO						Precio de venta al público precio del domicilio	
Nombre						\$ 130	\$ 178
Tostada Francesa						Impuesto sobre la venta misión plataforma	
						16%	25%
Descripción						Precio bruto	Precio bruto
						\$ 112	\$ 153
						Cantidad a producir	Margen de error
						1	5%
Insumos	Cantidad estándar	Und	Costo real	Cantidad de producción	Costo de producción	MESA	DOMICILIO
Brioche	150.00	gr	\$ 0.07	150.00	\$10.67	<i>Costo total de ins.</i>	<i>Costo total de ins.</i>
Mezcla Dulce	75.00	gr	\$ 0.03	75.00	\$1.88	\$ 60	\$ 60
Crema Batida	25.00	gr	\$ 0.04	25.00	\$0.99	<i>Margen de error</i>	<i>Margen de error</i>
Mantequilla	15.00	gr	\$ 0.08	15.00	\$1.26	\$ 3	\$ 3
Fresa	100.00	gr	\$ 0.21	100.00	\$20.71		<i>Valor comisión</i>
Blueberry	25.00	gr	\$ 0.31	25.00	\$7.76		\$ 45
Frambuesa	25.00	gr	\$ 0.37	25.00	\$9.29	<i>Costo total de prod.</i>	<i>Costo total de prod.</i>
Menta	5.00	gr	\$ 0.78	5.00	\$3.89	\$ 63	\$ 108
Miel	30.00	gr	\$ 0.13	30.00	\$3.79	<i>Costo unitario</i>	<i>Costo unitario</i>
Azúcar glass	5.00	gr	\$ 0.04	5.00	\$0.19	\$ 63	\$ 108
		0	\$ -	-	\$0.00	<i>Utilidad bruta</i>	<i>Utilidad bruta</i>
		0	\$ -	-	\$0.00	\$ 49	\$ 45
<i>Insumos de domicilio</i>						<i>Margen de ut. bruta</i>	<i>Margen de ut. bruta</i>
Caja domicilio	1.00	0	\$ -	1.00	\$0	43%	30%
Bolsa domicilio	1.00	0	\$ -	1.00	\$0		
		0	\$ -	-	\$0		
		0	\$ -	-	\$0		

La revisión de la información de ventas del mes de septiembre permitió obtener datos precisos sobre los ingresos generados por la cafetería. Estos ingresos se distribuyeron entre todos los ítems del menú que se estaban evaluando, lo que facilitó la evaluación de la popularidad y

rentabilidad de cada platillo.

Con la información recopilada y procesada, se creó una tabla detallada que organiza los resultados de manera lógica y clara. Esta tabla incluye los siguientes elementos en cada platillo:

- Nombre del Producto:** Identifica claramente el nombre de cada platillo en el menú.
- Número de Ventas:** Muestra cuántas veces se vendió cada platillo, lo que refleja su popularidad.
- Coste del Producto:** Indica el costo de producción de cada platillo, un factor crítico para calcular la rentabilidad.
- Precio de Venta Bruto:** Representa el precio al que se venden los platillos a los clientes antes de impuestos.

5. **Índice de Popularidad:** Proporciona un indicador de la popularidad de cada platillo en forma de porcentaje, que se calcula dividiendo el número de ventas de un producto entre el total de ventas de todos los productos, y luego multiplicando el resultado por 100 para obtener un porcentaje. Un mayor porcentaje indica una mayor popularidad.
6. **Porcentaje de Costo del Producto:** Muestra el costo de producción de cada platillo como porcentaje de su precio de venta bruto. Este porcentaje se calcula dividiendo el costo del producto entre el precio de venta y multiplicando el resultado por 100.
7. **Margen de Contribución:** Representa la ganancia neta generada por cada platillo después de cubrir los costos de producción. El margen de contribución es la diferencia entre precio de venta y coste del producto. Es el monto que contribuye cada venta para cubrir los costos fijos y generar ganancias
8. **Concentrado del Coste de Producto:** Muestra el costo total de producción de cada platillo multiplicado por el número de ventas.
9. **Concentrado de Ventas Relacionadas al Insumo:** Indica los ingresos totales generados por la venta de cada platillo multiplicado por el número de ventas.
10. **Margen de Contribución Total:** Refleja la ganancia neta total generada por la venta de cada platillo después de cubrir los costos de producción y multiplicada por el número de ventas.
11. **Clasificación de Rentabilidad:** Clasifica cada platillo en función de su rentabilidad, utilizando categorías como "Alto" o "Bajo".
12. **Clasificación de Popularidad:** Clasifica cada platillo en función de su popularidad, utilizando categorías como "Alto" o "Bajo".
13. **Clasificación Final del Producto:** Ofrece una clasificación general de cada platillo, considerando tanto su rentabilidad como su popularidad, y utiliza categorías como *Estrella* (alta rentabilidad y popularidad), *Vaca* (baja rentabilidad y alta popularidad), *Perro* (baja rentabilidad y popularidad) y *Enigma* (alta rentabilidad y baja popularidad). Esta clasificación está basada en la adaptación de la matriz BCG propuesta por Riquelme (2020).

Esta tabla es un recurso valioso que resume los resultados de la investigación, permitiendo tomar decisiones informadas sobre la gestión del menú de la cafetería *Rouge*.

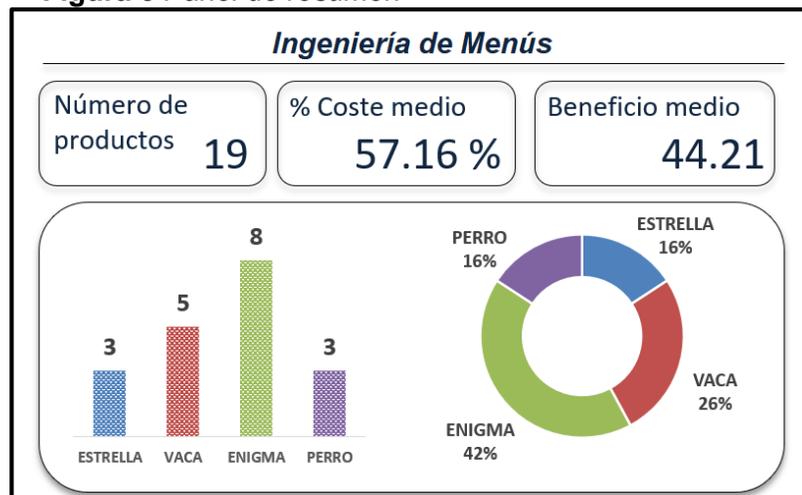
Figura 2 Tabla de ingeniería de menú

Nombre del producto	Número de ventas	Coste del producto	Precio de venta	Índice de popularidad %	Coste del producto %	Margen de contribución	Total coste del producto	Total ventas	Margen de contribución total	Clasificación Rentabilidad	Clasificación Popularidad	Clasificación Final
Frutas Frescas	48	37.00	56.00	4.38	66.07%	19.00	1776.00	2688.00	912.00	BAJO	ALTO	VACA
Frutos Rojos	13	81.00	125.00	1.19	64.80%	44.00	1053.00	1625.00	572.00	BAJO	BAJO	PERRO
Ensalada Rouge	22	109.00	142.00	2.01	76.76%	33.00	2398.00	3124.00	726.00	BAJO	BAJO	PERRO
Ensalada de Ana	4	71.00	121.00	0.36	58.68%	50.00	284.00	484.00	200.00	ALTO	BAJO	ENIGMA
Tostada Francesa	155	60.00	112.00	14.14	53.57%	52.00	9300.00	17360.00	8060.00	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Tostada Violeta	27	71.00	116.00	2.46	61.21%	45.00	1917.00	3132.00	1215.00	ALTO	BAJO	ENIGMA
Tostada Dolce	39	61.00	129.00	3.56	47.29%	68.00	2379.00	5031.00	2652.00	ALTO	BAJO	ENIGMA
Tostada Relatouille	26	33.00	121.00	2.37	27.27%	88.00	858.00	3148.00	2288.00	ALTO	BAJO	ENIGMA
Montecristo	81	56.00	99.00	7.39	56.57%	43.00	4536.00	8019.00	3483.00	BAJO	ALTO	VACA
Finas Hierbas	67	75.00	116.00	6.11	64.66%	41.00	5025.00	7772.00	2747.00	BAJO	ALTO	VACA
Croissant Carmesi	58	59.00	108.00	5.29	54.63%	49.00	3422.00	6264.00	2842.00	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Chilaquiles de la casa	153	62.00	112.00	13.96	55.36%	50.00	9486.00	17136.00	7650.00	ALTO	ALTO	ESTRELLA
Poblanos	45	121.00	142.00	4.11	85.21%	21.00	5445.00	6390.00	945.00	BAJO	ALTO	VACA
Hotcakes Matcha	30	59.00	138.00	2.74	42.75%	79.00	1770.00	4140.00	2370.00	ALTO	BAJO	ENIGMA
Waffles HB	38	92.00	138.00	3.47	66.67%	46.00	3496.00	5244.00	1748.00	ALTO	BAJO	ENIGMA
Fast Wrap	22	60.00	99.00	2.01	60.61%	39.00	1320.00	2178.00	858.00	BAJO	BAJO	PERRO
MO Chilaquiles de la casa	199	35.00	64.50	18.16	54.26%	29.50	6965.00	12835.50	5870.50	BAJO	ALTO	VACA
MO Poblanos	38	60.00	110.00	3.47	54.55%	50.00	2280.00	4180.00	1900.00	ALTO	BAJO	ENIGMA
MO Tostada Francesa	31	30.00	75.60	2.83	39.68%	45.60	930.00	2343.60	1413.60	ALTO	BAJO	ENIGMA

Después de analizar detalladamente las 19 opciones del menú de la cafetería Rouge, se obtuvieron resultados significativos.

A continuación, se presenta un panel de resumen que incluye información relevante para la toma de decisiones:

Figura 3 Panel de resumen



- Índice de Popularidad Promedio: 5.26 %

Este valor representa el índice de popularidad promedio de todas las opciones del menú. Se calcula dividiendo la sumatoria de la columna "Índice de Popularidad %" entre los 19 items de la oferta gastronómica del establecimiento. Es importante destacar que el rango de popularidad varía significativamente, desde opciones con índices muy bajos hasta otras con índices excepcionalmente altos.

- Rentabilidad Promedio: 44.21

La rentabilidad promedio de las opciones del menú se encuentra en un rango diverso. Este valor se obtiene mediante la división de la sumatoria de la columna “Margen de contribución total” entre la sumatoria de la columna “Número de ventas”. Algunas opciones tienen un alto margen de contribución, lo que las coloca en la categoría de **alto** mientras que otras tienen un margen más bajo, lo que las clasifica como **bajo**.

- Porcentaje de coste medio: 57.16

El porcentaje de coste medio muestra la cantidad promedio del costo asociado a los platillos del menú. Para obtenerlo se divide la sumatoria de la columna “Total coste de producto” entre la sumatoria de la columna “Total ventas” y multiplicando el resultado por 100. Un porcentaje más bajo indica una mayor rentabilidad, mientras que un porcentaje alto sugiere que una parte significativa de los ingresos se gasta en costos de producción.

Discusión:

La discusión de los resultados del análisis de rentabilidad y popularidad de los platillos del menú de la Cafetería Rouge nos permite profundizar en aspectos clave y extraer valiosas conclusiones. A lo largo de esta sección, exploraremos en detalle cada uno de los elementos más relevantes:

Este estudio se inserta en un cuerpo de conocimiento existente sobre la gestión de restaurantes y la ingeniería de menús. El equilibrio entre la popularidad y la rentabilidad de los platillos es un tema recurrente y fundamental en el campo de la hostelería. Los resultados obtenidos en este análisis no solo son consistentes con investigaciones anteriores, sino que también subrayan la importancia de esta relación en la toma de decisiones efectiva; y aunque los datos se recopilaron en la Cafetería Rouge en San Francisco de Campeche, los patrones identificados tienen aplicabilidad más amplia en el sector de alimentos y bebidas.

Los resultados del estudio arrojan luz sobre la dinámica compleja que rodea la gestión de menús en la industria de alimentos y bebidas, y las clasificaciones *Enigma*, *Estrella*, *Vaca* y *Perro* merecen una discusión detallada debido a las implicaciones únicas que cada categoría presenta.

Los platillos clasificados como *ENIGMA* en nuestra investigación son, en muchos sentidos, el enigma por resolver en el menú de la Cafetería Rouge. Tienen un índice de popularidad relativamente bajo, lo que podría ser una señal de oportunidad desaprovechada. Para estos platillos, es crucial evaluar si existe un potencial sin explotar que podría aumentar su demanda.

En esta categoría, las estrategias de marketing y promoción son fundamentales. Puede ser beneficioso crear campañas específicas para destacar estos platillos, ofrecer descuentos o promociones limitadas en el tiempo y resaltar los elementos únicos de estos platillos que podrían atraer a los clientes. La creación de un menú especial centrado en los platillos *Enigma* también podría aumentar su visibilidad.

Por otro lado, los platillos *Estrella* son los más populares en términos de ventas y tienen un alto margen de contribución. Esto indica que son los favoritos de los clientes y contribuyen significativamente a los ingresos del restaurante. Para mantener este estatus, es esencial mantener la calidad y la consistencia. La calidad del producto y la presentación deben ser una prioridad, ya que cualquier disminución en la satisfacción del cliente podría afectar negativamente su popularidad.

Además, es fundamental monitorear continuamente la demanda de estos platillos para asegurarse de que sigan siendo relevantes y satisfagan las expectativas cambiantes de los clientes. Estrategias de precio, como ajustes mínimos o estrategias de paquetes, pueden ayudar a mantener el interés en estos platillos.

Los platillos clasificados como *Vaca* tienen un margen de contribución aceptable, pero su popularidad es menor. Esto sugiere que hay espacio para mejorar su atractivo y aumentar su demanda. Estrategias de marketing y promoción, como campañas publicitarias dirigidas, eventos especiales o programas de fidelización, podrían ayudar a impulsar la popularidad de estos platillos. Además, se debe considerar la calidad y la presentación para garantizar que sigan siendo competitivos y satisfagan las expectativas de los clientes.

La categoría de platillos *Perro* presenta desafíos significativos tanto en términos de rentabilidad como de popularidad. Son los menos populares y, en términos de rentabilidad, están rezagados con márgenes de contribución más bajos. Esta clasificación refleja la necesidad de una atención especial a estas opciones del menú. Los platillos *Perro* requieren una estrategia de mejora para optimizar su rendimiento en términos de ventas y beneficios.

En primer lugar, el marketing y la promoción desempeñan un papel fundamental en la transformación de estos platillos. Aunque pueden no ser tan populares actualmente, existe un potencial para aumentar su visibilidad y atractivo para los clientes. La creación de campañas promocionales específicas, cambios en la presentación de estos platillos o la inclusión en menús especiales que destaquen estas opciones pueden ser estrategias efectivas para mejorar su rendimiento.

La calidad del producto y su presentación también son esenciales en la mejora de la rentabilidad y la popularidad de los platillos *Perro*. Un enfoque en el control de calidad del producto es crucial en este contexto. Garantizar que estos platillos sean consistentes en sabor y presentación puede ayudar a mejorar la satisfacción del cliente y, en última instancia, aumentar su popularidad.

La relación entre los platillos *Perro* y las oportunidades de mejora con el control de calidad del producto es particularmente relevante. Un mayor control de calidad puede aumentar la satisfacción del cliente y, como resultado, influir en la popularidad y rentabilidad de estos platillos. Este enfoque no solo se limita a los platillos *Perro*, sino que es aplicable a toda la gama de opciones en el menú.

Los resultados de este análisis sugieren que las estrategias de mejora, incluyendo el marketing, la promoción y el control de calidad, son esenciales para optimizar la rentabilidad y la popularidad de los platillos. Es fundamental relacionar estos resultados con las recomendaciones previamente mencionadas, que se centran en la aplicación de estas estrategias. La efectividad

de estas alternativas de mejora debe evaluarse en función de la clasificación de cada platillo y adaptarse a sus necesidades específicas.

Las limitaciones de este estudio también se aplican a los platillos *Enigma*, *Estrella*, *Vaca* y *Perro*. Los datos se basan en registros históricos de ventas y no capturan tendencias a corto plazo o fluctuaciones estacionales. Además, no hemos considerado factores externos, como la economía local o las tendencias gastronómicas, que podrían influir en los resultados. Estas limitaciones deben ser tenidas en cuenta al aplicar las recomendaciones y considerar futuras investigaciones.

Dado que cada categoría de platillos presenta desafíos y oportunidades específicas, futuras investigaciones podrían centrarse en estrategias específicas de marketing, promoción y control de calidad para cada una de estas categorías. Además, se podría investigar la efectividad de estas estrategias a lo largo del tiempo y cómo influyen en la percepción del cliente y, en última instancia, en la rentabilidad y popularidad de los platillos.

Conclusión

En este estudio centrado en la gestión de menús y la optimización de la rentabilidad y popularidad de las opciones en el menú de la Cafetería Rouge, se han obtenido conclusiones fundamentales que arrojan luz sobre la dinámica que existe entre la oferta gastronómica y la demanda. Los hallazgos de este trabajo han respondido a los objetivos planteados al inicio del estudio y proporcionan una visión detallada de la situación actual de la cafetería.

Una de las contribuciones más destacadas de este estudio ha sido la clasificación de los platillos en cuatro categorías distintas: *Enigma*, *Estrella*, *Vaca* y *Perro*. Esta clasificación se ha basado en dos factores clave: la popularidad y la rentabilidad. La identificación de estas categorías es esencial para una gestión eficaz del menú.

Los platillos *Estrella* son los más populares y rentables del menú de la Cafetería Rouge. Mantener su calidad y consistencia es fundamental para asegurar su continua popularidad. El

monitoreo constante de la demanda y la adaptación a las tendencias cambiantes son esenciales para mantener su posición privilegiada en el menú.

Las opciones clasificadas como *Vaca* tienen un margen de contribución aceptable, pero su popularidad es menor. Estrategias de marketing y promoción, junto con el control de calidad, son esenciales para aumentar su demanda y mantener su rentabilidad.

Los platillos *Perro* presentan un desafío significativo, con bajos márgenes de contribución y popularidad limitada. Estrategias de marketing y promoción específicas, así como un enfoque en el control de calidad, son esenciales para revivir su atractivo y rendimiento.

La relación entre el control de calidad del producto y el rendimiento de los platillos es fundamental. El control de calidad es esencial para aumentar la satisfacción del cliente, independientemente de la categoría del platillo. La gestión efectiva del control de calidad puede influir positivamente en la popularidad y rentabilidad de todas las opciones en el menú.

Las recomendaciones derivadas de este estudio proporcionan pautas claras para la mejora de la rentabilidad y popularidad de los platillos. Las estrategias de marketing, promoción y control de calidad son fundamentales en la gestión de un menú exitoso. Para futuras investigaciones, sería beneficioso evaluar la efectividad a largo plazo de estas estrategias y su impacto en la percepción del cliente.

En última instancia, este estudio ofrece una valiosa perspectiva sobre la gestión de menús en la industria de alimentos y bebidas. Los hallazgos destacan la importancia de la estrategia de marketing, la promoción y el control de calidad en la rentabilidad y popularidad de las opciones del menú. Los resultados y clasificaciones de los platillos proporcionan una base sólida para la toma de decisiones futuras en la Cafetería Rouge y ofrecen lecciones importantes para otros establecimientos similares. La mejora constante en la gestión de menús es esencial para el éxito sostenible en esta industria competitiva.

La ruta de trabajo que hemos seguido, aplicando las técnicas de la ingeniería de menú, se presenta como una guía invaluable para los propietarios y gerentes de empresas de alimentos

y bebidas. Uno de los aspectos más críticos en esta industria es la toma de decisiones relacionada con los precios, costos y, en última instancia, la rentabilidad de los platillos que se ofrecen. La presión constante para mantener o mejorar los márgenes de contribución puede ser un desafío, y en ocasiones, esto puede llevar a considerar la reducción de costos a expensas de la calidad de los insumos.

Sin embargo, nuestra investigación subraya la importancia de no comprometer la calidad de los insumos en busca de una rentabilidad inmediata. En lugar de sacrificar la calidad, es fundamental que los propietarios y gerentes de empresas en esta industria revisen exhaustivamente todas las demás opciones. Esto incluye una evaluación minuciosa de los procesos, las operaciones, las estrategias de marketing, la gestión de inventario y el control de calidad, además de considerar cuidadosamente la estructura de precios de los platillos en el menú.

La clave radica en encontrar un equilibrio entre la rentabilidad y la calidad del producto. A través de la ingeniería de menú, es posible optimizar los márgenes de contribución sin renunciar a la integridad de los ingredientes y la satisfacción del cliente. Esta metodología proporciona herramientas valiosas para identificar oportunidades de mejora, ajustar estrategias de precios y promoción, y tomar decisiones informadas para la gestión de menús.

Esta investigación ofrece un enfoque sistemático y cuantitativo que puede ser aplicado no solo en la Cafetería Rouge sino en cualquier empresa de alimentos y bebidas. Los resultados y las recomendaciones presentadas no solo son relevantes para este caso particular, sino que también sirven como un recordatorio de la importancia de equilibrar rentabilidad y calidad en la gestión de menús. En un mercado cada vez más competitivo, las empresas que adopten estas prácticas estarán mejor posicionadas para lograr el éxito sostenible y mantener la satisfacción de los clientes a largo plazo.

Referencias Bibliográficas

- Adria, F. (2016). *Mise en Place* (1 ed.). Roses, Girona, España: El Bulli Foundation.
- Duque Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15(25), 64-80.
- Evans, J., & Lindsay, W. (2015). *Administración y control de calidad* (9 ed.). Ciudad de México: Cengage Learning.
- Gallego Picó, A. (2017). Características de los alimentos y control de calidad. *Aldaba*, (36), 13–34. <https://doi.org/10.5944/aldaba.36.2012.20528>
- Martini, A. (2013). *Ingeniería de menú* (2ª ed., p.30) Fehgra Argentina
- Mcvety, P. y Ware, B. (2009). *Fundamentals of menu planning* (3ª ed., p.11) John Wiley & Sons
- Mokry, V., & Muñoz, A. (2021). *Costear para Impactar*. Medellín: Libro Arte SAS.
- Riquelme Barros, R. (2020). *Gastronomía Rentable: Cómo controlar los costos en alimentos y bebidas*. Lima: Publicación Independiente.
- Riquelme Barros, R. (2023). *Revenue Management para Restaurantes: Como gestionar mejor los ingresos en el negocio gastronómico*. Lima: Publicación Independiente.

Hábitos de Estudio y la Importancia de la Atención en Clases; una Investigación en la Población Académica de Nivel Superior

María Guadalupe Jáimez Rodríguez¹

Roxana del Carmen Vargas Pacheco

María Concepción Ruíz de Chávez Figueroa

Escuela de Trabajo Social del Instituto Campechano

¹ Docentes PTC con perfil deseable de la Escuela de Trabajo Social del Instituto Campechano, en Campeche, México. Para contacto en Correos_e: guadalupe.jaimez@instcamp.edu.mx; roxana.pacheco@instcamp.edu.mx; y mariac.ruiz@instcamp.edu.mx

Hábitos de Estudio y la Importancia de la Atención en Clases; una Investigación en la Población Académica de Nivel Superior

María Guadalupe Jáimez Rodríguez¹
Roxana del Carmen Vargas Pacheco
María Concepción Ruíz de Chávez Figueroa

Resumen

Los hábitos de estudio se refieren a una serie de métodos, estrategias, técnicas y herramientas innovadoras, que son empleadas por los estudiantes en proceso de formación, las cuales les permite adquirir nuevos aprendizajes y son parte esencial durante su preparación académica. Dichos hábitos incluyen la importancia de saber organizarse, contar con un área de estudio, evitar distracciones, planificar el tiempo de estudio, ser constante y distribuir el aprendizaje a lo largo del tiempo. El presente estudio tiene como objetivo identificar a través de un cuestionario, si los estudiantes de nivel superior cuentan con hábitos de estudio y le dan importancia a la atención en clases, a través de un cuestionario. Se aplicó para ello una metodología no experimental descriptiva, con la participación de una población de 129 estudiantes de las escuelas de Gastronomía y Trabajo Social del Instituto Campechano. El cuestionario aplicado corresponde a un instrumento con validez de criterio denominado *Cuestionario de Hábitos y Técnicas de Estudio*, para este caso se consideraron dos aspectos del cuestionario relacionados con la planificación del tiempo y la atención en clases. Para el análisis de los datos se empleó el Programa de análisis cuantitativo SPSS versión 25, que es un software de Windows, usado para captura y análisis de datos, creación de tablas y gráficas, entre otras funciones (QuestionPro, 2024). Entre los resultados de la investigación, se encontró que existe poca planeación de sus tiempos, no tienen un horario fijo y no incluyen el tiempo estimado que emplearán para estudiar.

¹ Docentes PTC con perfil deseable de la Escuela de Trabajo Social del Instituto Campechano, en Campeche, México. Para contacto en Correos_e: guadalupe.jaimez@instcamp.edu.mx; roxana.pacheco@instcamp.edu.mx; y mariac.ruiz@instcamp.edu.mx

Al indagar sobre la atención en clase, se observó que los estudiantes prestan atención durante éstas, preguntan al docente cuando no entienden algo y toman apuntes.

Palabras clave: *hábitos, técnicas de estudio, nivel superior.*

Antecedentes

Los hábitos son factores poderosos en la vida de las personas. Dado que se trata de pautas consistentes, a menudo inconscientes, que de modo constante y cotidiano expresan el carácter y generan nuestra efectividad o ineffectividad. El hábito requiere de tres elementos para ponerlo en acción: a) el conocimiento, b) las capacidades y c) el deseo (Covey, 2009).

En la actualidad, el tema es de gran relevancia ya que las instituciones de educación superior proponen un nuevo paradigma al desarrollar el conocimiento y las herramientas necesarias para aprovechar la diversidad, la fusión de culturas, la gran cantidad de información disponible y los nuevos aspectos de la ciencia y tecnología buscan descubrir el aporte técnico, por lo que, si los estudiantes no cuentan con una base sólida de hábitos de estudio, esta carencia puede afectar negativamente su formación académica, así como las actividades que realizan en su vida personal y profesional. Najarro (2020, pág. 3) refiere que...

Los hábitos son formas adquiridas de actuar que se presentan automáticamente. El individuo que adquiere un hábito actúa sin necesidad de darse cuenta, de ahí que se haya dicho que no son otra cosa que un reflejo firmemente establecido.

Por tanto, los hábitos de estudio se definen como comportamientos, disposiciones e intereses de los estudiantes frente a sus estudios. Los resultados negativos para los estudiantes son malos para ellos y para la sociedad en su conjunto, ya que profesionales no calificados que se gradúen y no sean aptos para este universo exigente y en constante cambio serán un obstáculo para resolver los problemas universitarios. (Najarro, 2020).

De acuerdo a Ordoñez Cifuentes A., menciona que los hábitos ya sea positivos o negativos, se adquieren por repetición, así mismo, profesionales en la rama de la psicología

aseguran que después de 21 días pasan a ser costumbre. Sin embargo, es más fácil adquirir hábitos negativos y de los que debemos alejarnos para evitar que sean prácticas cotidianas tales como los vicios, las malas costumbres, los antivalores y malos comportamientos que impactan en el desarrollo de los individuos.

Aunque parece difícil, los buenos hábitos no son difíciles de adquirir, ello depende, en gran medida, de romper paradigmas impuestos por nuestro entorno y en ocasiones, por quienes nos rodean; la práctica cotidiana es lo que contribuye para la adquisición de buenos hábitos.

Así pues, los hábitos de estudio, para algunos son difíciles de adquirir, puede incluso pasar mucho tiempo para que un individuo se decida a leer un libro y más si ello implica que es para estudiar; pero al tener un libro, y tomarle el gusto a su contenido, no se ve pasar el tiempo, pasando a segundo lugar actividades como comer, jugar o salir a divertirse.

Contar con hábitos de estudio en la actualidad, es fundamental para lograr el éxito académico ya que no solo se trata de estudiar para aprobar, sino que también es importante contar con hábitos y técnicas de estudio que aseguren el éxito, en donde se pongan en práctica actividades con relación a la lectura, análisis, comprensión e interpretación de información que coadyuve en ampliar los conocimientos y alcanzar el éxito académico.

El ambiente de estudio que elija el estudiante debe ser de preferencia el mismo ya que la asociación de éste influirá de manera positiva en la creación del hábito, sobre todo, por ser un espacio representativo donde se sienta satisfecho y cuente con el confort que necesita para concentrarse y desarrollar sus actividades académicas sin interrupciones; estos lugares pueden ser la habitación o bien un espacio público como la biblioteca (Ordoñez, s/f).

Los hábitos de estudio se definen conceptualmente como el conjunto de elementos internos y externos con que un alumno cuenta o va adquiriendo, lleva a la práctica durante sus estudios que le permiten obtener resultados satisfactorios durante sus cursos. Entre los factores internos que contribuyen en la adquisición de hábitos de estudio están tener acceso a una adecuada alimentación, contar con una buena salud, dormir el tiempo recomendable a la edad

de los sujetos, siendo como mínimo de seis a siete horas de sueño; otro factor importante es la motivación por aprender y adquirir nuevos conocimientos y realizar actividades que favorezcan la concentración. (Ordoñez, s/f)

Los factores externos que influyen en la adquisición de hábitos de estudio son: no contar con un espacio o lugar adecuado para estudiar, considerar el mobiliario apropiado y cómodo, para ello debe sentarse en una posición vertical, no encorvada, ya que esto puede afectar la columna, se deben evitar distractores como televisión, fotos, celular, jugar con el material de trabajo; la iluminación del espacio es otro de los factores externos que si no son elegidos correctamente puede obstaculizar el estudio, contemplar la temperatura ambiental sin caer en la exageración de ésta ya que en caso de no tener un buen clima puede inducir al cansancio o a dormir durante la actividad; la música es a elección de cada estudiante ya que hay quienes prefieren hacerlo sin ella debido a que los distrae durante el tiempo de estudio y por último el horario, es conveniente además del horario de clases contar con un horario personal, y que es estudiante se obligue a cumplirlo en total cabalidad. Se recomienda que el mejor horario para estudiar es al amanecer porque hay un ambiente relajado, el cuerpo está descansado, pero si se elige estudiar en la noche hay que evitar dormirse, hasta terminar el estudio. Considerar estudiar todos los días en el mismo horario. Con estas prácticas se podrá acceder a crear un hábito de estudio. (Ordoñez, s/f)

De acuerdo a un estudio de Torres & Tolosa et al citado en Mondragón (2017 pag. 8) menciona que entre los hábitos de estudio que mejoran el desempeño académico de los estudiantes es la educación superior, destacan los siguientes: administración del tiempo, habilidades cognitivas, tales como la memoria, concentración y la atención; la comprensión de la lectura; los apuntes de clase; la redacción; el concepto de sí mismo; la motivación y la voluntad; las relaciones interpersonales y el trabajo en equipo.

Un estudiante que no atiende durante el desarrollo de la clase, muy seguramente le costará más trabajo aprender, a menos que cuente con cualidades de ser un estudiante

autónomo, lo cual, es muy difícil de darse estos casos. Hay estudiantes que, en ocasiones, aunque se encuentran de manera física en el aula están mentalmente ausentes y no prestan atención ni participan en el proceso educativo. De acuerdo al modelo de Atkinson y Shiffrin la forma de obtener información es a través de la atención, debido a que ello permite la selección, el orden, transformación y colocar la información desde donde es captada hasta el registro sensorial. Por tanto, si se está ausente durante la clase, la memoria a corto plazo retendrá la información menos tiempo de lo habitual generando que ello no ingrese a la memoria a largo plazo debido a que no se asociará a ningún otro tipo de conocimiento previo. (Explorable, 2008-2024)

Prestar atención es necesario para escuchar activamente al docente, seleccionando y reteniendo información importante que posteriormente contribuya en la elaboración de tareas. Es pues la atención del estudiante una herramienta que contribuye a que sea más fácil de ser captada la información cuando el contenido y recursos didácticos empleados por el docente son interesantes ya que está implícito en el proceso de hábitos de estudio la motivación intrínseca. Sin embargo, es posible que algunos estudiantes no sea fácil prestar atención ya que están absortos en sus propios pensamientos y durante la etapa de la adolescencia, los alumnos están interesados en otros temas de su interés como sus transformaciones físicas y emocionales que en adquirir conocimientos relacionados con la historia o las teorías del desarrollo (Fingermann, 2010).

San Feliciano refiere que el modelo de memoria de Atkinson y Shiffrin, está estructurado alrededor de tres almacenes, las cuales son las responsables de procesar la información que recopilamos y guardamos más o menos tiempo en nuestro cerebro. Los almacenes de la memoria están organizados en registros sensoriales, memoria a corto y largo plazo. (2019)

Los registros sensoriales, son los encargados de captar la información que vemos, oímos y tocamos o sentimos; esta información es almacenada en algún espacio del cerebro antes de ser procesada y atendida. La memoria a corto plazo, suele almacenar de entre cinco y nueve

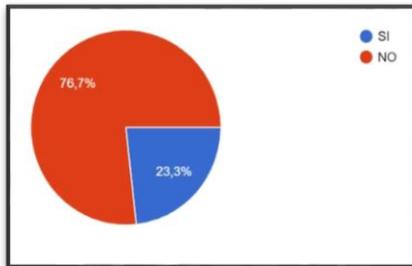
elementos en un tiempo de entre 10 y 20 segundos si no son renovados, la principal función de esta memoria es procesar la información y la memoria a largo plazo es el lugar donde se registran aquellos hechos significativos que pueden ser empleados en un futuro. La diferencia entre el corto y largo plazo es que esta información es almacenada de forma permanente pudiendo ser utilizada como antecedente cuando el individuo la necesite (Sanfeliciano, 2019).

Metodología

La presente investigación se llevó a cabo en las escuelas de Gastronomía y de Trabajo Social del Instituto Campechano, con la participación de 129 estudiantes, de los cuales, 62 cursan la licenciatura en trabajo social y 67 la licenciatura de gastronomía. El estudio que se llevó a cabo es de tipo no experimental, descriptivo, con un enfoque cuantitativo, desarrollado con un método que en un primer momento fue la invitación de los estudiantes de las escuelas de Trabajo Social y de Gastronomía para participar en el estudio, una vez que aceptaron, se procedió a diseñar una muestra no probabilística al azar; y a la aplicación del instrumento conocido como *Cuestionario de Hábitos y Técnicas de Estudio* CHTE (Álvarez & Fernández, 2015), eligiendo únicamente dos de los cuatro aspectos que se evalúan, estos fueron: planificación de estudios y atención en clases. La aplicación fue a través de formularios de Google, una vez respondido el instrumento, se elaboró una base de datos con apoyo de SPSS versión 25, el cual mide resultados en investigaciones cuantitativas y, seguidamente, se procedió a la descripción de resultados y análisis.

Descripción de Resultados

Figura 1 Edad de los estudiantes que participaron

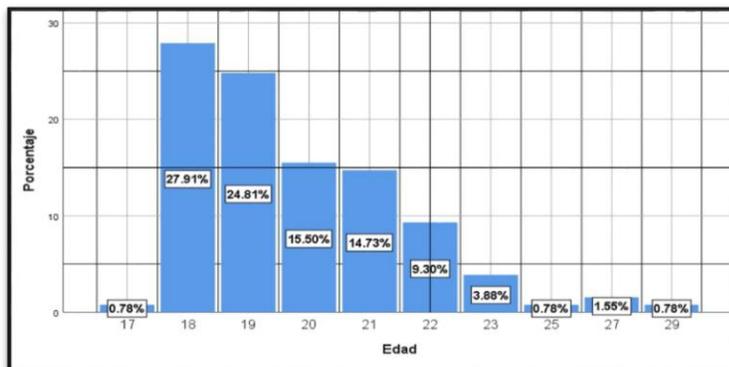


La figura 1 muestra la edad en que se ubican quienes participaron en la investigación sobre hábitos de estudio, observándose que se encuentran entre los 17 y 29 años.

Planificación de Estudios

Figura 2

Horario fijo para estudiar, jugar y descansar.

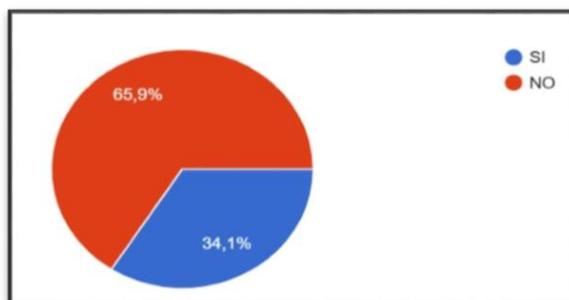


La figura dos, muestra que el 76.7% no tienen un horario fijo para estudiar, jugar y descansar, en comparación con el 23.3% que sí cuentan con ello.

Figura 3

Anotación del tiempo para estudio diario en una planificación.

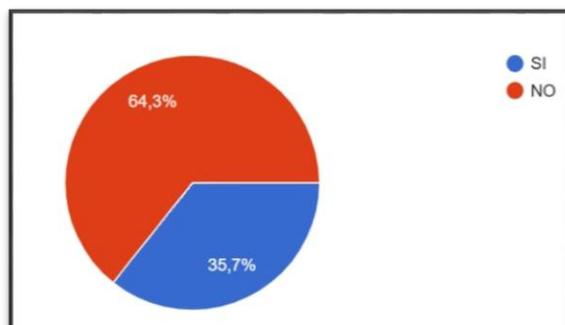
La figura tres indica que el 65.9% no anota el tiempo que debe dedicar a su estudio diario



en una planificación, en tanto que el 34.1% si lo hace.

Figura 4

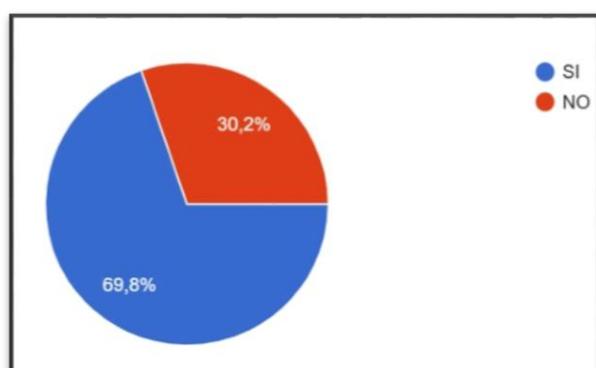
La Planificación incluye el tiempo estimado para el estudio de todas las asignaturas.



Al cuestionar a los estudiantes sobre si incluyen el tiempo estimado en el estudio de todas sus asignaturas, el 64.3% de acuerdo a la figura cuatro refiere que no lo incluyen en la planificación, sin embargo, el 35.7% si lo hace.

Figura 5

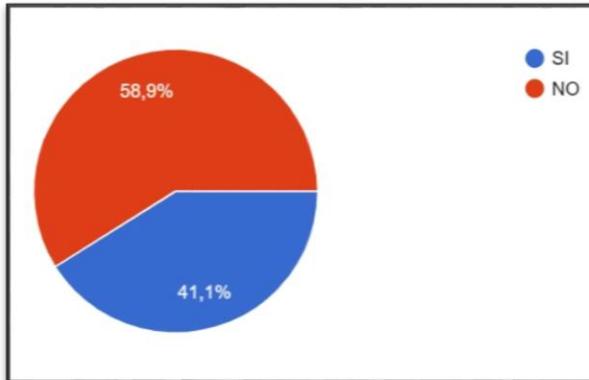
Se incluyen periodos de descanso en la planificación del estudio.



En la figura cinco se observa que el 69.8% de la muestra incluye los períodos de descanso durante su planificación de estudios, en tanto que el 30.2% no lo hace.

Figura 6

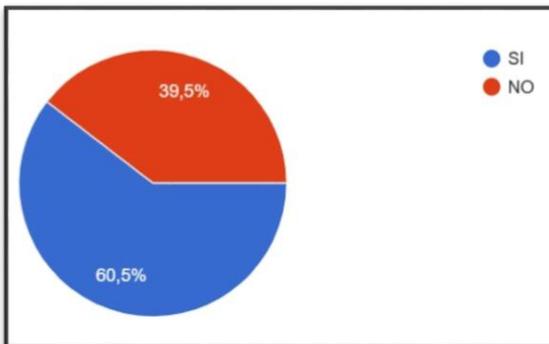
Estudio promedio de cinco horas por semana.



La figura seis demuestra que el 58.9% estudia al menos cinco horas por semana, en tanto que el 41.1% menciona que no realiza esta actividad.

Figura 7

Planificación del trabajo y del tiempo de estudio antes de su realización.



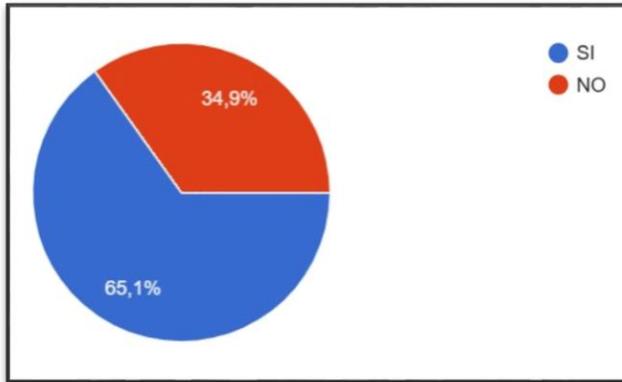
Al cuestionar a los estudiantes con relación a si antes de comenzar a estudiar, determinan su plan de trabajo y el tiempo que van a demorar en realizarlo, la figura siete señala que el 60.5% si lo hacen y el 39.5% no lo precisan.

Figura 8

Organización de los temas de estudio previo a la presentación de los exámenes.

La figura ocho, refiere que el 65.1% parcializan su estudio para no tener que estudiar para

los exámenes el último día y el 34.9% no lo hace.



Atención en clase

Figura 9

Anota las tareas que debe realizar en casa.

Con relación a la atención que los estudiantes prestan en clase, y al cuestionarlos sobre si anotan las tareas que debe realizar en casa, el 93% menciona que si las anota y el 7% no lo hacen.

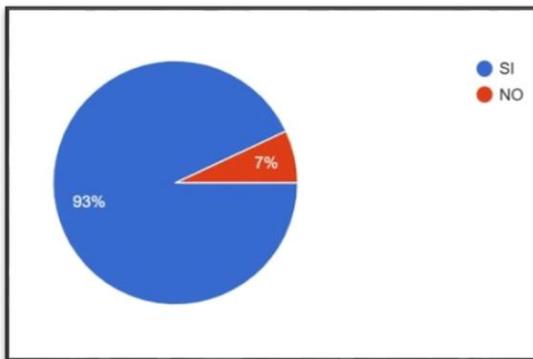
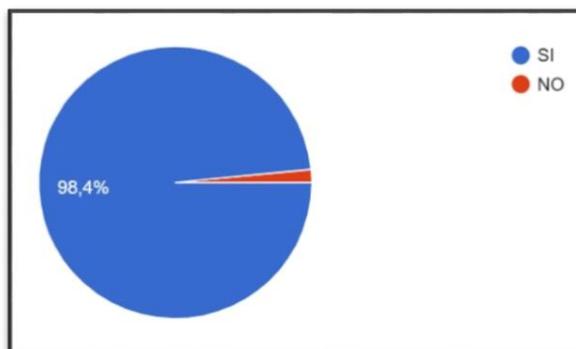


Figura 10

Atiende al profesor tratando de entender todo lo que dice.

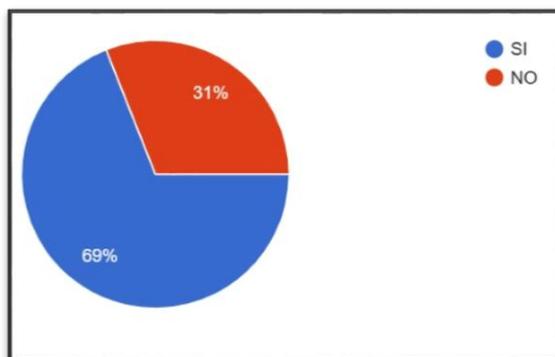
La figura diez cuestiona sobre si atienden al profesor tratando de entender lo que dice,



obteniéndose que el 98.4% si lo cuestiona y el 1.6% no lo hace.

Figura 11

Pregunta cuando hay algo que no entiende.

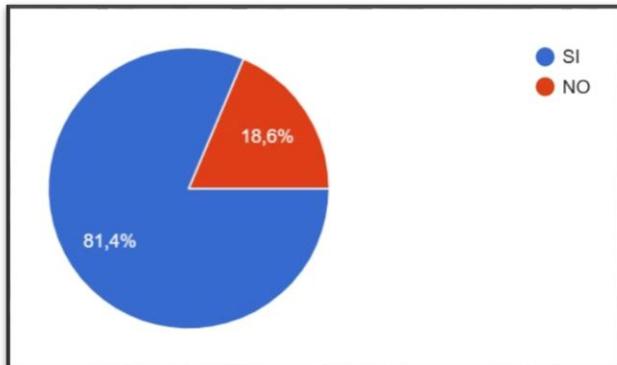


Con relación a la variable sobre cuando el estudiante no entiende, la pregunta 11, demuestra que el 69% si cumplen con esta actividad y el 31% no hace.

lo

Figura 12

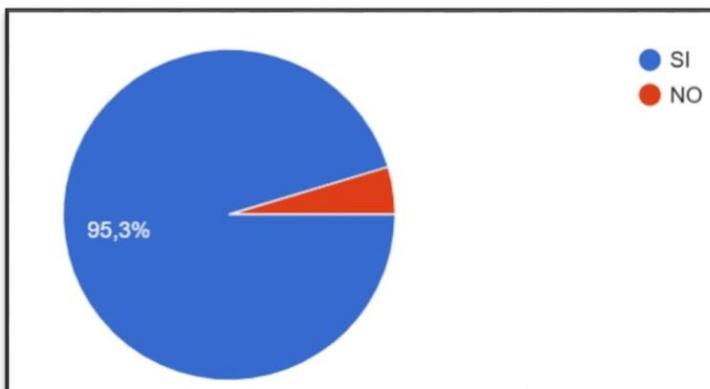
Participa en actividades de grupo en la sala de clases.



En la figura 12, se observa que al cuestionar a los entrevistados sobre si participa en actividades de grupo en la sala de clases, el 81.4% menciona que si y el 18.6% refiere que no.

Figura 13

Toma apuntes de lo que explica el profesor.

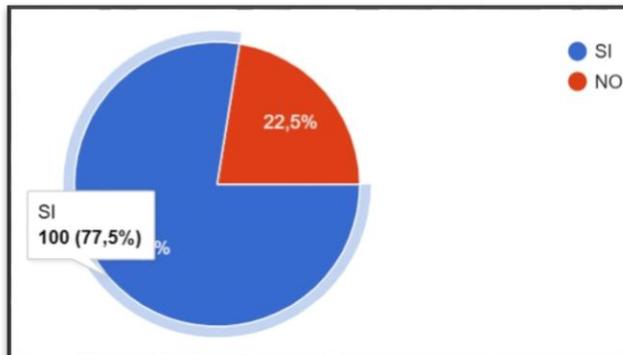


Con relación a si toman apuntes de lo que explica el profesor, de acuerdo a la figura 13, se observa que un 95.3% si lo hace y 4.7% no toman apuntes.

Figura 14

Antes de tomar apuntes, escribe la fecha y título del tema.

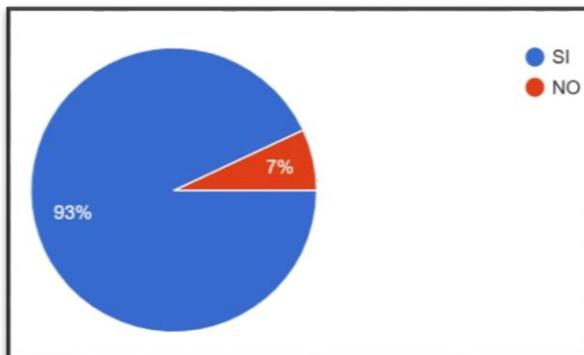
El 77.5% de los entrevistados antes de tomar apuntes, escribe la fecha y título del tema,



en tanto que el 22.5% no lo hace, lo anterior, de acuerdo a la figura 14.

Figura 15

Divides tus apuntes por asignatura.

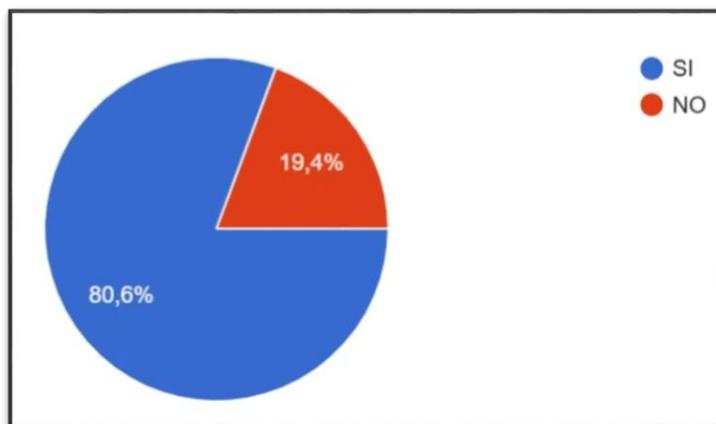


En la figura 15 se observa que el 93% divide sus apuntes por asignatura e tanto que el 7% no lo hace.

Figura 16

Utiliza lapicero porque lo escrito con lápiz puede borrarse.

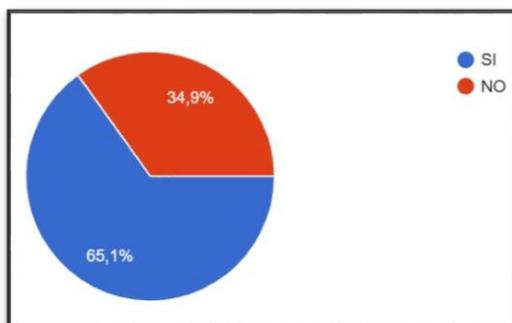
La figura 16 refleja que el 80.6% de los estudiantes utiliza lapicero para escribir y el



19.4% no lo utiliza, empleando para ello lápiz.

Figura 17

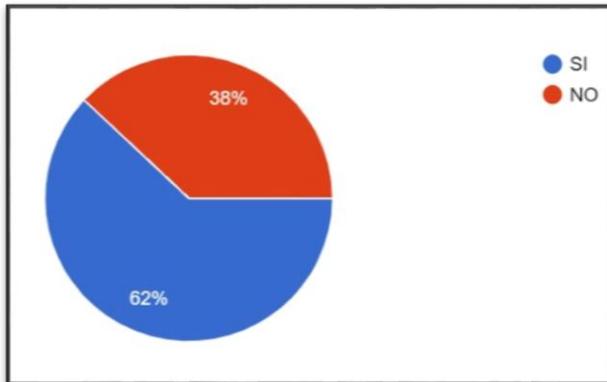
Anota las palabras extrañas y lo que no comprende.



Al cuestionar a los estudiantes sobre si anota las palabras extrañas y lo que no comprende, de acuerdo a la figura 17, el 65.1% menciona que, si lo hace, en tanto que, un 34.9% no las anota.

Figura 18

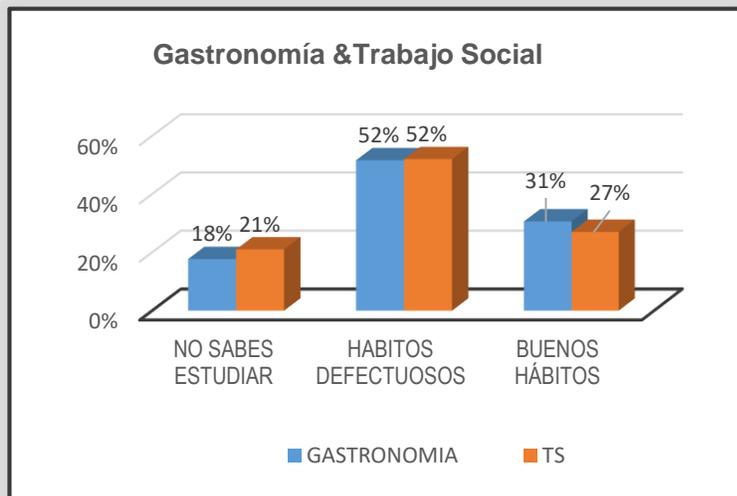
Revisa y completa sus apuntes con otro compañero.



En la figura 18 se observa que el 62% de los estudiantes revisa y completa sus apuntes con otro compañero y un 38% de ellos no realiza esta actividad.

Figura 19

Hábitos de estudio de estudiantes de las escuelas de Gastronomía y Trabajo Social.



Los resultados de la figura 19 muestran cifras similares en sendas escuelas: 18% de alumnos de la Escuela de Gastronomía no saben estudiar ante el 21% de Trabajo Social; el 52% de ambas escuelas tiene hábitos de estudio defectuosos; y finalmente, sólo poseen buenos hábitos el 31% de gastronomía y un 27% de la Escuela de Trabajo Social.

hábitos el 31% de gastronomía y un 27% de la Escuela de Trabajo Social.

Discusión

Los estudiantes que se incorporan a la educación de nivel superior, tienen retos que enfrentar y asimilar, en especial adaptarse a nuevos amigos, nuevas materias y una disciplina rigurosa en los estudios y el trabajo académico, aunado a esto capacidades, habilidades y conocimientos nuevos que enfrentar, es así como métodos, técnicas y hábitos de estudios que sean eficaces mientras poseen su formación.

En este sentido, Mondragón, Cardoso, & Bobadilla, (2017, p. 8), mencionan que, en la educación superior, entre los hábitos de estudio que mejoran el desempeño académico de los estudiantes destacan los siguientes: administración del tiempo, habilidades cognitivas, tales como la memoria, concentración y la atención; la comprensión de la lectura; los apuntes de clase; la redacción; el concepto de sí mismo; la motivación y la voluntad; las relaciones interpersonales y el trabajo en equipo.

En el mejoramiento del desempeño académico, los alumnos de Trabajo Social y de Gastronomía estudian al último momento, olvidan lo que estudian, no elaboran resúmenes, aunque un buen porcentaje presta atención en clase y anota las tareas por realizar, a través de tomar notas o apuntes, escribir e investigar las palabras que no comprenden y participar en clases; aunque estos alumnos no cuentan con un horario fijo, para planificar el momento del estudio, por lo que la situación de un 70% de estudiantes en ambas escuelas tiene hábitos de estudio defectuosos y solo un 30% de ellos cuentan con buenas rutinas.

Conclusiones

Considerando que el objetivo fue identificar los hábitos de estudio y la atención en clase de los estudiantes de las escuelas de Gastronomía y Trabajo Social del Instituto Campechano, mediante la aplicación de un instrumento, en tono a la planificación de los estudios y la atención en clase, se concluyó que un alto porcentaje de los estudiantes no le dan importancia a la planificación de sus tiempos y horarios

para estudiar así como tampoco elaboran un plan de trabajo y el tiempo que han de dedicar a sus estudios. Se determina que los estudiantes tienen conocimiento de la importancia de los hábitos de estudio, pero la mayoría de los entrevistados no se organizan adecuadamente ni cuentan con técnicas propias para estudiar.

Asimismo, es satisfactorio observar que los estudiantes prestan atención en clase a los docentes anotando las tareas a realizar, tomando notas o apuntes, escribiendo e investigando las palabras que no comprenden y participando en clases. Sin embargo, existe la situación que un 70% de los estudiantes en ambas escuelas tienen hábitos defectuosos de estudio y solo un 30% de ellos cuentan con buenos hábitos.

Surge entonces la necesidad de diseñar estrategias que contribuyan en la adquisición de hábitos de estudio, para ello se analiza la propuesta de llevar a la práctica actividades de sensibilización donde los estudiantes adquieran la rutina, dándose a la tarea de realizar la planificación de sus actividades considerando el tiempo de estudio, repetir estas acciones durante 21 días, que elijan un espacio adecuado, horarios de estudio, así como la motivación y despertar el interés por leer, tal como lo proponen Ordoñez (s/f) y Mondragón (2017).

Referencias

- Álvarez, M., & Fernández, R. (2015). *CHTE Cuestionario de técnicas y hábitos de estudio*. (5ta revisa y ampliada ed.). Madrid, España.: TEA Ediciones.
https://web.teaediciones.com/Ejemplos/CHTE-Manual-2015_extracto.pdf
- Covey, S. R. (2009). *Los siete hábitos de la gente altamente efectiva* (Revisada y actualizada por SEAN COVEY ed.). Ed. Paidós. [7_habitos_de_la_gente_efectiva-libre.pdf](https://www.cloudfront.net/d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/7_habitos_de_la_gente_efectiva-libre.pdf)
- Explorable. (2008-2024). *El Modelo de Atkinson y Shiffrin*. <https://explorable.com/es/el-modelo-de-atkinson-y-shiffrin#:~:text=El%20modelo%20de%20Atkinson%2DShiffrin,de%20durar%20toda%20la%20vida.>
- Fingermann, H. (27 de agosto de 2010). *Educación*.
<https://educacion.laguia2000.com/estrategias-didacticas/la-atencion-en-clase>
- Mondragón Albarrán, C. M., Cardoso Jiménez, D., & Bobadilla Beltrán, S. (17 de diciembre de 2017). Hábitos de estudio y rendimiento académico. Caso estudiantes de la licenciatura en Administración de la Unidad Académica Profesional Tejupilco, 2016. *Revista Iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*, 8(15), 25. doi:DOI: 10.23913/ride.v8i15.315
- Mondragón, A. C., Cardoso, J. D., & Bobadilla, B. S. (2017). Hábitos de estudio y rendimiento académico. Caso estudiantes de la licenciatura en Administración de la Unidad Académica Profesional, Tejupilco 2016. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*. , 25.

Najarro, J. (2020). *Hábitos de estudio y su relación con el rendimiento académico de los estudiantes del segundo año de la Escuela Profesional de Medicina de la Universidad Nacional de San Marcos, Perú*. San Marcos, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. scielo.sld.cu/pdf/rc/v16n77/1990-8644-rc-16-77-354.pdf

Ordoñez, A. (s/f). *Técnicas y hábitos e estudio*. DOCPLAYER: <https://docplayer.es/14376748-Habitos-de-estudio-lic-alvaro-ordonez-cifuentes-1-introduccion.html>

QuestionPro. (2024). *¿Qué es SPSS?* QuestionPro. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/que-es-spss.html#:~:text=SPSS%20es%20un%20software%20popular,texto%20entre%20otros%20formatos%20m%C3%A1s>.

Ruiz Mitjana, L. (19 de marzo de 2019). *Psicología y mente*. <https://psicologiaymente.com/psicologia/teoria-expectativa-valor-atkinson>

San-Feliciano, A. (18 de julio de 2019). *El modelo de memoria de Atkinson y Shiffrin*. Obtenido de <https://lamenteesmaravillosa.com/el-modelo-de-memoria-de-atkinson-y-shiffrin/#SnippetTab>

Divulgación Académica del Instituto Campechano en las Redes Sociales

**Suri Teresa Arcos Horta.¹
María Enock Sánchez Aguilar
Ana Isabel Mijangos Cortés**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

¹ Alumna y docentes PTC y de Asignatura respectivamente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del Instituto Campechano. Correos_e suri.arcos04@gmail.com; maria.sanchez.aguilar@instcamp.edu.mx; ana.mijangos@instcamp.edu.mx

Divulgación Académica del Instituto Campechano en las Redes Sociales

*Suri Teresa Arcos Horta.¹
María Enoch Sánchez Aguilar
Ana Isabel Mijangos Cortés*

Resumen

La investigación tiene el propósito de generar un análisis para conocer la difusión en las redes sociales sobre el trabajo de investigadores y profesionales pertenecientes al Instituto Campechano (IC). Considerando que la comunidad universitaria (cuerpos académicos y estudiantiles) no es informada adecuadamente sobre los temas de expertos al público, y teniendo en cuenta que su identidad dentro de la institución no está siendo reforzada. Para este estudio se aplicó una metodología cualitativa, con un sondeo entre los involucrados y un monitoreo en las redes sociales, a fin de evaluar la presencia de contenidos académicos vinculados a la divulgación. Las entrevistas a los cuerpos académicos proporcionaron información de su percepción sobre la difusión de los trabajos; y la encuesta al alumnado buscó comprobar su conocimiento sobre los trabajos académicos. Como resultado en lo general, se observó una discrepancia, entre la percepción de la comunidad académica que considera eficientes las redes sociales en la difusión de los trabajos; y la de los cuerpos estudiantiles que mostraron desinformación y/o desconocimiento. Además, el análisis de contenido del monitoreo a las redes sociales que indica la carencia de la divulgación académica. En conclusión, los resultados de la hipótesis nula comprobaron falta de visibilidad de los trabajos e investigaciones académicas en las redes sociales del *Benemérito Instituto Campechano*, afectando el fortalecimiento de la identidad de la comunidad universitaria.

Palabras clave: Redes sociales, divulgación académica, investigación, enseñanza, aprendizaje.

¹ Alumna y docentes PTC y de Asignatura respectivamente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del Instituto Campechano. Correos_e.suri.arcos04@gmail.com; maria.sanchez.aguilar@instcamp.edu.mx; ana.mijangos@instcamp.edu.mx

Introducción

La divulgación en las redes sociales de los trabajos e investigaciones académicas es fundamental para la identidad educativa. Si las investigaciones no se difunden a la comunidad universitaria, no estarán informados de lo que acontece de manera interna y externa en el Instituto Campechano. Es conveniente que los departamentos den a conocer su trabajo, desde la documentación como artículos e investigaciones, hasta los eventos y actividades que realizan para la divulgación académica como: congresos, conferencias, simposio, coloquio, foro, etcétera. La comunidad universitaria, que atañe a los directivos, docentes y estudiantes; están inmersos en el uso de las redes sociales como: Facebook, Instagram y Twitter, algunas redes con mayor influencia y popularidad, pero conocida y usada por la gran mayoría.

Tener la atención e interés de las nuevas generaciones, exige cada vez más innovación y creatividad, los canales tradicionalmente implementados son una opción de refuerzo para comunicar y solo funcionan en determinados contextos como las zonas rurales. En la actualidad, las redes sociales son el principal canal comunicativo. Se suele creer que redactar en un medio tradicional es lo mismo que redactar en uno digital y con eso “hay adaptación” pero no, si los medios son distintos los métodos también.

Las redes sociales que utiliza el Instituto Campechano y el escaso contenido que hacen referente a los trabajos e investigaciones académicas, se puede percibir que no cuentan con una estrategia, ya que los textos suelen ser extensos, tiene un vocabulario con tecnicismos y no permiten que la información sea comprensible para todo el público, es decir, el Instituto Campechano no está considerando la divulgación adecuada de los trabajos e investigaciones académicas en las redes sociales.

Es importante que los investigadores de nuestra alma máter estén a la vanguardia, esto trae como beneficios una mejor identidad, que hace referencia a la conexión emocional del Instituto Campechano con la comunidad universitaria. La visibilidad de la divulgación académica

en redes sociales, hará más eficaz el informar y agilizará la comunicación, al mismo tiempo que se valorará el trabajo realizado por los profesionales y será de utilidad para la academia.

Los problemas se tienen que solucionar de raíz, para mejorar la divulgación de los trabajos e investigaciones académicas, es necesario entender el porqué es importante adaptarse a las redes sociales y tener una gestión adecuada en los usos. Contar con estrategias de contenido, publicación, horario, etcétera. Es imprescindible para tener la atención de la comunidad universitaria, que estén atraídos por la divulgación académica, pero que también, se sientan valorados por la institución.

Para analizar que el Instituto Campechano emplea estrategias adecuadas en las redes sociales, solo se requiere la disponibilidad de una muestra de toda la población de estudiantes, docentes y directivos de los departamentos; primero para saber qué investigaciones y nuevos proyectos se están realizando y segundo para indagar qué tanto conocimiento tiene sobre la divulgación académica. Así mismo, se necesita seguir las redes sociales con las que cuenta el Instituto Campechano.

Actualmente, la investigación es viable porque se cuenta con los recursos materiales y humanos para desarrollarla, al mismo tiempo que otorga nuevos conocimientos en gestión de redes sociales y deja como antecedente una premisa para divulgar los trabajos e investigaciones de manera creativa.

Hipótesis nula: La comunidad universitaria no se entera de los trabajos e investigaciones académicas debido a la falta de divulgación en las redes sociales del Instituto Campechano, considerando las siguientes variables:

VI: Trabajos e investigaciones académicas

VD: Divulgación en redes sociales

El esfuerzo y trabajo de los expertos debe ser valorado y conocido por la comunidad universitaria, reforzando sus conocimientos, mejorando su identidad dentro de la institución y, sobre todo, que los proyectos logren el objetivo de educar.

Por tal motivo surge la siguiente pregunta de investigación: *¿Cuál es la importancia de que las redes sociales que utiliza el Instituto Campechano (Facebook, Instagram y twitter), divulguen de manera adecuada los trabajos e investigaciones académicas?*

Objetivo General: Analizar las redes sociales: *Facebook, Instagram y Twitter* que utiliza el IC, para conocer si divulgan de manera adecuada los trabajos e investigaciones académicas.

Objetivos Específicos:

- Argumentar por qué es importante divulgar los trabajos e investigaciones académicas del IC de manera adecuada en las redes sociales: *Facebook, Instagram y Twitter*.
- Investigar cómo se divulgan los trabajos de investigaciones académicas del IC en las redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter.

Metodología

La metodología de investigación que se aplicó es cualitativa en una muestra que involucra a 66 estudiantes y 9 trabajadores del Instituto Campechano, así como a las redes sociales que emplea la institución. Se utiliza un enfoque explicativo para demostrar la falta de presencia de divulgación académica en las redes sociales del Instituto. La investigación es prospectiva, transversal, descriptiva y no experimental.

Población y muestra: La población incluye a toda la comunidad universitaria del Instituto Campechano, con 1,941 estudiantes y 423 trabajadores. La muestra se selecciona mediante un muestreo aleatorio simple para estudiantes y una muestra de expertos para trabajadores, lo que resulta en 66 estudiantes encuestados y un grupo selecto de 9 trabajadores entrevistados.

Instrumentos de recolección de datos: Se utilizan entrevistas estructuradas por correo electrónico para los trabajadores y encuestas para los estudiantes. Además, se analizan los contenidos que difunde el IC a través de las redes sociales.

Análisis de datos: Se utiliza un enfoque cualitativo para interpretar los resultados de las entrevistas y encuestas, así como para el análisis de contenido de las redes sociales. Se emplean herramientas como Excel y Google Form para gestionar y analizar los datos.

Cruce de información y conclusiones: Se realiza un cruce de información entre los resultados de las entrevistas, encuestas y análisis de redes sociales para argumentar la importancia estratégica de la divulgación académica en las redes del Instituto Campechano.

Desarrollo

Concepto de Divulgación Académica

Según la Real Academia Española (RAE, 2019), la palabra “divulgación” proviene del latín “divulgāre”, que significa; publicar, extender, poner al alcance del público algo. En este sentido, la divulgación consiste en dar a conocer lo que se realiza de manera académica en el Instituto Campechano.

En ese mismo contexto, la visibilidad de la divulgación académica del Instituto Campechano, como indica la definición de la RAE debe ser tratada como el alcance de una información al público, con la finalidad de reforzar las misiones y deberes de los individuos como parte de la institución.

Comunicación Verbal para la Visibilidad de la Divulgación Académica

Parte fundamental de la visibilidad de la divulgación académica, se da mediante los eventos realizado por las instituciones, la Universidad Tecnológica de Pereira (UTP, 2024), lo define como “actividades institucionales, científicas y culturales, que están a cargo de un grupo de especialistas o “expertos”, que promueven la reflexión, socialización o divulgación de diferentes temáticas”; y las clasifica de la siguiente manera:

- **Coloquio:** Se utiliza para hacer referencia a un tipo de reunión o encuentro más o menos formal en el cual las personas que se reúnen lo hacen para hablar o debatir sobre alguna temática específica, probablemente determinada con anterioridad.
- **Foro:** Constituyen espacios de interacción de forma asincrónica entre los participantes de un curso (estudiantes y docente), en el cual se promueven discusiones sobre una o varias temáticas, siendo el tutor el mediador o moderador del mismo, el debate en el foro se hace de forma informal con una amplia libertad para la exposición de ideas, con un tiempo controlado.
- **Congreso:** Son actividades académicas de corta duración, dirigidas por un grupo de especialistas o “expertos”, que promueven la reflexión, generación, socialización o consolidación de conocimientos sobre un tema de interés común para los participantes.
- **Conferencia:** Su finalidad es tratar o examinar temas que contribuyan a desarrollar o fortalecer competencias para trabajar en diversas áreas del conocimiento mediante la actualización permanente.
- **Simposio:** Consiste en reunir un grupo de personas capacitadas sobre un tema, especialistas o expertos donde se analizan nuevos aportes científicos y tecnológicos bajo la modalidad de ponencias sustentadas en investigaciones originales.
- **Otros:** Jornadas, encuentros, cátedras, entre otras; se desarrollan en el marco de la oferta de la Universidad, cuya metodología e intensidad horaria será definida por la dependencia que lo autorice.

Por otra parte, García, N (2019), define a la comunicación verbal escrita como los medios escritos que se pueden generar por formatos impresos y/o digitales, para ejemplificar menciona las siguientes: Cartas, memorándums, circulares, memorias, actas, contratos, reglamentos, manuales. Los medios escritos tradicionales como los boletines, manuales, revistas se pueden

adaptar a los medios digitales, sin embargo, los medios como las páginas webs o blogs, no se pueden adaptar a los medios tradicionales. Con esto, se sustenta que el Instituto Campechano, cuenta con excelentes medios escritos tradicionales para la visibilidad de la divulgación académica, sin embargo, es necesario que se adapten a los medios digitales con estrategias para el alcance del público, poniendo como prioridad las redes sociales.

Teoría Implementada

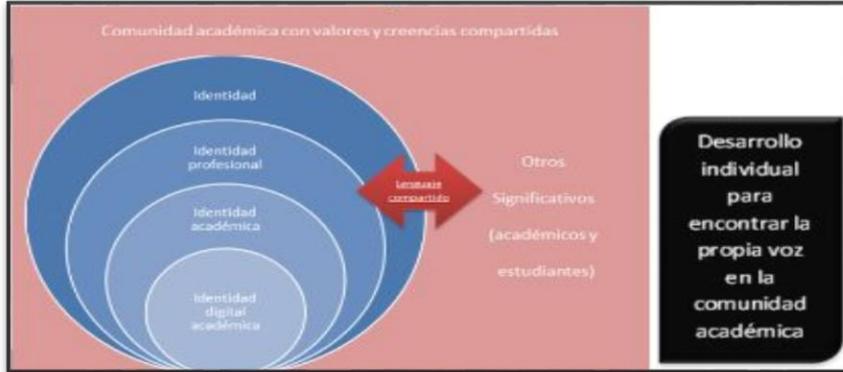
La identidad digital y las redes sociales académicas hacen alusión al término identidad digital, que aparece en la década de los 1990's...

cuando comenzaron a utilizarse los ordenadores personales. Internet, redes sociales y dispositivos móviles aportaron la posibilidad de conexiones y relaciones, que permiten su construcción en forma socializada, colaborativa y ubicua. En esos espacios es posible encontrar aspectos decisivos para su formación, tales como influencia, reputación y visibilidad". (Grotz, 2020)

Por su parte, Bolívar Ruano (2014, p. 391) sostiene: "En la sociedad del conocimiento, cada uno se convierte en un trabajador del conocimiento, que se difunde en red, lo que reconfigura el papel de las universidades." (Ruano, B. 2014 como se citó en Grotz, S. 2020 p.94).

La identidad académica incluye la actividad docente y la actividad como investigador, tal como se observa en la Figura 1.

Figura 1. Dinámica de la identidad. Adaptado de Schulze (2014) citado en Grotz, S. (2020 p.95)



Resultados

Como parte de las entrevistas realizadas a tres maestras se obtuvieron los siguientes resultados:

Todas las maestras entrevistadas son investigadoras y llevan entre 2 y 20 años en esta labor; y expresaron que los principales canales de difusión que emplean para dar a conocer sus investigaciones son las revistas y las redes sociales.

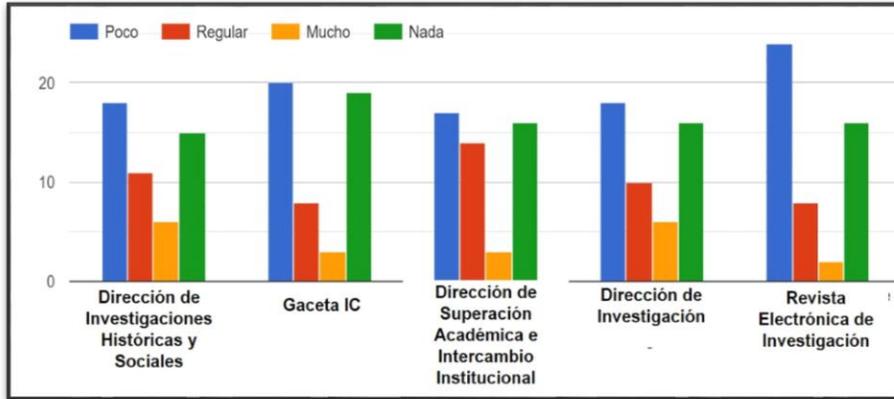
Así mismo, coincidieron en que las redes sociales del I.C. manejan contenidos adecuados a la institución educativa, sin embargo, expresaron que sus investigaciones no han sido publicadas en las redes sociales que utiliza la institución o de forma esporádica, es decir una o dos veces y propusieron que sería una buena opción realizar esta práctica.

Entre las propuestas de las entrevistadas que más destacaron para el uso institucional de las redes sociales, se encuentran generar más contenido sobre las investigaciones y realizar una gaceta en las redes sociales sobre las investigaciones, ya que que esto podría mejorar la difusión de las investigaciones, fortaleciendo la imagen del Instituto Campechano.

Por otra parte, se realizó una encuesta a 66 estudiantes respecto a la argumentación de la importancia de la divulgación académica en las redes sociales que emplea el Instituto Campechano, cuyos resultados fueron los siguientes:

Figura 2. Conocimiento de las áreas del I.C. vinculadas a la investigación académica.

De los 66 estudiantes 18 expresaron que conocen poco el área de investigaciones



históricas, 15 indicaron que

no lo conocen para nada, 11

afirman que de manera

regular y solo 6 alumnos

dicen que la conocen mucho;

en cuanto a la superación

académica e intercambio

institucional, 17 estudiantes indicaron que la conocen poco, 16 dijeron que nada, 14 respondieron

que la conocen de manera regular y sólo 3 alumnos afirman conocerla mucho; y referente al área

de investigaciones es conocida poco por 18 estudiantes, 16 afirman que no conocen nada, 10

indican que conocen regular, y 6 respondieron que mucho.

Acerca de la Gaceta del Instituto Campechano es poco conocida por 20 estudiantes, 19

afirman no conocer nada de ésta, 8 respondieron que de manera regular y sólo 3 seleccionaron

que la conocen mucho; y respecto a la Revista Electrónica de Investigación, 24 encuestados

respondieron que poco la conocen, 16 indicaron que nada, 8 de manera regular y 2 mucho.

Con el propósito de responder al objetivo específico número dos que consiste en investigar las páginas del Instituto Campechano en las redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram, a fin saber si se cuenta con estrategias para la visibilidad de la divulgación académica. Se realizó el siguiente análisis de contenido:

Conclusiones

De manera general, se observa una ligera discrepancia entre los resultados de entrevista de los directivos e investigadores, comparando la percepción de los estudiantes y el análisis de las publicaciones del Instituto

TABLA 1: RESUMEN DE ANÁLISIS DE REDES SOCIALES DEL IC ARCOS S. (2023)

CANAL	NOMBRE DE USUARIO	VERIFICADO	PUBLICACIONES	MEJOR CONTENIDO	PUBLICACIÓN SOBRE DIVULGACIÓN ACADÉMICA
Facebook	Instituto Campechano	No	77	487 reacciones y 137 comentarios. El nuevo nombramiento del Secretario fue el contenido destacado	Dos transmisiones en vivo del Congreso Nacional Anual "Mirada hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible" Un diálogo con la gente de cine, cultura y academia. Fotografía de los alumnos del séptimo semestre de la licenciatura en Turismo que realizaron el proyecto "The Koshu Road." Fotografía de la conferencia magistral "La violencia y sus efectos en la salud mental"
Instagram	Instituto Campechano	No	30	No tuvo contenido destacado	
Twitter	Instituto Campechano	No	31	No tuvo contenido destacado	

Campechano en las redes sociales. Mientras que los primeros consideran que los canales son eficientes y que las redes sociales sí dan a conocer su trabajo, los segundos parecen estar insatisfechos con la cantidad y la calidad de la información que reciben a través de estos medios. Además, el análisis de las publicaciones en las redes sociales indica que hay una falta de frecuencia de publicaciones y de interacción con los usuarios, lo que afecta negativamente la difusión de la divulgación académica. En conclusión, el análisis de la divulgación académica del Instituto Campechano en las redes sociales reveló que existe una falta de planificación y de frecuencia en la difusión. Es importante que se establezca una estrategia de comunicación digital que permita una gestión efectiva de las redes sociales y una mayor interacción con los usuarios. De esta manera, se podrá promover una mayor visibilidad de la divulgación académica y se

logrará que los trabajos y proyectos de los estudiantes y profesionales del Instituto Campechano sean conocidos y valorados.

En este sentido, es importante tener en cuenta que los estudiantes son uno de los principales públicos objetivos de la institución y que su percepción y satisfacción son fundamentales para el éxito de las estrategias de comunicación. Es necesario escuchar y atender sus necesidades y expectativas, así como implementar acciones que mejoren la calidad y la cantidad de la información que se comparte a través de los canales de comunicación existentes.

Recomendaciones Finales

Tomando en cuenta los resultados obtenidos en el análisis de la encuesta, entrevista y el análisis de las redes sociales del Instituto Campechano, se pueden hacer las siguientes recomendaciones:

- Crear una estrategia de comunicación digital para la divulgación académica del Instituto Campechano y el establecimiento de procesos en redes sociales que contemplen la planificación de contenidos con una frecuencia adecuada en la promoción académica.
- Asignar responsabilidades claras a las distintas áreas de la estructura orgánica del IC, para la gestión de las redes sociales y el establecimiento de protocolos de actuación que garanticen la difusión de contenidos de calidad de forma efectiva.
- Mejorar la interacción del Instituto Campechano en las redes sociales con los usuarios, para promover la divulgación académica.
- Responder las preguntas de los usuarios, interactuar con ellos y crear contenidos que involucren a la comunidad universitaria.

- Verifique las cuentas del IC en las redes sociales para garantizar su autenticidad y confiabilidad.
- Promover una mayor visibilidad de la divulgación académica mediante la creación de contenido que resalte los trabajos y proyectos de los estudiantes y profesionales del Instituto Campechano.

Referencias

García, N. (2019). 33 Tipos de Comunicación que existen y sus características (Ejemplos).

<https://nagoregarciasanz.com/tipos-de-comunicacion-caracteristicas/#comunicacionverbal-y-no-verbal>

Grotz, S. (2020). Identidad digital y redes sociales académicas. (U. d. Belgrano, Ed.)

Perspectivas: Revista Científica de la Universidad de Belgrano, V 3, Nª 2, Sección Notas, p.p. 88-105.

<https://revistas.ub.edu.ar/index.php/Perspectivas/article/view/111/110>

RAE. (2019). *Diccionario de la Lengua Española*. Real Academia Española:

<https://www.rae.es/drae2001/divulgar>

UTP. (2024). Eventos de Divulgación Académica y Científica. Universidad Tecnológica de

Pereira: <https://vicerrectorias.utp.edu.co/viie/eventos-de-divulgacion-academica-y-cientifica/#header>

Fuentes Documentales

Bahillo, L. (diciembre, 2022). Historia de internet: cómo nació y cuál fue su evolución.

<https://marketing4ecommerce.mx/historia-de-internet/>

Berlanga, L. (Julio, 2022). Qué es Facebook, cómo funciona y qué te puede aportar esta red

social. <https://www.ciudadano2cero.com/que-es-facebook/>

- Carillo, C. (2018). Análisis de Contenido de Redes Sociales de Pequeñas y Medianas Empresas del Sector Turístico (Trabajo final de máster estrategia y creatividad digital). https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2019/234927/TFM_Cecilia_Carrillo.pdf
- Castaño, V. (2021). *Informarse es cuidarse: creando contenido para el correcto manejo de la Disfunción Neurogénica del Tracto Urinario Inferior*. (Tesis de grado, Universidad de Antioquia, Medellín). https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/23245/4/CastañoValentina_2021_ManejoDisfuncionNeurogenica.pdf
- Chalapud, D. (2022). Evolución de la prospectiva estratégica: un análisis bibliométrico. *Revista Humanismo y Sociedad*. Págs. 15. <https://doi.org/10.22209/rhs.v10n2a01>
- Corchuelo, C. (2018). Visibilidad científica y académica en la web 2.0. Información, Cultura y Sociedad. Centro de Tecnologías para la Academia (CTA), Universidad de La Sabana, Colombia. <https://doi.org/10.34096/ics.i38.3724>
- Correduría Inteligente. (septiembre, 2021). Redes Sociales, definición y características. <https://www.mpmsoftware.com/latam/blog/redes-sociales-definicion-y-caracteristicaslatam/>
- Delgado, I. (2018). *Las universidades como empresas de comunicación: análisis de los procesos de información*. (Tesis Doctoral Universidad Complutense de Madrid). <https://eprints.ucm.es/id/eprint/49332/1/T40247.pdf>
- Editorial Etecé. (2021, Julio). Canal de comunicación. <https://concepto.de/canal-de-comunicacion/>
- Editorial Etecé. (2021, Julio). Redes sociales. <https://concepto.de/redes-sociales/>
- Escobar, J. y Rincón A. (2018). La divulgación científica y sus modelos comunicativos: Algunas reflexiones teóricas para la enseñanza de las ciencias. 10 (1) Págs. 20. <https://doi.org/10.21501/22161201.3062>

García, N. (2019, Abril). 33 Tipos de comunicación que existen y sus características (ejemplos).

<https://nagoregarciasanz.com/tipos-de-comunicacion-caracteristicas/#comunicacionverbal-y-no-verbal>

Gamboa, M. (2017). Estadística aplicada a la investigación educativa. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores. Segunda edición.*

<https://dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/articulo/view/427/443>

Guerrero, C. (2017). Uso de las redes sociales en las revistas científicas de la universidad de los Andes Venezuela, 8 (1) 32-52 DOI: <https://doi.org/10.15517/eci.v8i1.28104>

Grotz, S. (2020). Identidad digital y redes sociales académicas. Universidad de Belgrano *Perspectivas: Revista Científica de la Universidad de Belgrano, V 3, Nª 2, Sección Notas, p.p. 88-105.*

<https://revistas.ub.edu.ar/index.php/Perspectivas/article/view/111/110>

Hernández & Mendoza. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* Editorial Mc Graw Hill. México.

Hernández, C. y Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Alerta Revista Científica del Instituto Nacional de Salud. 2. Primera edición. Págs. 5.*

<https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>

Hera, C. (2022, Junio). Historias de las redes sociales: Cómo nacieron y cuál fue su evolución.

<https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>

Herrera, J. (2022). La divulgación del conocimiento: entre el saber y saber expresarlo. 8 (1) Págs. 6. <http://eduneuro.com/revista/index.php/revistaneuronum/article/view/377/457>

Instituto Campechano. (2021). Tercer informe de actividades.

https://web.instcamp.edu.mx/files/2022/02/informe_2021.pdf

- Martínez, C. (2018). Uso de redes sociales en las revistas científicas de la Universidad de Los Andes, Venezuela. *e-Ciencias de la información*. Págs. 21. Volumen 8. Universidad de Costa Rica. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/eci/v8n1/1659-4142-eci-8-01-32.pdf>
- Parejo, M. y Vivas, A. (2017). Sinopsis de la divulgación científica: estructuras y prácticas en las universidades. Págs. 224. <https://latam.casadellibro.com/libro-la-divulgacion-cientifica-estructuras-y-practicasen-las-universidades/9788497843133/5552571>
- Pinto, N. et al (2019). Manual de gestión y buenas prácticas en redes sociales. <https://www.javeriana.edu.co/documents/15838/10881174/2>
- QuestionPro. (s,f). Tamaño de muestra. <https://www.questionpro.com/es/tamaño-de-la-muestra.html>
- RAE (2020). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/>; <https://dle.rae.es/propagar>
- Ramos, J. y Valverde, K. (2019). *El aporte del lenguaje audiovisual a la divulgación de las investigaciones académicas en la UNSAAC*. (Tesis licenciatura, Cusco Perú). <http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/4674/253T20190638>
- Rivero, J. (2019). Todas las características de las redes sociales. https://neetwork.com/caracteristicas-de-lasredessociales/#Caracteristicas_de_las_redes_sociales
- Romero C. (2018). *Las universidades como empresas de comunicación*. (Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid). <https://eprints.ucm.es/id/eprint/49332/1/T40247.pdf>
- Soto, J. (2020, agosto). ¿Qué es Instagram y para qué sirve? <https://www.geeknetic.es/Instagram/que-es-y-para-que-sirve>
- UTP. (2024). Eventos de Divulgación Académica y Científica. Universidad Tecnológica de Pereira: <https://vicerrectorias.utp.edu.co/viie/eventos-de-divulgacion-academica-y-cientifica/#header>

Webempresa (2018, marzo). ¿Qué es Twitter? ¿Cómo funciona? ¿Cómo puedo usarlo para mi organización? https://www.webempresa.com/blog/que-es-twitter-como-funciona2.html#Que_es_twitte

Estudio Diagnóstico para Fortalecer la Comunicación Organizacional en la Empresa CampecheNetwork.

**Anahí Mijangos Yah¹
María Enock Sánchez Aguilar
Ana Isabel Mijangos Cortés**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación
del Instituto Campechano.**

¹ Alumna y Docentes PTC y de asignatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del Instituto Campechano.
Contacto: misocreatormx@gmail.com; maria.sanchez.aguilar@instcamp.edu.mx; &
ana.mijangos@instcamp.edu.mx;

Estudio Diagnóstico para Fortalecer la Comunicación Organizacional en la Empresa CampecheNetwork.

Anahí Mijangos Yah¹
María Enoch Sánchez Aguilar
Ana Isabel Mijangos Cortés

Resumen

El tema que aborda el presente estudio hace referencia al problema que se detectó en el corporativo *Campechenetwork*, acerca de la falta de comunicación organizacional que afecta a todo el personal causando desinterés y poca motivación por las actividades que se llevan a cabo. El objetivo principal es desarrollar una propuesta para fortalecer la comunicación organizacional de la empresa *CampecheNetwork*. Es una investigación mixta de tipo no experimental; se aplicaron 8 entrevistas y 19 encuestas a empleados y jefes de área del corporativo para determinar el estado actual de la comunicación organizacional. Los resultados obtenidos en las encuestas mencionan que más del 50 por ciento de los empleados califican que la comunicación organizacional de la empresa es irregular, un 55.6 por ciento mencionan que sólo capacitan al personal cada año, esto con el fin de tener una mejor preparación en sus funciones laborales. La interpretación de las entrevistas indicó que efectivamente hay una deficiencia en la comunicación organizacional, los empleados conocen las debilidades de la empresa y proponen mejoras para un mejor flujo de la comunicación. La principal problemática de la empresa es la falta de la comunicación organizacional que dan pie a desorganización, planificación, liderazgo, capacitación, productividad y reuniones constantes de trabajo, por lo que es importante ejecutar un plan de comunicación interna que dé solución inmediata al problema detectado para un mejor flujo de trabajo en *CampecheNetwork*.

¹ Alumna y Docentes PTC y de asignatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del Instituto Campechano.
Correos_e: misocreatormx@gmail.com; maria.sanchez.aguilar@instcamp.edu.mx; &
ana.mijangos@instcamp.edu.mx;

Palabras claves: Comunicación organizacional, motivación, productividad, comunicación interna, estrategias.

Introducción

La comunicación organizacional en una empresa es fundamental para gestionar las tareas y asignaciones de manera interna en el buen manejo de las áreas que componen a una empresa; pese a que muchas marcas han tenido éxito con la aplicación de buenas estrategias de comunicación internas y externas, esto no debería dejar por un lado que la gestión de un corporativo proviene desde una buena comunicación organizacional.

La comunicación organizacional ayuda a optimizar y dirigir los procesos comunicativos dentro de un corporativo para poder ser ejecutados de manera correcta. De igual manera, favorece el ritmo del trabajo interno, por lo que es uno de los puntos más importantes a tomar en cuenta a la hora de comenzar una empresa.

Sin embargo, el mal manejo o la falta de fortaleza en la comunicación organizacional dentro de una empresa puede afectar el clima laboral, provocando que los empleados y propios directivos tengan conflictos en el desarrollo de proyectos que necesiten elaborar en conjunto con todas las áreas que conforman el corporativo. Además, esto ocasiona periódicamente la deficiencia de los empleados, ya que al encontrarse con un nivel bajo de motivación manifiestan desinterés y falta de compromiso en el trabajo.

Las organizaciones exitosas serán aquellas que articulen la estrategia y las necesidades de sus colaboradores; así como sus necesidades de conocer, compartir y aprender para ejecutar dicha estrategia. Esta articulación debe guiar el despliegue de los recursos organizacionales y tecnológicos, así como movilizar las capacidades de sus empleados para aprovechar al máximo el conocimiento, lo que incrementa las habilidades organizacionales para competir y reaccionar ante los cambios del entorno. (Rueda, 2020)

Cabe mencionar que toda empresa debería contar con una buena comunicación organizacional, sin embargo, la deficiencia de este vital elemento puede ocasionar la desorganización; esto es un problema que a la larga puede convertirse en una crisis, comenzando por la fase preliminar que se enfoca en alertar a la empresa que existe un problema interno, el cual si no se atiende de manera efectiva puede volverse una fase aguda, en donde el corporativo debe actuar rápidamente ante cualquier problema generado ya sea de manera interna o externa.

De otro modo, si la mala comunicación es el principal problema de la empresa, automáticamente pasa a una fase crónica, es decir que va a continuar surgiendo y puede comenzar a desatarse un problema mucho mayor que probablemente haga sentir deficientes a los empleados y a la empresa misma. Para no llegar a la fase postraumática, la empresa debe tener entre sus estrategias maneras de sobrellevar una crisis interna o externa y estas se definen en la comunicación organizacional.

Partiendo de esta problemática, se detectó que en la empresa *CampecheNetwork* que se encuentra dentro del estado de Campeche, es una empresa de comunicación y marketing, que actualmente mantiene una comunicación organizacional estática, es decir que no se ha actualizado desde que su comienzo, por lo que se mantiene en estrategias y gestiones que probablemente ya no son viables para la nueva era tecnológica y comunicativa en el ámbito de empresas que se dedican a la difusión de la comunicación y marketing.

Por tanto, es necesario una reorganización en la comunicación organizacional de la empresa para el buen manejo de la administración interna y delegación de áreas de acuerdo con las habilidades, conocimientos y estudios de los empleados, a fin de generar equipos estratégicos capaces de resolver cualquier problema interno que pueda ocurrir en el proceso de la realización de futuros proyectos.

De igual manera, se detectó que más del 50 por ciento de los empleados de la empresa son nuevos, por tanto, no conocen a fondo cómo se trabaja en el corporativo, ni de cómo actuar

ante alguna problemática que se presente en sus respectivas áreas, se llegó a la conclusión que para poder tener un buen manejo de la gestión interna de *CampecheNetwork*, se necesita fortalecer la comunicación organizacional.

Cabe resaltar que la comunicación organizacional no sólo es una gestión, sino también un conjunto de estrategias que promueven el desarrollo de los empleados generando un plan interno para enriquecer las acciones laborales que se convierten en oportunidades de convivencia e intercambio de conocimientos entre las personas que conforman la empresa.

Con el fin de ofrecer una mejor calidad en el ambiente laboral y escuchar las opiniones y sugerencias de todo el equipo que conforma *CampecheNetwork*, se planteó la principal problemática en la empresa, que es la ambigüedad en la comunicación organizacional, ya que no hay una persona que se encargue de la inspección o de gestión de las actividades que realiza cada área dentro de la empresa, además de que éstas manejan su propia comunicación interna, lo que puede generar un conflicto comunicativo al momento de ejecutar un trabajo, pues la falta de comunicación entre áreas debilita la comunicación organizacional total de la empresa.

La comunicación organizacional de la empresa *CampecheNetwork* debe transmitir el orden, la planificación, la unidad, la coherencia, la coordinación y la jerarquización en todo momento. Con base en este planteamiento se necesita realizar un diagnóstico que fortalezca la comunicación organizacional en la empresa.

Con el fin de mejorar la comunicación organizacional interna de la empresa, para transmitir un mensaje claro a los clientes potenciales, a través de los empleados que conforman la estructura del corporativo y hacer más eficiente la realización de actividades laborales; finalmente se plantea la siguiente pregunta de investigación:

*¿De qué manera se puede fortalecer la comunicación organizacional de la empresa
CampecheNetwork?*

El objetivo general es desarrollar una propuesta para fortalecer la comunicación organizacional de la empresa *CampecheNetwork*.

Para lograr este objetivo se necesitan tres específicos que son:

- Elaborar un diagnóstico con la finalidad de determinar el estado actual de la comunicación organizacional en la empresa *CampecheNetwork*.
- Identificar la principal problemática que afecta la comunicación organizacional en la empresa *CampecheNetwork*.
- Describir las estrategias internas de comunicación de la empresa *CampecheNetwork* a manera de alternativas de solución a la problemática.

Metodología

El proceso de fortalecimiento de la comunicación organizacional en la empresa *CampecheNetwork*, desarrolla una investigación mixta no experimental donde no se manipulan variables, sino los hechos se observan en su contexto natural, que cuenta con elementos cuantitativos y cualitativos. Es cualitativa porque a través del instrumento aplicado se obtienen resultados descriptivos y subjetivos, porque los sujetos y los objetos de la población estudiada se analizarán respecto a sus opiniones sobre el problema estudiado; es también un estudio cuantitativo, porque los resultados confirman lo cualitativo a través de porcentajes específicos y se necesita cuantificar las respuestas de los instrumentos (Jurado Rojas, 2019).

La investigación no experimental se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir; sin que el investigador altere el objeto de investigación. Asimismo, los métodos mixtos o híbridos representan un conjunto de procesos

sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández & Mendoza. 2018 p. 10).

La población de estudio que participó en la investigación, forma parte de la totalidad de empleados de la empresa y son en conjunto 22 personas distribuidas laboralmente en las áreas de redes, producción y diseño; y considerando que este proceso es una investigación mixta con dos tipos de instrumentos para recabar resultados cualitativos y cuantitativos, se aplicaron ocho entrevistas como parte del enfoque cualitativo, a fin de rescatar ideas para el mejoramiento de la comunicación organizacional (anexo 1); y diecinueve encuestas en el cuantitativo, sometidas a un tratamiento de operación de variables (anexo 2).

Desarrollo e Interpretación de la Encuesta

El instrumento de la encuesta aplicada a la empresa de *CampecheNetwork*, partió de la realización de los cuadros de operacionalización de variables (anexo 2), donde se seleccionaron 15 cuestionamientos para encuestar a los empleados iniciando con preguntas de familiarización, que permitieran conocer la situación actual de la comunicación organizacional.



Pregunta 1.

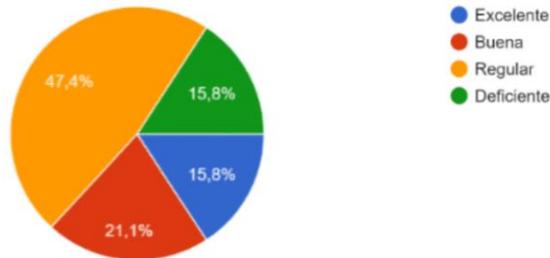
La frecuencia en la que se realizan reuniones de trabajo varía dependiendo de cada área, el 68.4 por ciento de los encuestados respondió que las realizan cada semana, mientras que el 5.3 por ciento indicó que

solo se da cada bimestre, por lo que se puede decir que hay constantes reuniones entre los empleados y jefes para hablar sobre temas de trabajo.

Pregunta 2.

2. ¿Cómo calificas el flujo de información dentro de la empresa?

19 respuestas



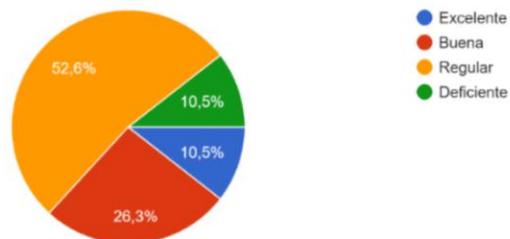
Para determinar el flujo de información dentro de la empresa, el 47.4 por ciento de los empleados indicó que es regular, sin embargo, hubo un 15.8 por ciento que respondió que es deficiente, pero también un 15.8 por ciento respondió que es

excelente y un 21.1 por ciento que es buena, por lo que se determina que en la empresa si hay comunicación, pero se necesita reforzar para que haya un buen feedback. La comunicación puede ser reforzada a través de estrategias que integren a todas las áreas.

Pregunta 3.

3. ¿Cómo calificas que es la comunicación entre empleados y jefes?

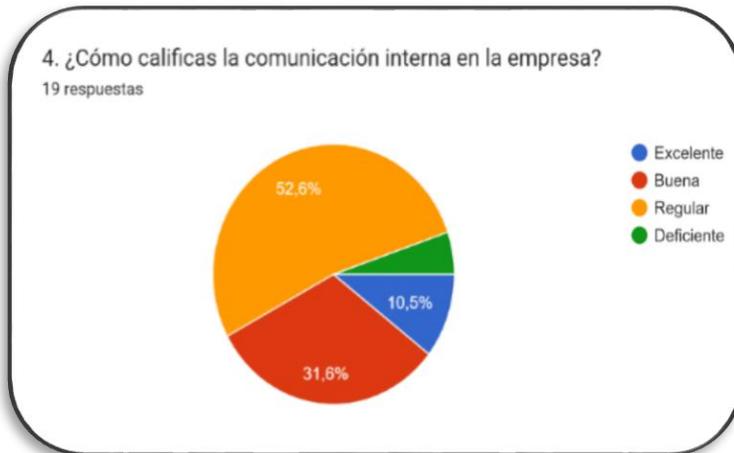
19 respuestas



Más del 50 por ciento de los empleados califican la comunicación con las autoridades de la empresa como irregular, pero el 10.5 por ciento indica que es deficiente y otro 10.5 por ciento como excelente. Sin embargo, se

puede señalar que no hay una buena comunicación con los superiores de la empresa debido a que es más el porcentaje de los que señalan *regular*. Cabe mencionar que un porcentaje menor a 30 %, pero mayor a 20% contestó que mantiene una buena comunicación con sus superiores por la política de puertas abiertas que integran los mismos jefes de área.

Pregunta 4.



comunicación irregular.

Arriba del 50 por ciento respondió que califica la comunicación interna de la empresa como irregular, pero un 31.6 por ciento como buena, aun así, más de la mitad de los empleados califican que en la empresa existe una

Pregunta 5.



han tenido un buen nivel de satisfacción en la empresa en el tiempo que llevan laborando.

En cuanto a la satisfacción dentro de la empresa, el 52.6 por ciento de los empleados señaló que tiene una buena satisfacción y el 31.6 una excelente. Esto quiere decir que más del 70 por ciento de los empleados consideran que

Pregunta 6.



El canal principal de comunicación dentro de la empresa es Telegram, así lo señalaron casi el 90 por ciento de los empleados, mientras que

solo un 10.5 por ciento dijo que

WhatsApp. Esto quiere decir que para recibir indicaciones o mantener una comunicación por mensaje, optan por Telegram.



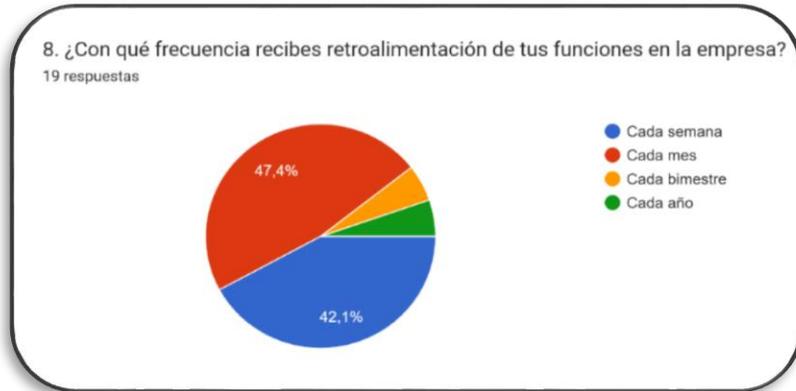
Pregunta 7.

Dentro de los problemas que pueden generar una falta de comunicación interna, el 26.3 por ciento contestó que se debe a la información dispersa, el mismo

porcentaje dijo que puede ser

también por falta de planificación y arriba del 30 por ciento considera que la falta de organización y orden generan la falta de limitaciones en la comunicación, es decir que si existe este problema en la empresa.

Pregunta 8.



De acuerdo con las respuestas de los empleados más del 45 por ciento contestó que reciben retroalimentación de sus funciones cada mes y el 42.1 por ciento cada semana; retroalimentación se refiere a los

comentarios que las autoridades de la empresa le dan a su personal respecto al trabajo realizado. Por ejemplo: en la asignación de actividades, los comentarios que destacan se relacionan con el buen desempeño de las funciones por parte de los empleados o si habría que mejorarla en algún rubro. Sin embargo, esta retroalimentación no se obtiene de manera constante para todo el personal.

Pregunta 9.



Más del 45 por ciento de los empleados respondieron que casi nunca reconocen su trabajo por parte de la empresa y un 10.5 por ciento indicó que nunca han reconocido su trabajo. Es decir que hay una falta

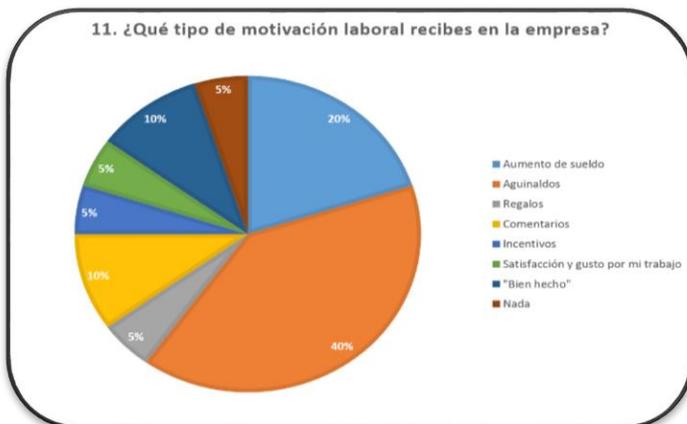
de motivación por parte de la empresa con sus empleados, a pesar de que un 42.1 por ciento dijo que si reconocían su trabajo.

Pregunta 10.



Menos del 10 por ciento de los empleados señaló que sí recibe motivación por parte de sus superiores, pero el 78.9 por ciento afirmó que casi nunca recibe motivación. Por lo que esta parte se encuentra demasiado débil.

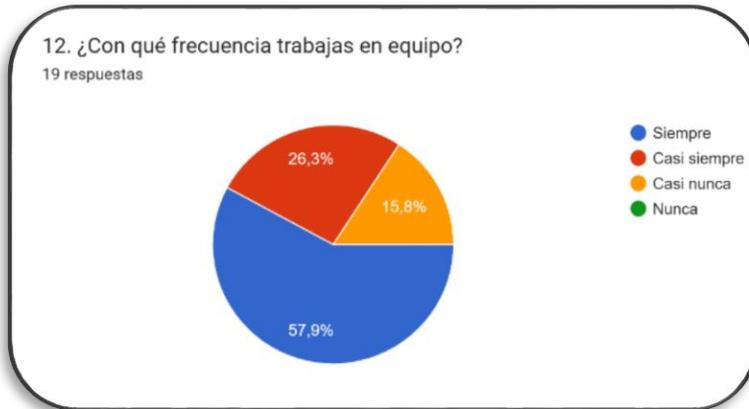
Pregunta 11



En esta gráfica el 40% de los empleados respondieron que el aguinaldo es el tipo de motivación laboral que con mayor frecuencia reciben, seguido de un aumento de sueldo y un 10% del personal respondió que reciben comentarios

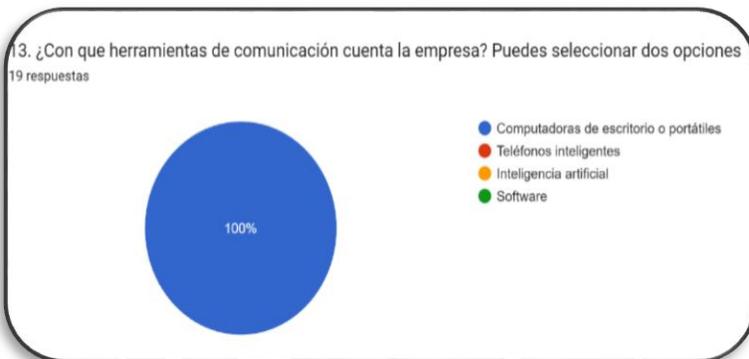
positivos como "bien hecho" por parte de sus superiores. Esto significa que es muy poca la motivación laboral que reciben los trabajadores de CampecheNetwork.

Pregunta 12.



La frecuencia con la que los empleados trabajan en equipo en su mayoría es siempre y casi siempre que es arriba de un 70 por ciento y solo el 15.8 por ciento casi nunca. Esto quiere decir que el trabajo en equipo en

la empresa es muy importante.

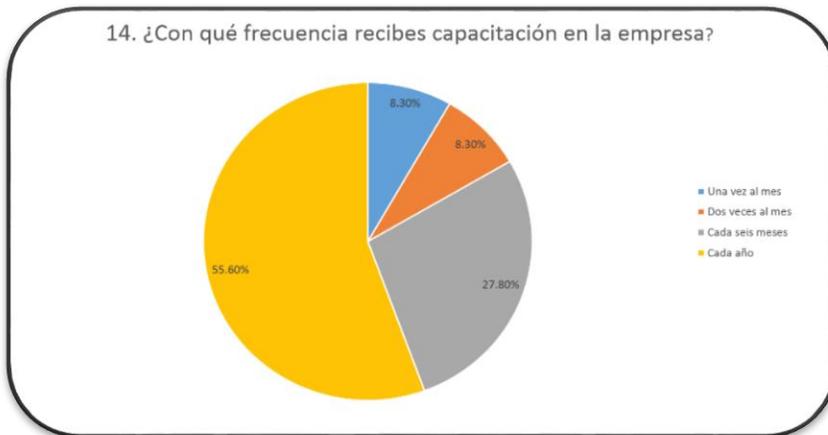


Pregunta 13.

La totalidad de los empleados contestaron que usan las herramientas de comunicación que hay en la empresa, tales como

computadoras portátiles o de escritorios, pero no emplean inteligencia artificial u otro tipo de software para trabajar.

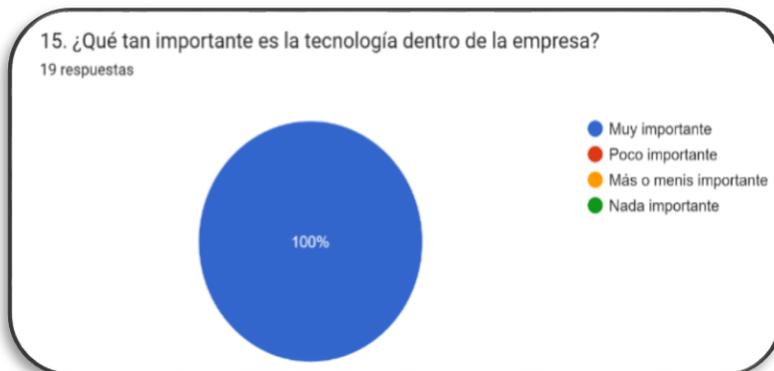
Pregunta 14.



Más de la mitad de los empleados contestaron que reciben capacitaciones cada año y menos del 10 por ciento cada mes, específicamente el 8% respondió que recibe capacitación cada mes y el otro

8% dijo que cada dos meses; por lo que se puede decir que la empresa casi no realiza capacitaciones en los empleados. La frecuencia óptima de capacitación que deben recibir es continua, es decir cada tres meses, esto es debido a las necesidades que requiere la empresa de que el personal se encuentre actualizado en temas de la comunicación empresarial.

Pregunta 15.



Todos los empleados respondieron que es muy importante la tecnología dentro de la empresa, lo que ayuda a que los trabajos que realicen sean de calidad y competitivos.

Desarrollo e Interpretación de las Entrevistas.

En el instrumento de la entrevista aplicado a la empresa de *CampecheNetwork*, se aplicaron 20 preguntas a una muestra probabilística de ocho empleados (anexo 1), que fueron previamente seleccionados de los 22 existentes, como ejemplo para conocer la situación actual de la comunicación organizacional y además para que aportaran propuestas e ideas en el mejoramiento de la comunicación organizacional, así como dinámicas de integración hacia una mejora en la gestión de los trabajos solicitados por cada área, orientados a elaborar una propuesta de fortalecimiento de comunicación organizacional en la empresa.

De acuerdo a los resultados que arrojaron las entrevistas (anexo 1), una de las fortalezas mencionadas en el organismo son las *herramientas digitales, la buena capacidad del personal y el trabajo en equipo*; asimismo, se observó que entre los satisfactores percibidos por los empleados que más destacan, se repiten los factores *aprendizaje y oportunidades*, sin embargo, éstos varían en cada área, así como las responsabilidades que se les encomiendan.

Por otra parte, todos los entrevistados señalan que entre las debilidades predominantes se encuentra la *comunicación organizacional* pues, aunque está presente en la empresa, es deficiente, ya que no se brinda la información oportuna en las áreas de la organización; además las problemáticas de *falta de liderazgo, mala organización y escasez de gestión en las necesidades de la empresa*; esto último junto a la *carencia de software* (como las paqueterías Adobe y Canva) y las muchas *fallas en el internet*.

Los empleados consideran que se debe reforzar la *comunicación organizacional* porque se necesita un mejor flujo de trabajo, para planificar proyectos en tiempo y forma, así como el cuidado de la calidad con la que se hacen los trabajos. Las funciones que realizan los empleados varían dependiendo del área donde se encuentren. Por ejemplo: los de diseño sólo se dedican a elaborar parte de la publicidad y en producción también está la parte de edición y grabación de

vídeos, mientras que en el área de redes o medios se encargan de monitorear medios de comunicación, realizar notas informativas y creación de contenido.

En cuanto a las *planeaciones*, también los empleados mencionan que esto depende de donde se encuentren, ya que algunos respondieron que normalmente se hace cada que hay un evento importante, otros destacaron que no se realiza y muy pocos que no es frecuente que esto se lleve a cabo. Respecto a lo que opinan los empleados de la *comunicación organizacional*, consideran que hay una carencia comunicativa entre los directivos, quienes necesitan trabajarla más atentamente, ya que suele generar malentendidos, rumores, chismes, desinformación, desorientación, que los objetivos no se cumplan y hasta que no se realicen bien los proyectos; además que a los empleados les afecta, porque las indicaciones no son específicas y, en el caso de que algo no salga bien, los empleados son los responsables de lo que ocurra.

Referente a la dinámica de las labores, todos los empleados entrevistados afirmaron que conocen las distintas áreas de la empresa, incluso algunos han trabajado en equipo con otras áreas cuando se trata de un proyecto grande. Y consideran que su adscripción es adecuada, con base en sus habilidades, conocimientos y preparación. También todos en algún momento han trabajado en equipo y de manera individual, dependiendo de las indicaciones que se den.

Referente a la capacitación, el promedio con el que los empleados reciben este servicio es anual, aunque se sabe que una empresa debe estar en mejora constante para que se refuercen sus estrategias y los empleados adquieran más conocimiento; se ahí que sus integrantes sugieran que se realicen *capacitaciones* cada tres, seis meses o incluso que sea mensual, dependiendo de las necesidades de cada área.

La tecnología más utilizada en la empresa son las computadoras de la marca Mac, y productos de la marca Apple, así también las herramientas digitales como cámaras, micrófonos y demás equipo de alta gama.

Aunque la mayoría de los empleados no suelen recibir motivación constante, no obstante, algo que destaca es que cuando se hace bien el trabajo o todo se desarrolla como se planeó, se

les felicita. También, opinan que otra motivación es la confianza depositada en ellos, el prestigio adquirido, avanzar en el área de la adscripción y aprender de los mejores. Finalmente, en su mayoría, los entrevistados respondieron que la empresa si es tolerante para solicitar permisos y justificar inasistencias; en cuanto a algún préstamo, no todos lo han adquirido, pero afirman que si existe flexibilidad.

Dentro de las propuestas, los entrevistados sugieren que se requiere la realización de juntas cada semana para replantear los objetivos y actividades, más presencia de los jefes o que haya un encargado que supervise las tareas de cada empleado, pero también tener destinado un plan de trabajo eficiente que ayude a reactivar la parte de la comunicación organizacional.

Conclusiones

Partiendo de la interpretación de los resultados y del diagnóstico de la encuesta y entrevista, se llegó a la siguiente conclusión:

La principal problemática de la empresa es la falta de la comunicación organizacional de donde se derivan otras deficiencias tales como: incipiente organización, planificación, liderazgo, capacitación y reuniones constantes de trabajo, por lo que es importante ejecutar un plan de comunicación interna que poco a poco vaya ordenando y resolviendo las problemáticas que se manifestaron.

Por otra parte, la comunicación no fluye de la misma manera en las diferentes áreas y tampoco utilizan la misma mecánica para retroalimentarse, por lo que es necesario que tengan por lo menos un canal definido para enviar sus archivos como las herramientas que brinda Google (*drive, documentos, hojas de cálculo, presentaciones, calendario, meet, entre otras*) que sirvan de apoyo a los trabajadores en sus tareas diarias.

Un punto importante es que las redes sociales que más utilizan son *WhatsApp* y *Telegram*, ambas tienen un fin para emitir mensajes, comunicados y uno que otro archivo que deba aprobarse de inmediato, sin embargo, si cada uno de los empleados contara con un correo de la empresa personalizado, podría servir de utilidad para enviar, recibir y reenviar archivos, comentarios, sugerencias y aprobaciones de las tareas asignadas.

Asimismo, finalmente considera que la misma empresa debe generar un área específica de comunicación organizacional que se encargue de coordinar, dirigir y priorizar que todo salga conforme lo pidan los directivos, así como escuchar la opinión de los empleados, y sobre todo gestionar capacitaciones, eventos recreativos que ayuden a motivar a cada trabajador para cuidar el ambiente laboral y la productividad.

Finalmente, luego de realizar el diagnóstico y obtener los resultados de los instrumentos aplicados, se presenta la siguiente propuesta:

Un plan de comunicación organizacional es un documento estratégico que establece los objetivos, las estrategias y las tácticas para la gestión eficaz de la comunicación interna y externa de una organización. (Castillo, 2020) Dentro de este plan, se propone que la empresa cuente con los siguientes elementos (Ocampo Villegas, 2014):

- Visión, misión y valores de la empresa
- Análisis de la empresa y su comunicación.
- Público que usará el plan de comunicación organizacional.
- Objetivos
- Estrategias (definir los objetivos de la empresa, indicar los canales de comunicación, ejecutar las recomendaciones).

Anexos

1) Tablas de las entrevistas

CÓDIGO / PREGUNTA	WC01	WC02	WC03	WC04	WC05	WC06	WC07	WC08
1. ¿Hace cuánto tiempo trabajas en la empresa?	Un año seis meses. Entré en marzo de 2021.	Un año y casi 11 meses.	Un año.	Casi dos años.	Un año.	En febrero de 2021, un año y 10 meses.	Un año y dos meses.	Un año tres meses.
2. ¿Qué satisfacciones has logrado en la empresa?	Muchas, me gusta mucho hacer lo que hago, entonces yo creo que esa es mi principal satisfacción. Todos nos complementamos bien.	Yo creo que muchas, he tenido la oportunidad de desarrollar muchas funciones creativas y el conocimiento se comparte.	Pues no hay algo que resalte, poque tengo un trabajo cotidiano, he estado en el informe de la gobernadora.	Empecé en uno de los puestos más bajos y ahora tengo más responsabilidades.	Aprender a manejar las redes sociales.	Me da la satisfacción que soy bueno en otras áreas que no me había desempeñado y en la empresa he podido realizarlas.	No lo había pensado, supongo que en aporendizaje, he avanzado.	Aprender un montón.
3. ¿Cómo visualizas la comunicación organizacional de la empresa?	Yo diría que que está intermedio, o sea que no está ni tan bien, pero tampoco está tan mal.	Es muy compleja, siento que hay momentos en los que puede darse, pero en su mayoría no la hay.	Esta muy baja, existen varios vacios, hay muchas dudas que no se resuelven. Porque no se a quién dirigime.	Muy mal, no hay comunicación organizacional.	Es buena, pero a veces dicen una cosa y al rato otra.	La comunición dentro de la empresa si es deficiente porque las indicaciones no llegan a todas las áreas.	Muy escasa.	Le falta mucho la verdad.
4. ¿Qué fortalezas detectas en la empresa?	Telento, capacidad de trabajar bajo presión y hay disposición de los trabajadores.	Considero que hay muchas herramientas físicas y digitales que permite el aprendizaje a los empleados.	No hay algo extra, pues la mayoría es legal.	Hay gente muy capacitada, que realiza bien su trabajo.	Tienen los recursos para realizar el trabajo, tiene buena ubicación.	Todos los trabajadores son unidos, nos coordinamos.	Trabajo en equipo.	Seriedas y aprendizaje constante.
5. ¿Qué debilidades detectas en la empresa?	Yo creo que la falta de organización y de que que todo es de golpe (trabajos).	Principalmente la comunicación, confusión en lo que se necesita y debería haber un cuidado constante de que los jefes sepan que se hace y como se hace.	Falta de comunicación, ausencia del buen funcionamiento de la empresa como el internet o la luz.	Muchos no saben si están en el lugar correcto y que hay gente que tiene otras capacidades que no están desarrollando en el lugar ideal.	Falta de liderazgo, estancamiento y ausencia de capacitación.	Falta de comunicación entre los encargados de cada área para dar indicaciones que a veces llegan incompletas.	Falta de comunicación.	La organización.
6. Describe las tres principales problemáticas (¿) que has detectado en la empresa.	Falta de organización en algunas cosas, temas de equipo que necesitamos (internet, computadores etc) yo creo que con esos dos.	Carencias en el equipo, como en la electricidad y higiene, también de software (Paquetería de Adobe y Canva).	Primero el ámbito de la comunicación, el internet que es un conflicto en mi área y los horarios.	Falta de comunicación entre los mismos empleados, comunicación de jefes y empleados y la falta de autoridad.	Compañeros tóxicos, falta de trabajo en equipo y competitividad.	Falta de comunicación entre los jefes y el personal y los pocos medios que tenemos para comunicarnos.	La organización, la comunicación en general.	Tiempo, que hay cosas que se piden en corto tiempo, saturación y organización.
7. ¿Por qué consideras que se debe reforzar la comunicación organizacional en la empresa?	Para que el ritmo y el flujo de trabajo sea más eficiente y todo salga como debe ser y no a la carrera.	Porque el flujo de trabajo funciona mejor si todos comprenden con claridad lo que deben hacer. ya sea de forma individual o en equipo. De esta manera se despejan dudas y se resuelve con mayor agilidad.	Porque podemos trabajar mejor.	Por los proyectos, que a veces tienen inconvenientes, que se resuelven a última hora.	Para tener una mayor calidad de productividad, integración y para mejores resultados.	Para que haya un buen ambiente laboral, se realice bien el trabajo y no haya llamadas de atención.	Porque es vital para sacar un trabajo.	Porque llegan cosas de diferentes lugares, y no se sabe de quién, entonces confunde.
8. Describe tus funciones dentro de la empresa.	Soy editor y apoyo grabando voces d vez en cuando.	Yo comencé editando y también hago otras cosas como grabación de video, desarrollo de estrategias creativas, animaciones digitales y experiencia en voz en off y también de notas periodísticas.	Soy redactor y community manager. Creación de contenidos.	Mi trabajo es la lectura de información, manejo de redes sociales (Community manager) y supervisión de nuevos empleados.	Realizar notas y compartir la información, también editar imágenes.	Estoy en el área de redes y medios, subo información del estado y también monitoreo actividades del gobierno.	Creación de medios, soy diseñadora.	Soy diseñador gráfico.

CÓDIGO / PREGUNTA	WC01	WC02	WC03	WC04	WC05	WC06	WC07	WC08
9. ¿Qué propones para que haya una mejor comunicación directa entre los jefes y personal de la empresa?	Reuniones, juntas pequeñas para expresar las cosas buenas y cosas malas, para saber en que podemos mejorar.	Pueden tener a alguien que esté en la oficina y pueda estar pendiente de lo que ellos quieren que se haga y que supervise que se realice.	Primero que se definan los roles de cada empleado	Que los jefes se involucren más en los trabajos que nos engargan, más que nada por los tiempos.	Hacer juntas cada mes, para verificar el avance del trabajo que se realiza.	Yo plantearía que se hagan juntas con todo el personal y los jefes para que la información llegue directa y sea precisa, además de usar un método de comunicación para que llegue bien la información.	Plantear los puntos importantes de la semana y mantener las metas semanales y reuniones.	Si tenemos comunicación directa, pero no contestan rápido.
10. ¿Con qué frecuencia realizan un plan de trabajo en la empresa?	Pues cada que hay un evento hay una planificación de quienes van a ir a grabar y editar.	Solo una o dos veces que visto que lo hacen, ya que los jefes se dirigen independientemente a cada área.	No hay una organización, porque estoy en el área de redes, hay constantes cambios en el día de lo que se publica en los medios.	No, no se realiza.	Cada seis meses o tres, dependiendo de lo que se necesite.	Es poco frecuente que se realice, aunque en mi área si se hacen juntas para plantear bien nuestro método de trabajo y actividades.	No se realiza.	Organizado no es tan seguido.
11. ¿Consideras que existe falta de comunicación entre el personal y los directivos de la empresa?	Falta de comunicación no, pero el problema son los tiempos de respuesta.	Yo diría que sí y no, si es complicado cuando es un tema personal, pero cuando es de trabajo ellos tratan de tener una respuesta inmediata.	Es muy frecuente, incluso cuando se dan indicaciones.	Falta de comunicación, si nos comunicamos con los directivos, pero hay un ruido en la comunicación.	Si hace falta la comunicación.	Si existe la falta de comunicación porque es muy poco frecuente verlo dentro de la empresa.	Si, yo siento que si.	Se puede decir que si, porque nos dicen una cosa y cambia luego.
12. ¿Por qué crees que la falta de comunicación afecta a los empleados?	Porque a veces uno como empleado lo afecta en el sentido de que las indicaciones no llegan de manera correcta entre jefes y empleados o el equipo que se encuentre trabajando.	Porque se puede ocasionar frustración, confusión e incluso apatía si no se logra un proceso claro y directo.	Nosotros recibimos las consecuencias, somos los afectados de las decisiones.	Por la desinformación que esta puede generar en los empleados.	Afecta porque genera desinformación, unos hacen una cosa, otros hacen otra y no se logra el objetivo.	Porque a veces puede llegar a desanimar, si te llaman la atención por no tener bien la indicación.	Porque están desorientados.	Porque lo que se hace cae en los empleados, o sea los errores.
13. ¿Cómo se dividen las áreas en la empresa?	Producción, redes y diseño.	Van desde diseño gráfico, producción, editores, fotógrafos, videógrafos, medios de comunicación, reporteros.	Están áreas de redacción, producción, diseño.	Fotografía y video, diseño, redes sociales.	Medios de comunicación, diseño y producción.	Redes y medios, diseño y producción.	Producción, diseño y redes.	Producción, diseño y edición.
14. ¿Por qué estás en esta área dentro de la empresa?	Primero es lo que estudio, es lo que me gusta hacer y me divierte.	Porque los jefes vieron en mi creatividad y por las habilidades que he desarrollado.	Estudie comunicación y porque me gusta la gestión en redes sociales.	Porque el trabajo que realizo lo se hacer bien.	Había una vacante y puede entrar.	Anteriormente en la empresa se había trabajado con la creación de contenidos.	Porque está es el área de diseño y yo soy diseñadora.	Porque estudie diseño gráfico y me encanta todo lo que hago.
15. ¿Quiénes son las personas con las cuales trabajas mejor en equipo y por qué?	Con Gabo, Omar y los chicos diseño es efectivo.	He tenido la oportunidad de trabajar con varios compañeros de áreas de diseño, redes, yo creo que en mi área tenemos una buena comunicación.	Trabajar en equipo, no hay problema, porque nos adaptamos. Varias tareas son individuales.	Con Clarissa que es mi supervisora y con Ignacio, que me dan indicaciones, trabajamos bastante bien.	Trabajo bien con Laura, porque tenemos buena comunicación en el trabajo.	He trabajado con la mayoría del personal. Siento que hacemos buen equipo y tenemos casi la misma edad.	Con los de mi área, se conforma por tres chicos.	Con todos los del equipo diseño.
16. ¿Con qué frecuencia te gustaría que haya capacitación en la empresa?	Cada determinado tiempo para manejar nuevos programas o mejorar en lo que estamos haciendo. Cada seis meses que nos den un curso.	Por lo menos cada mes, cada quince días o semanal, porque es muy importante reforzar las áreas de la empresa.	Mínimo cada seis meses, porque yo que estoy en redes sociales, es importante conocer las tendencias que hay y las actualizaciones.	Una vez cada tres meses.	De dos a tres meses.	Me gustaría que se haga cada tres o seis meses para que podamos desempeñar bien nuestro trabajo en cada área específica.	Aunque sea una vez al mes.	Frecuentemente.
17. Describe que tecnología es viable en la empresa.	Las máquinas, el equipo de cámaras, micrófonos, el internet y todo el equipo que se maneja.	La empresa cuenta con equipos de alta gama como computadoras Mac, y buen inventario que hace a un estudio de grabación, edición etc.	Un sistema de tickets, porque mantiene un registro, aunque tenemos una que es por Telegram, tenemos un canal y ahí se dan muchas indicaciones.	Mac, productos de apple.	Computadoras, impresoras, celulares y cámaras.	Internet y equipos de cómputo son indispensables.	Equipo de apple.	Tecnología apple.

CÓDIGO / PREGUNTA	WC01	WC02	WC03	WC04	WC05	WC06	WC07	WC08
18. ¿Qué tipo de motivación recibes por parte de la empresa?	Al final de todo lo que hacemos cuando hay un evento grande y todo sale bien, los jefes llegan a decir "bien hecho".	Más que una motivación económica es la confianza que los jefes han depositado en mí, por los trabajos que hago y de la imagen buena que tienen de mí.	No, ninguna, porque no se me felicita por hacer algo, en mi área se resaltan más los errores.	No, ninguna recibo.	El salario puede ser.	La común, avanzar en nuestra área y aspirar a un mejor cargo.	Una palmadita, un "muy bien".	Poder aprender más de los mejores.
19. ¿Qué tan flexible es la empresa para solicitar permisos, prestamos e inasistencias justificadas?	Soy muy flexibles, demasiado.	Normalmente hay mucha accesibilidad (en permisos), desconozco de prestamos, pero los jefes apoyan si alguien tiene un problema personal.	Hay un conflicto ya que no se a quién dirigirme, pero si es flexible de vez en cuando.	No tengo una respuesta objetiva.	Si dan permiso cuando se necesita, prestamos no he hecho.	No he tenido problema con los permisos. Ha sido muy accesible.	Yo creo que si es flexible, tal vez regular.	Es muy flexible la verdad.
20. ¿Qué propones para fortalecer la comunicación organizacional en la empresa?	Yo digo que reuniones o juntas cada semana para establecer los puntos objetivos y que es lo que se necesita en los eventos y trabajos de equipo, que las indicaciones sean presenciales.	Alguien que se encargue del área de la comunicación organizacional, que esté pendiente de lo que hace falta en la empresa, que supervise cada área y también que haya una cercanía con los trabajadores.	Presencia de los jefes y delegar las funciones de cada empleado.	Un departamento o que haya una persona encargada de la comunicación organizacional.	Tener un plan de trabajo bien elaborado, trabajar en equipo y tener mucho respeto con los compañeros y dar motivación a los trabajadores.	Una forma de mejorar la comunicación organizacional dentro de la empresa sería organizar juntas con todo el personal y los jefes o con los encargados de área, para que la información no se distorciona.	Más reuniones, tener al jefe cerca y pendiente de las actividades.	Que vengan más seguido los directivos a la empresa.

2) Cuadros de Operacionalización de Variables

Objetivo de investigación	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Instrumentos	Items
Desarrollar una propuesta para fortalecer la comunicación organizacional de la empresa CampecheNetwork.							
Elaborar un diagnóstico para determinar el estado de la comunicación organizacional en la empresa CampecheNetwork	Comunicación organizacional	Palis Dreben (2016), especifica que "la comunicación organizacional es un proceso de transmisión de la cultura organizacional en las personas, a través de acciones que promueven la horizontalidad, la ética y la excelencia".	Se requiere diagnosticar la comunicación organizacional de la empresa anteriormente descrita.	Diagnóstico de la comunicación organizacional	-Falta de planificación estratégica y débil flujo de información. -Incorrectos canales de comunicación. -Falta de comunicación directa entre el personal y directivos. -Comunicación interna. -Fluidez de la comunicación. -Nivel de satisfacción de los trabajadores. -Redes de comunicación.	Entrevistas/encuestas	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Con qué frecuencia se realizan reuniones de trabajo? • ¿Con qué frecuencia realizan un plan de trabajo en la empresa? • ¿Cómo consideras que es la planificación estratégica en la empresa? • ¿Cómo calificas el flujo de información dentro de la empresa? • ¿Cómo consideras que es el flujo de información? • ¿Cómo es la comunicación entre empleados y jefes? • ¿Cómo calificas la relación entre empleados y jefes? • ¿Qué propones para que haya una mejor comunicación directa entre los jefes y personas de la empresa? • ¿Qué es comunicación interna? • ¿Por qué consideras que se debe reforzar la comunicación organizacional / interna en la empresa? • ¿Cómo calificas la comunicación interna en la empresa? • ¿Qué tanta fluidez de comunicación hay en la empresa? • ¿Cuál es tu nivel de satisfacción dentro de la empresa? • ¿Estás satisfecho de tu área de trabajo y por qué?

Objetivos de investigación	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Instrumentos	Items
Desarrollar una propuesta para fortalecer la comunicación organizacional de la empresa CampecheNetwork.							
Identificar la principal problemática que afecta la comunicación organizacional en la empresa CampecheNetwork.		"La comunicación organizacional, también llamada comunicación empresarial o corporativa, ayuda a configurar los procesos al interior de las empresas y a optimizar y dirigir los mensajes de las organizaciones con sus públicos. En cualquier organización, los equipos dependen de mensajes claros y una comunicación direccionada para cumplir con los objetivos trazados" (Silva, D. 2021).	La problemática que afecta la comunicación organizacional de la empresa	Identificar los problemas organizacionales que afectan a la empresa	Falta de comunicación -Canales de comunicación. -Los empleados conocen la misión, visión y objetivos de la empresa. -Los empleados conocen sus funciones. -Los áreas de trabajo están asignadas correctamente.		<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué canales de comunicación utilizas para brindar información? ¿Cómo son las redes de comunicación dentro de la empresa? ¿Qué tipo de comunicación tienen en la empresa los empleados?
							<ul style="list-style-type: none"> ¿Por qué consideras que hay una falta de comunicación en la empresa? ¿Cómo calificas la comunicación en la empresa? ¿Por qué crees que la falta de comunicación afecta a los empleados? ¿Puedes definir la misión, visión y objetivos de la empresa? ¿Has escuchado de que trata la misión, visión y objetivos de la empresa? ¿Qué proponías como misión de la empresa? ¿Conoces todas las funciones de trabajo? ¿Con qué frecuencia haces reasignación de sus funciones en la empresa? ¿Describe las funciones dentro de la empresa. ¿Cómo consideras que están asignadas las áreas de trabajo en la empresa? ¿Por qué estás en este área dentro de la empresa? ¿Cuáles son las habilidades dentro de la empresa? ¿Qué tan frecuente reconocen su trabajo dentro de la empresa? ¿Cómo calificas tu desempeño en tu área de trabajo?

Objetivos de investigación	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Instrumentos	Items
Desarrollar una propuesta para fortalecer la comunicación organizacional de la empresa CampecheNetwork.							
Describir las estrategias utilizadas de comunicación de la empresa CampecheNetwork.	Estrategia interna de comunicación	Vicens (2021) indica que "la gran mayoría de las estrategias de comunicación interna se basa en el uso de herramientas de planificación organizacional. Comprende diferentes aspectos de la empresa, con el fin de recibir el cumplimiento de los objetivos que se plantean para su propuesta. Una buena estrategia logra coordinar al equipo de trabajo en torno a un mismo fin"	Realizar una descripción que ayude a la empresa para desarrollar una propuesta	Identificar las estrategias internas de la empresa	Trabajo en equipo Liderazgo encargado de dirigir, orientar y motivar a los miembros del equipo. Habilidades comunicacionales. Habilidades para realizar las funciones de trabajo. Capacitación de personal. Uso de tecnología en el trabajo		<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué tan frecuente trabajan en equipo? ¿Cin cuántas personas has hecho equipo? ¿Cuáles son las personas con las cuales trabajas mejor en equipo y por qué? ¿En qué área de la empresa te gustaría estar? ¿Por qué consideras al área en el que estás? ¿Qué tan cómodo crees que es trabajar en equipo en la empresa? ¿Qué rol juegas en un trabajo en equipo? ¿Qué tipo de rol te gustaría jugar en un trabajo en equipo dentro de la empresa? ¿Qué área te gusta más trabajar? ¿Qué herramientas de comunicación has en la empresa? ¿Cuáles son las herramientas de comunicación que te gustaría que haya dentro de la empresa? ¿Con qué herramientas de comunicación te sientes más cómodo de trabajar? ¿Qué herramientas de trabajo les brinda la empresa para hacer su trabajo? ¿Qué tan importante consideran las herramientas de trabajo que tienen para realizar sus funciones dentro de la empresa? ¿Con qué frecuencia hacen capacitación en la empresa? ¿Cada cuánto la gustaría que haya capacitación en la empresa?
							<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué tan importante es la tecnología de personal en una empresa? ¿Qué tipo de tecnología se aplica en la empresa? ¿Con qué frecuencia hacen capacitación dentro de la empresa? ¿Qué tan importante es la tecnología dentro de la empresa? ¿Qué tan frecuente hacen uso de la tecnología en tu área de trabajo? Describe que tecnología es usada en la empresa.

Referencias

- Castillo, L. (noviembre de 2020). Ventajas y Desventajas de la Comunicación Organizacional. BOSSAPP: <https://bossapp689806865.wordpress.com/2020/11/19/ventajas-y-desventajas-de-la-comunicacion-organizacional/>
- Hernández & Mendoza (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Graw Hill.
- Jurado Rojas, Y. (2019). *Metodología de la Investigación*. México: Esfinge.
- Lancheros Florián, L. (2014). Investigación No Experimental. Diseños de Investigación. Colombia. <https://repositorio.konradlorenz.edu.co/handle/001/2317>
- Ocampo Villegas, M. C. (2014). Comunicación Empresarial. Plan Estratégico como herramienta Gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones. *Revista Atlántica de Comunicación*. Universidad Oberta de Cataluña, Editorial UOC.
- Rueda, Tamayo, Andino, Brito & Dávalos (2020). Aprendizaje Organizacional y su Vinculación con la Comunicación. *SaberEs. Vol. 12, Núm. 1, 73-85*.
<http://www.scielo.org.ar/pdf/saberes/v12n1/v12n1a04.pdf>

Fuentes documentales

- Ametrano, L. (2017). Técnicas de Investigación Social Cuaderno de cátedra. -Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, primera edición.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación serie integral por competencias*. Tercera edición. Grupo Editorial Patria, pp. 157.
- Briceño, V. (2018). Comunicación organizacional. EUSTON.
<https://www.euston96.com/comunicacion-organizacional/>

- Castillo, L. (2020, noviembre). Ventajas y desventajas de la comunicación organizacional. BOSSAPP. <https://bossapp689806865.wordpress.com/2020/11/19/ventajas-y-desventajas-de-la-comunicacion-organizacional/>
- Castillo L. et al (2020). La comunicación organizacional. Un caso de estudio en una universidad ecuatoriana. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*. Vol. 5. Número 1. Págs. 856-872. file:///C:/Users/x/Downloads/Dialnet-LaComunicacionOrganizacional-7723207.pdf
- Delgado, I. (2021, enero). ¿Qué es la comunicación? Significados.com. <https://www.significados.com/comunicacion/#:~:text=Principales%20caracter%20C3%ADstic%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n&text=Es%20un%20proceso%20din%C3%A1mico%3A%20los,feedback%2C%20se%20convierte%20en%20emisor>
- Editorial Etecé. (2021, agosto). Comunicación organizacional. Concepto. <https://concepto.de/comunicacion-organizacional/>
- Editorial Etecé. (2022, mayo). Comunicación. <https://concepto.de/comunicacion/>
- Editorial Grudemi (2018). Comunicación organizacional. Enciclopedia Económica. <https://enciclopediaeconomica.com/comunicacion-organizacional/>
- Encinas Orozco, F. C. (2014). Orientación de las organizaciones públicas al aprendizaje organizacional. El caso de los organismos descentralizados en el Estado de Sonora, México. *Estudios Gerenciales*, 30 (130), pp. 10–17. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.01.010>
- Fernández, J. (2022, enero). La comunicación organizacional: Tipos, barreras a superar y ejemplos. JDF. <https://josedavidfernandez.com/comunicacion-organizacional/>
- García González Luis Ángel. (2 de febrero de 2017). Muestreo probabilístico y no probabilístico. Teoría. <https://www.gestiopolis.com/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-teoria/>
- García, M. (2019, abril). 33 Tipos de comunicación que existen y sus características. Nagore Garcia Sanz.com. <https://nagoregarciasanz.com/tipos-de-comunicacion-caracteristicas/>

- Guillén, G. Espinoza, S. (2014). En busca del desenredo de la comunicación organizacional. Revista Razón y Palabra. No. 87. México. D.F. (Pp. 1-29).
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/M87/10_GuillenEspinosa_M87.pdf
- Hernández & Mendoza. (2018). Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Editorial Mc Graw Hill. México, pp.753.
- Jurado, Rojas Y. (2019). Metodología de la Investigación En busca de la verdad. Editorial Esfinge México, 175 págs.
- Kaplun, M. (s.f.). El comunicador popular. Qué entender por comunicación. Archivo digital.
<http://institutocienciashumanas.com/wp-content/uploads/2020/03/Qu%C3%A9-entendemos-por-comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Lancheros Florián, L. (2014) Investigación no Experimental. Diseños de Investigación. Colombia. <https://repositorio.konradlorenz.edu.co/handle/001/2317>
- Lara y Antolí. (2019). Beneficios de la comunicación. <https://larayantoli.com/beneficios-de-la-comunicacion/>
- Licari, S. (2021, diciembre). 6 estrategias para mejorar la comunicación organizacional en tu empresa. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-para-mejorar-comunicacion-organizacional>
- Macías, Y. (2012). Plan de Mejoramiento de la Comunicación Organizacional en la Empresa Quality Plus Service S.A.S. [Tesis de Pregrado, Universidad Ean Facultad de Humanidades Y Ciencias Sociales Lenguas Modernas, Colombia]. Archivo digital.
<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/4204/MaciasKarina2013.pdf?sequence=1>
- Martínez, D. (2016). Plan Estratégico de Comunicación Organizacional Para Asindes ONG. Archivo digital. <http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/161528.pdf>
- Mulder, P. (2017). Teoría de la Burocracia por Max Weber. Toolshero.
<https://www.toolshero.es/administracion/teoria-burocracia-weber/>

- Ocampo Villegas, M. (2014). Comunicación empresarial. Plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones. Revista Atlántica de Comunicación. Universidad Oberta de Cataluña. Editorial UOC.
- Pacheco, J. (2016, diciembre). Importancia de la Comunicación organizacional. Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/importancia-la-comunicacion-organizacional/>
- Peiró, R. (2022, abril). Comunicación. Economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion.html>
- Puentes, T. (11 de febrero de 2022). Conoce las características y funciones de la entrevista para ser más asertivo. <https://www.crehana.com/blog/negocios/caracteristicas-y-funciones-de-una-entrevista/>
- Pursell, S. (2021, diciembre). Comunicación interna: estrategias, ejemplos y herramientas. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/comunicacion-interna-en-empresas>
- Redacción APD. (2017, diciembre). Cómo mejorar la comunicación en la empresa: 5 técnicas infalibles. APD. <https://www.apd.es/5-tecnicas-infalibles-mejorar-la-comunicacion-dentro-empresa/>
- Reyes, V. (2020). Vigencia de la Teoría Burocrática de Max Weber y su relación con la satisfacción laboral en una institución pública. [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador]. Archivo digital. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7786/1/T3189-MDTH-Reyes-Vigencia.pdf>
- Rueda, Tamayo, Andino, Brito & Dávalos (2020). Aprendizaje Organizacional y su Vinculación con la Comunicación. SaberEs. Vol. 12, Núm. 1, 73-85. <http://www.scielo.org.ar/pdf/saberes/v12n1/v12n1a04.pdf>
- Silva, D. (2021, febrero). Comunicación organizacional: tipos y 7 barreras para superar. Zendesk. <https://www.zendesk.com.mx/blog/comunicacion-organizacional/>

- Suarez, M. (2021, septiembre). Comunicación Organizacional. Guía del empresario.
<https://guiadelempresario.com/administracion/comunicacion-organizacional/>
- Terreros, D. (27 de diciembre de 2021). Qué es una encuesta, para qué sirve y qué tipos existen. <https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta>
- Tesis y Máster. (s.f.). Instrumentos de recolección de datos: ¿Qué es una entrevista?
<https://tesisymasters.com.ar/que-es-una-entrevista/>
- Triana, M. Pérez, N. (2016). Fortalecimiento de la comunicación organizacional entre docentes y directivos docentes, a partir de círculos de calidad como herramienta de Gestión Directiva En El Colegio Brasilia Bosa I.E.D. Sede a jornada mañana. [Tesis de maestría, Universidad Libre Facultad Ciencias De La Educación, Colombia]. Archivo digital.
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/9733/TESIS.pdf?sequence=1>
- Vixonic. (2021, marzo). 3 estrategias de comunicación interna para fortalecer el desarrollo organizacional de tu empresa. <https://cutt.ly/PG6hhzE>
- Zamudio, R. (2021, marzo 17). Teoría de sistemas. Qué es, características, clasificación, elementos.
<https://www.gestiopolis.com/teoria-de-sistemas/>

Recetas Campechanas basadas en el Aporte Nutrimental de la Dieta Mediterránea

Hilda del Carmen Silva Cambranis¹

Rafael Enrique Meneses López²

Hugo Enrique Villarino Gutiérrez

Carlos Alberto Valdez Chin³

**Universidad Autónoma de Campeche
Instituto Campechano**

¹ Nutrióloga docente de la Universidad Autónoma de Campeche. Para contacto en hicsilva@uacam.mx

² Los Chef Meneses y Villarino se desempeñan como personal docente del Benemérito Instituto Campechano. Para contacto en rafael.meneses@instcamp.edu.mx; & hugo.villarino@instcamp.edu.mx

³ Estudiante de la Licenciatura en Gastronomía del Instituto Campechano. Para contacto en: ic_20190099@instcamp.edu.mx

Recetas Campechanas con Aporte Nutrimental de la Dieta Mediterránea.

Hilda del Carmen Silva Cambranis¹

Rafael Enrique Meneses López²

Hugo Enrique Villarino Gutiérrez

Carlos Alberto Valdez Chin³

Resumen

La dieta mediterránea es el modelo alimentario ideal para la salud cardiovascular de los mexicanos, sus componentes como el salmón y el aceite de oliva no suelen ser empleados culturalmente, acaso por su alto costo; sin embargo, la gastronomía campechana es una alternativa, por sus elementos nutritivos que son equiparables a la cocina mediterránea, tales como el jurel, el pulpo o la pepita de calabaza, entre otros. El objetivo general del presente artículo de investigación es brindar recetas culinarias con alimentos altamente nutritivos de la región de Campeche, equivalentes a la dieta mediterránea. La metodología se desarrolló a partir de la investigación documental en torno a la problemática de salud del estado de Campeche; y mediante un análisis transversal, descriptivo y comparativo, sobre la aplicación de los componentes nutricionales que contienen los alimentos campechanos como el jurel, el pulpo y la pepita de calabaza, ricos en antioxidantes contenidos también en la dieta mediterránea (como el omega-3 y el selenio); a fin de construir con ellos, recetas culinarias tendientes a mejorar la salud cardiovascular de la población, respetando el medio ambiente y amigables con la cultura campechana. Los resultados alcanzados se obtuvieron por medio del análisis nutrimental de los alimentos disponibles en Campeche, encontrando similitud con la dieta mediterránea, por sus componentes antioxidantes: omega-3, selenio, prebióticos y zinc. En este capítulo dos expertos chef campechanos y un estudiante de la Licenciatura en Gastronomía presentan recetas nutritivas para elaborar platillos con un enfoque cardioprotector, basado en ingredientes regionales del Estado de Campeche; ya que Campeche cuenta con una vasta riqueza de alimentos saludables que, aprovechados en platillos atractivos al paladar, podrían contribuir a la nutrición y control de las enfermedades cardiovasculares de la comunidad.

¹ Nutrióloga Docente de la Universidad Autónoma de Campeche. Para contacto en hicsilva@uacam.mx

² Los Chef Meneses y Villarino se desempeñan como personal docente en la Escuela de Gastronomía del Benemérito Instituto Campechano. Para contacto en rafael.meneses@instcamp.edu.mx; & hugo.villarino@instcamp.edu.mx

³ Estudiante de la Licenciatura en Gastronomía del Instituto Campechano. Para contacto en: ic_20190099@instcamp.edu.mx

Palabras clave: Enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT), dieta mediterránea, platillos campechanos.

Introducción

Comer, es un placer en cada etapa de la vida del ser humano. Es maravilloso poder deleitar nuestros paladares con platillos nutritivos y creatividad, al integrar los alimentos propios de la región campechana considerando frutas y verduras de la estación acompañando a las fuentes de proteína, provenientes de los animales locales más accesibles y disponibles que permiten una alimentación saludable, económica y culturalmente aceptable.

La alimentación es un acto voluntario que implica varios procesos desde la decisión de qué comer, cómo comer, qué cocinar, en qué horario comer, hasta la rutina de hábitos para llevar una alimentación, la cual también está directamente relacionada con el entorno: familiar, social y ambiental, donde se siguen patrones socio-antropológicos. (Kaufer, Pérez & Arroyo. 2015)

Hablando de *nutrición* es importante comprender que es un proceso fisiológico involuntario del organismo humano que depende directamente de la decisión que se tome para alimentarse, si la decisión es correcta, nuestro estado nutricional será óptimo y con ello el ser humano podrá contar con buena salud, previendo con ello, muchas enfermedades, en especial desnutrición y enfermedades crónico degenerativas. (Brown, 2010)

Al cocinar nuestros alimentos debemos siempre buscar la salud, prevenir las enfermedades crónicas degenerativas, aprender a cocinar platillos regionales con elementos nutritivos con omega -3 como la dieta mediterránea para una vida más saludable (OMS, 2021)

Como resultado del análisis nutrimental y de conformidad con la problemática de salud del estado de Campeche, se diseñaron recetas nutritivas elaboradas con alimentos regionales de la entidad, basadas en el aporte nutrimental de la dieta mediterránea.

Problemática de las Enfermedades Crónico Degenerativas en México

Los seres humanos logramos vivir en perfecta armonía con el medio que nos rodea cuando se cuenta con una vida plena y saludable, el sano equilibrio entre el cuerpo humano, la mente, el ambiente social y no solamente la ausencia de la enfermedad, así lo menciona la Organización Mundial de la Salud.

«La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades». Constitución de la Organización Mundial de la Salud, en su última asamblea celebrada en Ginebra (OMS, 2014) anunció que la pérdida de la salud va a depender de muchos factores como la mala alimentación, la falta de actividad física, que estos desencadenarían a múltiples enfermedades no agudas, si no crónicas degenerativas de larga evolución y las define:

“Las enfermedades crónicas no transmisibles (ENT) son la principal causa de muerte y discapacidad en el mundo..., incluyen cánceres, enfermedades cardiovasculares, diabetes y enfermedades pulmonares crónicas”. Son afecciones de larga duración con una progresión generalmente lenta. Entre las que destacan las enfermedades cardiovasculares (ECV), que en su conjunto son trastornos del corazón y de los vasos sanguíneos. (OPS/OMS, 2024)

La prevalencia mundial de las enfermedades crónicas no transmisibles como son: diabetes mellitus, hipertensión arterial, obesidad y enfermedades cardiovasculares, ha tenido un alarmante aumento en esta última década. (Barquera, et al, 2020) Los tratamientos tanto médicos como nutricionales ya has sido estudiados, aprobados a nivel mundial, dando como propuestas de solución para el buen control: llevar un estilo de vida saludable, donde impere los buenos hábitos de alimentación sana, ejercicio y vida saludable.

En países de Europa que se encuentran en el mediterráneo como Italia o España, las enfermedades crónicas degenerativas son de excelente control, ya que las personas llevan un estilo de vida y alimentación saludables, con la realización frecuente de ejercicio cardiovascular. Basan su alimentación en la *dieta mediterránea* que consiste en alimentos ricos en ácidos grasos

omega3 que se encuentran en peces como atún, salmón, aceite de oliva extra virgen y antioxidantes de granos enteros y frutos rojos. Suelen preparar sus alimentos en casa, disfrutan de la familia a la hora de la comida; y utilizan los recursos que se encuentran en la naturaleza a su alcance (Kaufer-Horwitz et al .2015).

México sufre actualmente un gran desafío, somos el primer lugar mundial de obesidad infantil; y las enfermedades cardiovasculares, como los infartos por dislipidemias (alteración en los niveles normales de lípidos en la sangre), que son la primera causa de muerte. Ésta condición podría disminuir, si la población tomara medidas de prevención y tratamiento, considerando una dieta saludable y la actividad física que son esenciales en la prevención de estas enfermedades crónicas y facilitan el control de las dislipidemias (Llanes, 2011)

Las enfermedades crónicas degenerativas como son: obesidad, diabetes mellitus, hipertensión arterial, y enfermedades cardiovasculares, la OMS refirió que 17.5 millones de personas en el mundo murieron en el 2012 a causa de las ECV. La OMS menciona que muchos son los factores que dan origen a estas enfermedades como son: El consumo de tabaco, una dieta malsana y la inactividad física aumentan el riesgo de infartos de miocardio y accidentes cerebrovasculares. (Moreno & Rivera, 2021)

Las enfermedades crónicas no transmisibles son responsables de más de la mitad de la carga de enfermedad y representan un 80% de las muertes en los países pobres, los cuales llevan una carga de enfermedad doble, la mitad de estas enfermedades ocurren en los adultos mayores de 70 años y los problemas suelen comenzar en los jóvenes. Por ejemplo, la obesidad y las ECNT afectan casi igualmente a las mujeres y a los hombres; y a nivel mundial, la ECV es la mayor causa de muerte entre las mujeres. (INSP, 2020)

La obesidad infantil es un grave problema de salud pública en México, así lo afirma el Gobierno Federal, a través del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE, 2017), aunado a que los tres estados de la península de Yucatán, junto con Tabasco y tres estados del Pacífico Norte (Sonora, Baja California y Colima) de la República

Mexicana tienen los índices más alto de obesidad en adultos teniendo como consecuencia una alta incidencia de morbi-mortalidad en las enfermedades crónico-degenerativas, la alta prevalencia de dislipidemias dan por consecuencia numerosos casos de infartos al miocardio (UNAM, 2024)

En la normatividad oficial mexicana: NOM-015 (Sector Salud /IES, 2018) y NOM-030 (Sector Salud /IES, 2017) se menciona que las enfermedades cardiovasculares son la primera causa de muerte y que podrían disminuir, si la población tomara medidas de atención para su prevención y tratamiento, con una alimentación saludable y actividad física, fundamentales en la prevención de estas enfermedades crónicas. Llevar una alimentación rica en alimentos propios del país que contengan los tres ácidos grasos omega3, permitirían el control de las dislipidemias.

Para el tratamiento de estas enfermedades crónicas en México de conformidad con la Ley General de Salud, existen las normas oficiales mexicanas entre las que se encuentran la NOM015, la NOM030 y la NOM043, donde se propone la prevención de enfermedades crónicas, a través de una dieta balanceada para una vida plena que facilite mantener la salud corporal, mental y la creación de buenos vínculos sociales, lo que es esencial en el logro de una vida óptima. Esta alimentación saludable busca satisfacer el significado de una dieta, que la NOM043 define como el “conjunto de alimentos y platillos que se consumen cada día y constituye la unidad de la alimentación”, siendo una alimentación correcta caracterizada por ser completa, equilibrada, inocua, suficiente, variada y adecuada... (Sector Salud / IES, 2012).

- *Completa*.- porque contiene nutrimentos de los 3 grupos en cada comida.
- *Equilibrada*.- debido a que los nutrimentos guardan las proporciones entre sí.
- *Inocua*.- cuyo consumo habitual no implica riesgos para la salud y está exenta de microorganismos patógenos, toxinas y contaminantes; además de que se debe consumir con mesura y sin cantidades excesivas de ningún componente o nutrimento.
- *Suficiente*.- a fin de que cubra las necesidades de todos los nutrimentos...
- *Variada*.- que incluya alimentos diferentes de cada grupo nutrimental.

- *Adecuada*.- que esté acorde a los gustos y cultura del consumidor; así como ajustada a su economía, sin sacrificar su paladar y el factor nutrimental.

La pérdida de la salud depende de diferentes factores relacionados con estilos de vida poco saludables como la mala alimentación y falta de actividad física, lo que trae como consecuencia la incubación de múltiples patologías, entre ellas las enfermedades cardiovasculares (ECV) y las dislipidemias

“Las dislipidemias son un conjunto de enfermedades resultantes de concentraciones anormales de colesterol, triglicéridos, ...en sangre que participan como factores de riesgo en la enfermedad cardiovascular.” Su causa puede deberse a factores hereditarios y/o por una alimentación inadecuada rica en grasas e inactividad física. (IMSS, 2016, pág. 13)

La alimentación no está vinculada precisamente a la situación socioeconómica, sino a la educación nutricional en torno a una correcta alimentación. Las EVC han sido objeto de estudio, de tratamientos médicos, dietéticos y estilos de vida saludable; y se han abordado con alternativas de solución a fin de que imperen buenos hábitos alimenticios, ejercitamiento y tranquilidad de vida.

Por lo anterior, se muestra las siguientes características que debe cumplir una alimentación correcta para tener una vida saludable. (Kaufer, Pérez & Arroyo, 2015).

- *Integridad*: Ser completa, que contenga los diferentes grupos de alimentos.
- *Cantidad*: Ser suficiente en las raciones
- *Segura*: ser inocua, evitando las enfermedades.
- *Accesibilidad*: Que sea económica al alcance de la población.
- *Atractiva sensorial*: Ser agradable en los sabores y variada en los tipos de alimentos
- *Congruencia integral*: Adecuada a las necesidades fisiológicas de la persona
- *Equilibrio*: Equilibrada en su contenido de macro y micro nutrientes
- *Valor social*: Respetuosa con el ambiente social y cultural.

Y es que, hoy en día es esencial una correcta alimentación para alcanzar, mantener y /o recuperar la salud, sobre todo por el grave problema de salud pública denominado: *obesidad, que es la madre gestora de otras enfermedades*, como: la diabetes, la hipertensión arterial, la enfermedad renal, las cardiopatías, así como dislipidemias (altos niveles de colesterol y triglicéridos en sangre) el estreñimiento, etc. (Secretaría de Salud /INEGI, 2019)

El fin de la alimentación es la sobrevivencia, es decir, *comer para vivir y en el camino disfrutar lo que nos nutre*. Empero, la comida también distrae nuestras apetencias cuando *vivimos para comer y trastocamos la supervivencia*. Esto es aprovechado por los fabricantes de productos chatarra, cuya finalidad es distraer el apetito con productos adictivos que ocasionan obesidad por su excesivo consumo. (Pérez Escalante, 2011)

Como propuesta a esta condición que atañe a la población campechana y a la necesidad de aplicar un control en las enfermedades crónico degenerativas, hay que promover en los distintos ámbitos, un estilo de vida saludable y una alimentación correcta con platillos elaborados a base de ingredientes regionales de la entidad, a manera de alternativa a una salud integral.

Alternativa para el Cuidado de la Salud de los Habitantes de Campeche

Una comida saludable debe contener diferentes alimentos que incluya todos los elementos nutricionales; por eso es necesaria la diversidad, a fin de aprovechar el contenido del agua, de los macronutrientes como son los hidratos de carbono, la fibra, las proteínas, los lípidos; y de los micronutrientes que abastecen de vitaminas y minerales al organismo. (CCH/UNAM, 2018) Por eso, hay que consumir los macro y micronutrientes, en una dieta habitual, aprovechando los recursos autóctonos de la región disponibles en cada estación del año a precios accesibles, en los mercados, con los pregoneros de la calle, en algunos patios de ciertas casas, etc.; es importante aprovechar la oportunidad de comerlos ya que contienen un tesoro nutrimental y deleite al paladar (Cambranis, Valencia y Silva. 2022)

Alimentos regionales de Campeche con equivalencias a la dieta mediterránea

- **Frutas:** ofrecen agua, fibra, energía, vitaminas y minerales (aguacate, caimito, mangos, mamey, naranjas, zapote).
- **Verduras:** contienen fibra, agua y micronutrientes (chaya, calabaza, chayote, espinacas).
- **Cereales:** son hidratos de carbono, contienen fibra y proporcionan energía y saciedad por sus componentes (elote, tortilla, pan, arroz).
- **Tubérculos:** brindan la energía a través de sus hidratos de carbono y saciedad con los que contienen fibra (yuca, papa, camote, zanahoria, remolacha).
- **Productos de origen animal:** abastecen de aminoácidos presentes en las proteínas (jurel, pulpo, gallina, huevo, queso, leche, yogurt).
- **Oleaginosas:** ofrecen ácidos grasos y vitaminas para cubrir la energía de la dieta y necesidades nutrimentales en la correcta función del organismo (cacahuates, pepitas de calabaza, ajonjolí, girasol).
- **Leguminosas:** Contienen proteína vegetal, fibra, vitaminas y minerales, (x'pelón, frijol, lentejas, habas, garbanzo)
- **Fibra:** hidratos de carbono solubles e insolubles indispensables para la salud y procesos intestinales (soluble, pulpas de frutos como el mango, el chayote, la manzana, la naranja; insoluble, cáscaras de ciruela, bagazos de cítricos, salvado de trigo, granos integrales, etc.)
- **Agua:** elemento de la naturaleza indispensable para la vida, sin su consumo un ser vivo puede morir se encuentra en casi todos los alimentos (frutas, verduras, leche, yogurt, etc.)

Las frutas regionales de Campeche son maravillosas y tienen un gran sabor, textura, olor y realmente son un deleite para el paladar de las personas, son de fácil aceptación en diferentes presentaciones para diversos platillos: rebanadas en un plato, picadas para niños pequeños o adultos mayores; licuadas en dietas especiales por su textura como la *dieta enteral* usada en la alimentación por sonda a pacientes limitados en su masticación. Algunos frutos como el mango, el tamarindo o el marañón tan versátiles, se puede preparar como salsas acompañando a diferentes cortes de carnes o ensaladas. (Piedragil, 2018)

Campeche en sus distintas temporadas, posee gran variedad de frutas parte de su patrimonio natural, que además de ser deliciosas son verdaderas fuentes de nutrición para la salud humana. En ellas encontramos *macronutrientes* y *micronutrientes*:

- Los macronutrientes, contenidos en los *hidratos de carbono*, brindan energía con 4 Kcal por gramo contenido en su glucosa, esencial en la realización de actividades; *proteína vegetal* también con 4 Kcal por gramo; *lípidos* (en menor cantidad), *agua y fibra*, 2 Kcal por gramo, lo que permite una salud completa por el alto contenido de prebióticos que promueven el tránsito intestinal, de celulosa y de pectinas, que regulan los mecanismos de transporte del agua; y
- Los micronutrientes, presentes en las frutas, son necesarios para el desarrollo de la función celular del cuerpo (metabólica y fisiológica), provienen de sus *vitaminas* (A, C, B1, B2, B6 y ácido fólico) y de sus *minerales* (potasio, hierro, calcio, magnesio, sílice, zinc, sulfatos, fosfatos, cloruros). A diferencia de los macronutrientes no proporcionan energía al cuerpo humano.

Requerimientos de fibra para adultos: hombres y mujeres (Brown, 2010)

- *Mujeres*: deben tratar de comer por lo menos de 21 a 25 gramos al día
- *Hombres*: deben tratar de comer por lo menos 30 a 38 gramos al día

Principales funciones de la fibra (FD) para el cuerpo humano

- en su proceso de fermentación eleva la población de microorganismos de la flora intestinal y con ello el volumen de las heces.
- estimula la salivación, al absorber agua lo que se traduce en mayor volumen y suavidad de las heces,
- inhibe la actividad de algunas enzimas pancreáticas,
- estimula la saciedad y control de apetito ayudando a controlar el sobrepeso y la obesidad.
- su insuficiencia produce estreñimiento y desarrollo de enfermedades cardiovasculares, cáncer de colón, entre otros padecimientos.

Recetas Campechanas: una Alternativa Saludable en el Control de Enfermedades Crónicas Degenerativas

Las enfermedades crónicas son aquellas que con el tiempo se van formando en cuerpo, pero que tienen un efecto degenerativo en la salud de las personas, estas son conocidas como silenciosas, porque van poco a poco causando muchos desajustes en la salud, las principales son: obesidad, diabetes, hipertensión arterial, enfermedad inflamatoria intestinal por estreñimiento y las enfermedades asociadas a las dislipidemias, hipercolesterolemia e hipertrigliceridemia.

Todas las enfermedades crónicas degenerativas pueden ser tratadas mediante planes de alimentación saludables que incluyan alternativas de alimentación con altos contenidos nutrimentales que ayuden a encontrar el equilibrio, en la salud y controlar las enfermedades de manere cotidiana. (Ledón Llanes, 2011)

La cocina campechana tiene influencias mediterráneas, al usar el jurel y el pulpo que son dos fuentes importantes de proteína de alto valor biológico rico en ácidos grasos omega-3, cuyos componentes nutricionales son equiparable al salmón. (Meneses, 2022)

A continuación, se presenta ocho recetas culinarias nutritivas de la gastronomía campechana, donde se incluyen diferentes alimentos de la entidad, que en su mayoría son más accesibles porque se encuentran disponibles en esta región. Las propuestas con el enfoque de la dieta mediterránea, que es el modelo alimentario para la salud por excelencia, rescatan un patrimonio inmaterial de Campeche, aplican la sazón de su gastronomía, promueven la seguridad alimentaria de la comunidad, son alternativa en el control de distintas enfermedades crónicas degenerativas y procuran un óptimo estado de salud y bienestar.

Algunas Recetas Campechanas para el Control de Enfermedades Crónico Degenerativas

- **Jurel en Verde:**
- **Jurel a la Campechana**

Hugo Enrique Villarino Gutiérrez

- **Pulpo en su Tinta a la Campechana**
- **Pulpo Embizcochado**

Rafael Enrique Meneses López

- **Jurel en Pipián**
- **Jurel a la Cazuela**

Roberto Silva Cambranis

- **Jurel a la Naranja Agria**
- **Holoch de Jurel**

Carlos Alberto Valdez Chin

Jurel en Verde

(rico en antioxidantes como el selenio, magnesio, omega-3 y fibra)

Ingredientes:

- Jurel, 2 pzas
- Cilantro, 1 manojo grande
- Cebolla blanca, 1 pza
- Limón, 1 pza
- Chile dulce, 3 pzas
- Chícharos en lata, 1 pza
- Dientes de ajo, 3 pzas
- Aceite de canola, 2 cdas.
- Vino blanco, 1 cda.

- Tomates verdes, 6 pzas
- Pimienta quebrada, al gusto
- Sal, al gusto

Modo de Preparación:

- Escama y alinea el pescado perfectamente bien, hazle por ambos lados algunas rajaduras que lleguen al hueso, después marina con sal y limón.
- Muele crudas las miniestras, y ponle la pimienta y el vinagre.
- En esta salsa ve embarrando los pedazos de pescado y los vas colocando en una sartén, cubriéndolos con la misma salsa.
- Cuando termines lo tapas bien. Lo pones a cocer a fuego lento; cuando ya esté bien cocido, añade el aceite y cuando ya esté reducida su salsita, se baja.

Jurel a la Campechana

(rico en omega-3, prebióticos y proteínas)

Ingredientes:

- Jureles chicos, 6 pzas.
- Jugo de 1 limón
- Achiote, ¼ de barra
- Comino entero, ½ cdita.
- Pimienta quebrada, ½ cdita.
- Orégano molido, ½ cdita.
- Dientes de ajo, 4 pzas.
- Cebolla blanca (rebanada), 1 pza.
- Sal, al gusto
- Aceite vegetal, 4 cdas.
- Agua, cantidad necesaria

Modo de Preparación:

- Escama y alinea bien los pescados, ponlos en un refractario y maríalos con el jugo de limón y sal.
- Cubre con plástico autoadherible y deja reposar 2 horas en el refrigerador.
- Licua el achiote con el comino, la pimienta, el orégano, los ajos y 1/4 de taza de agua.
- Unta los pescados con esta mezcla y el aceite, acomódalos en otro refractario engrasado; encima distribuye la cebolla y cúbrelos con papel aluminio.
- Hornea, en horno precalentado, durante 20 minutos a 180°C; a la mitad del tiempo de cocción, baña los pescados con el jugo que hayan soltado; continúa con la cocción hasta que estén cocidos.

Pulpo en su Tinta a la Campechana (rico en hierro, fósforo, zinc y prebióticos)

Ingredientes

- Pulpo cocido, 1 kg
- Tinta de pulpo, 15 ml.
- Vinagre, 60 ml.
- Chile dulce o pimiento verde, 125 g.
- Cebolla, 200 g.
- Jitomate, 300 g
- Ajo, 25g
- Orégano seco (hojas), 3 pzas.
- Perejil, c/n,
- Laurel, 2 g
- Sal, 3 g
- Pimientas de castilla, c/n
- Aceite de oliva, 125 ml.
- Manteca de cerdo, 50 ml.
- Agua de la cocción, 125 ml

Modo de Preparación:

- Cocer el pulpo y cortarlo en cubos.
- Cortar el tomate, la cebolla, ajo y el chile dulce en brunoise (pequeños cubos de 1 a 2 mm de lado aprox.)

- Diluir la tinta de pulpo en el vinagre.
- Picar finamente el perejil. Reservar hojas para decoración.
- Cocer el arroz con el fondo de ave por método de absorción, saborizar con ajo y cebolla sofrita
- En una sartén calentar la manteca acitronar el ajo y la cebolla.
- Anadir el jitomate y el chile dulce.
- Añadir la tinta.
- Una vez que el jitomate ha cambiado de color añadir el pulpo y el caldo de la cocción.
- Incorporar las hierbas de olor, el perejil y sazonomos.
- Añadir un poco de aceite de oliva y dejar reducir.

Suele servirse con arroz blanco. A veces se añaden pasas, aceitunas y alcaparras. Esto se debe a las regiones culinarias del municipio, en especial a la zona de intramuros, que presentaba una cocina más refinada diferente a la de fuera del recinto del centro histórico o del circuito baluartes. Los ingredientes de este platillo dejan clara la influencia culinaria mediterránea presente en la cocina campechana.

Pulpo Embizcochado

(rico en tiamina, vitamina B12, zinc, hierro y fósforo)

Ingredientes

- | | |
|--|------------------------------------|
| • Pulpo cocido, 1 kg | • Pimientas de castilla, c/n |
| • Pan de bizcocho de anís, 200 g. | • Paprika o pimentón en polvo, 5 g |
| • Vinagre, 60 ml. | • Ajo, 25g |
| • Orégano seco(hojas), 3 pzas. | • Aceite de oliva, 125 ml. |
| • Chile dulce o pimiento verde, 125 g. | • Manteca de cerdo, 50 ml. |
| • Cebolla, 200 g. | • Sal, 3 g |
| • Jitomate, 300 g | • Agua de la cocción, 125 ml |
| • Perejil, c/n | • Laurel, 2 g |

Modo de Preparación:

- Cocer el pulpo y cortarlo en cubos.
- Cortar en brunoise el tomate, la cebolla, ajo y el chile dulce.
- Picar finamente el perejil. Reservar hojas para decoración.
- En una sartén calentar la manteca acitronar el ajo y la cebolla.
- Anadir el jitomate y el chile dulce.
- Una vez que el jitomate ha cambiado de color añadir el pulpo y el caldo de la cocción.
- Seguidamente se añade el bizcocho molido.
- Incorporamos las hierbas de olor, el perejil, el pimentón y sazonamos.
- Añadimos un poco de aceite de oliva y dejamos reducir.

A veces se añaden aceitunas y alcaparras. Esto se debe a las regiones culinarias del municipio, en especial a la zona de intramuros, que presentaba una cocina más refinada diferente a la de fuera del recinto del centro histórico o del circuito baluartes. Los ingredientes de este platillo dejan clara la influencia culinaria mediterránea presente en la cocina campechana.

Jurel en Pipián (rico en aceites esenciales omega-3 y 6)

Ingredientes:

- 6 postas de jurel
- 500 gramos de jitomate
- 2 piezas de chile ancho
- 1 raja de canela
- ½ de pan francés
- 1 pza de tortilla dura
- 2 piezas de clavos de olor
- 1 cucharada sopera de pepita molida de calabaza
- 100 gramos de ajonjolí
- 100 gramos de cacahuete
- 1 pieza de cebolla mediana
- 3 dientes de ajo
- 200 mililitros de aceite vegetal

Modo de Preparación:

- A los chiles les quitan el rabo y las semillas y se pasan rápido por un comal caliente.
- Los jitomates se ponen a hervir junto con los chiles asados.
- Las postas de jurel se lavan y cuecen en agua con un trozo de cebolla y ajo.
- Por separado, se tuestan el ajonjolí y el cacahuate, para preparar el pipián
- Se coloca en la estufa otra sartén, se fríen la tortilla, el pan y las pepitas molidas.
- Se licua el jitomate junto con los chiles y un trozo de canela para formar una salsa
- Se sofríe la salsa en una cazuela y al empezar a hervir se agrega un poco de sal.
- Mientras se sazona, se muele el ajonjolí, la pepita y el cacahuate con un poco del caldo donde se coció el jurel y se agrega a la salsa de jitomate formándose un pipián rojo.
- Se mezcla perfectamente el pipián rojo
- Se muele la tortilla y el pan, y se agregan al pipián.
- Por último, los clavos de olor se muelen en un molcajete y se agregan al guiso.
- Se deja sazonar todo a fuego bajo, rectificando la sal

Se sirven las postas de jurel con el pipián rojo acompañadas de arroz blanco y chile habanero cortado.

Jurel a la Cazuela

(rico en proteínas, omega-3, prebióticos y vitaminas)

Ingredientes:

- 6 postas de jurel
- ½ pza. Barrita de achiote
- 1 taza Jugo de naranja
- ¼ taza Jugo de limón
- ¼ taza Vinagre blanco
- 1 cda. Orégano
- ½ pza. Cebolla, fileteada
- 1 pza. Pimiento morrón rojo, en bastones
- 2 pzas. Papa, en rodajas
- 2 pzas. Jitomate guaje, sin semillas y en cubos
- 2 pzas. Chiles güeros, sin semillas y en bastones

Modo de Preparación:

- Lavar y salpimentar el Jurel
- Colocar en la licuadora achiote, jugo de naranja, limón, vinagre, orégano y procesar hasta obtener una salsa lisa.
- En un traste colocar el jurel salpimentado, añadir la preparación anterior y marinar durante 1 hora en refrigeración.
- En una cacerola con aceite caliente acitronar cebolla, pimiento, papas y sofreír durante unos minutos.
- Integrar a la preparación jitomate y chiles.
- Finalmente añadir las postas de jurel con un poco de jugo de la marinada, tapar y cocinar a fuego medio bajo, hasta cocer.

Se sirven las postas de jurel, si lo desea acompañadas con frijoles, tortillas y con rodajas de aguacate campechano.

Jurel a la Naranja Agria (rico en omega -3, Vitamina C)

Ingredientes:

- 4 Postas de jurel sin espina
- 1/4 taza de zumo de limón
- 1/4 taza de zumo de naranja agria
- Ralladura de la cáscara de 1 naranja
- 1/2 cucharadita de pimentón dulce en polvo (ají en polvo si deseas picante)
- 1/4 cucharadita de comino
- 1 cucharadita de ajo en polvo
- 2 cucharadas de aceite

Modo de Preparación

- Lavar el pescado con abundante agua y reserva.
- Tomar un recipiente y colocar el zumo de limón, zumo de naranja, la ralladura el aceite, el comino, el pimentón, el ajo, el aceite y un poco de sal.
- Mezclar los ingredientes y añadir el jurel para que tome el sabor de este condimento.
- Marinar el pescado en el refrigerador de 20 a 30 minutos, dándole vuelta para que se marine de manera uniforme.
- Cuando el pescado esté listo se elige si será asado, frito u horneado.
- Se desflema la hoja de plátano, pasando brevemente sobre la flama durante unos segundos para que se suavice y se pueda trabajar con ella.
- Se envolver el pescado en la hoja de plátano para su cocimiento.

Una vez listo el pescado puede servirse acompañado de chaya frita y caldo de frijol kabax.

También puedes acompañarlo con salsa de habanero asado y tamulado con rodajas de aguacate campechano.

Holoch de Jurel

(rico en energía, fósforo, omega-3 y prebióticos)

Ingredientes:

- 1 kg de masa
- 250 gramos de manteca
- 100 ml de aceite vegetal
- 1 Jurel de 1 kg.
- 4 dientes de ajo
- 4 jitomates en cubos
- 200 gr de cebolla blanca
- 1 rama de epazote
- 1 chile Xcatic
- 5 hojas de plátano
- Sal al gusto
- 1 cucharadita de agua

Modo de Preparación:

- Cocemos al vapor el jurel y cuando este bien cocido se desmenuza para el relleno.
- Se asa el chile Xcatic y se desflema y retira la semilla
- Para la salsa se sofríen los dientes de ajo, los jitomates en cubos, la cebolla y el epazote picado; y al final se le agrega el chile xcatic ya asado sin semilla y sal al gusto.
- Con eso ya tenemos el relleno y ahora cortamos las hojas de plátano del tamaño de una hoja de papel. más o menos. Las colocamos una por una, directamente sobre los hornillos de la estufa, hasta que estén suaves.
- En una cacerola batimos la manteca hasta que quede bien esponjada y le añadimos la masa de maíz y 1 cucharadita de agua; continuamos batiendo hasta que se obtenga una mezcla suave.
- Con una cuchara untamos una capa fina de la masa sobre las hojas de plátano. Con otro cucharón agregamos salsa y unas dos medidas del relleno desmenuzado. Doblamos las hojas desde las puntas hacia adentro, de forma en que todo quede contenido dentro de los tamales. A final amarramos con una tira delgada de la hoja de plátano. Repetimos con el resto de las hojas o hasta que se acabe la masa.
- Colocamos todos los holoches en una vaporera con agua hirviendo. Lo dejamos cocinar durante una hora o hasta que estén completamente cocidos.

Servimos los holoches calientes dentro de la hoja donde se cocinaron. ¡A disfrutar!

Discusión

Existe una gran diversidad de alimentos disponibles que la naturaleza campechana nos brinda, tanto del mar como vegetales; de ahí que podamos acceder a una alimentación altamente nutritiva; sin embargo, es importante estar conscientes que hay especies marinas como el **pulpo**, que es imprescindible solo consumirlo fuera de la época de veda, a fin de darle la oportunidad de crecer y que los pescadores lo comercialicen a un precio justo. Por el contrario, el **jurel** es un pescado poco conocido, sin mucha difusión de la forma como se puede consumir; por ello hay que aprovechar su amplia disponibilidad, que es durante todo el año, a un costo muy accesible.

Conclusiones

La prevalencia de enfermedades crónico degenerativas en México es elevada, lo que implica un reto importante de atención para el sistema de salud, a fin de incrementar la calidad en la expectativa de vida de la población; y es por eso que desde 2020, el *Centro Nacional de Programas Preventivos y Control de Enfermedades* promueve el enfoque de prevención. Sin embargo, es importante la prevención desde un abordaje integral, considerando el fomento de la actividad física, evitar el consumo de comida no saludable y promover una dieta sana con elementos propios de la región; además de que la población conozca las normas oficiales para el mejoramiento de su salud integral, esencialmente la *NOM-015*, sobre prevención, tratamiento y control de la diabetes mellitus; la *NOM-030*, acerca de la prevención, detección, diagnóstico, tratamiento y control de la hipertensión arterial sistémica; y la *NOM-043* relativa a los criterios de orientación de los servicios básicos de salud, en la promoción y educación alimentaria.

En este contexto, la cocina campechana responde a los criterios de la NOM, pues tiene influencias del mediterráneo (Meneses, L. R., 2022) y los alimentos de esta región y de las distintas estaciones, integrados a las propuestas culinarias, poseen componentes nutricionales ricos en antioxidantes como: omega-3, prebióticos, vitaminas, minerales, etc. que brindan alternativas gastronómicas equivalentes a la dieta mediterránea, altamente nutritivas, utilizando especies marinas como el pulpo y el jurel.

Aprovechar estos recursos es primordial para brindar una seguridad alimentaria a la población, ya que se busca la aplicación de los recursos pesqueros, frutas y verduras que son fuente de fibra saludable para el buen funcionamiento del organismo, así como ricas fuentes de antioxidantes.

A través de estas recetas campechanas se ofrece a la población una propuesta gastronómica con enfoque cardioprotector, con el objeto de contribuir al control de las enfermedades cardiovasculares y al mismo tiempo deleitar el paladar, de manera equiparable a

la dieta mediterránea, que es el modelo de alimentación ideal reconocido a nivel mundial para mejorar la salud cardiovascular; ya que la alternativa campechana respeta el medio ambiente, está apegada al nivel económico y es amigable con la cultura alimentaria de los habitantes de la entidad, quienes pueden acceder fácilmente a los ingredientes que la constituyen.

Referencias

- Barquera, Hernández, Trejo, Shamah, Campos, Rivera & Dommarco. (2020). Obesidad en México, prevalencia y tendencias en adultos. Ensanut 2018-19. *Salud Pública de México / vol. 62, no. 6, noviembre-diciembre de 2020.*
<https://www.medigraphic.com/pdfs/salpubmex/sal-2020/sal206i.pdf>
- Brown, J. E. (2010). *Nutrición en las diferentes etapas de la vida.* México y Latinoamérica: Mc Graw Hill.
- Cambranis, Valencia & Silva (2022). *Tablas del valor nutrimental de alimentos Campechanos.* Campeche: Universidad Autónoma de Campeche.
- CCH/UNAM. (2018). *Macro y Micronutrientes.* Colegio de Ciencias y Humanidades, Universidad Nacional Autónoma de México
<https://e1.portalacademico.cch.unam.mx/alumno/quimica2/unidad2/queSonLosAlimentos/macroMicronutrimientos>
- IMSS. (2016). *Diagnóstico y tratamiento de Dislipidemias (Hipercolesterolemia en adultos).* Instituto Mexicano del Seguro Social. Obtenido de
<https://www.imss.gob.mx/sites/all/statics/guiasclinicas/233GER.pdf>
- INSP. (2020). *Encuesta Nacional de Salud Pública (ENSANUT).* Secretaría de Salud, Subdirección de Comunicación Científica y Publicaciones del Instituto Nacional de Salud Pública (INSP), México.
<https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanutcontinua2020/doctos/informes/ensanutCovid19ResultadosNacionales.pdf>

- ISSSTE. (abril de 2017). *Sobrepeso y obesidad infantil*. (I. d. Estado, Productor, & Gobierno de México) <https://www.gob.mx/issste/articulos/obesidad-infantil#:~:text=La%20obesidad%20infantil%20es%20uno,superado%20solo%20por%20Estados%20Unidos.>
- Kaufner-Horwitz, Pérez-Lizaur & Arroyo, P. (2015). *Nutriología Médica*. Panamericana.
- Llanes, L. (2011). Enfermedades crónicas y vida cotidiana. *Revista Cubana de Salud Pública*, 488-499. <https://www.scielosp.org/pdf/rcsp/2011.v37n4/488-499/es>
- OMS. (2014). Constitución de la Organización Mundial de la Salud. Ginebra: Organización Mundial de la Salud. <https://apps.who.int/gb/bd/PDF/bd48/basic-documents-48th-edition-sp.pdf>
- OMS. (2021). *La OMS insta a los gobiernos a fomentar la alimentación saludable en los establecimientos públicos*. Ginebra: Organización Mundial de la Salud. <https://www.who.int/es/news/item/12-01-2021-who-urges-governments-to-promote-healthy-food-in-public-facilities#:~:text=No%20se%20deben%20destinar%20fondos,y%20otras%20enfermedades%20no%20transmisibles.>
- OPS/OMS. (2024). Enfermedades no trasmisibles. Ginebra. Organización Panamericana de la Salud. Organización Mundial de la Salud. <https://www.paho.org/es/temas/enfermedades-no-transmisibles>
- Pérez Escalante, S. (14 de febrero de 2011). Gran reto para la educación que brinda el Estado Mexicano en Campeche. Campeche, México: *Revista Hop'K'in*.
- Piedragil. (2018). *Caracterización fisiológica, nutrimental y bioquímica de variedades amarillas de mango (mangifera indica l) de reciente introducción a México*. Guerrero: Universidad Autónoma de Guerrero.

Rivera, M. &. (2021). La Organización Mundial de la Salud y la respuesta a brotes epidémicos: una historia de desafíos. *Revista Mexicana de Política Exterior*, número 119, 319-338.

<https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/view/23/24>

Secretaría de Salud /INEGI. (2019). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT/2018-2019)*. Comunicado de Prensa # 650, Secretaría de Salud. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Instituto Nacional de Salud Pública, CDMEX.

https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2018/doctos/informes/ensanut_2018_informe_final.pdf

Sector Salud / IES. (22 de enero de 2012). Norma Oficial Mexicana NOM-043-SSA2-2012, Servicios básicos de salud. Promoción y educación para la salud en materia alimentaria. Criterios para brindar orientación. Sector Salud Instituciones de Educación Superior *Diario Oficial de la Federación*.

https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5285372&fecha=22/01/2013#gsc.tab=0

Sector Salud /IES. (19 de Abril de 2017). Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-030-SSA2-2017, Para la prevención, detección, diagnóstico, tratamiento y control de la hipertensión arterial sistémica. Sector Salud Instituciones de Educación Superior

https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5480159&fecha=19/04/2017#gsc.tab=0

Sector Salud /IES. (3 de mayo de 2018). Norma Oficial Mexicana NOM-015-SSA2-2018, para la prevención, tratamiento y control de la diabetes mellitus. Sector Salud Instituciones de Educación Superior

https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5521405&fecha=03/05/2018#gsc.tab=0

UNAM. (8 de Mayo de 2024). Más de 75 % de la población presenta sobrepeso u obesidad En siete entidades (Sonora, Colima, Baja California, Yucatán, Tabasco, Quintana Roo y Campeche) la prevalencia es mayor a 80 por ciento. México: *Gaceta de la UNAM*.

<https://www.gaceta.unam.mx/mas-de-75-de-la-poblacion-presenta-sobrepeso-u-obesidad/>

Fuentes Documentales

- Barquera, Hernández-Barrera, Trejo-Valdivia, Shamah, Campos-Nonato, Rivera-Dommarco (2019) Obesidad en México, prevalencia y tendencias en adultos. *Ensanut 2018-19. Salud Publica Mex.* 2020; 62:682-92. <https://doi.org/10.21149/11630>
- Brown, J. E. (2010). *Nutrición en las diferentes etapas de la vida.* Editorial Mc Graw Hill
- Hernández, Brown, J. E. (2010). A. G. *Tratado de Nutrición: Nutrición Humana en el Estado de Salud.* Ed. Médica Panamericana.
- Bucholz EM, Rodday AM, Kolor K, Khoury MJ, de Ferranti SD.(2014) Prevalence and predictors of cholesterol screening, awareness, and statin treatment among US adults with familial hypercholesterolemia or other forms of severe dyslipidemia *Circulation.* 2018; 137(21): 2218-30. <https://doi.org/10.1161/CIRCULATIONAHA.117.032321>
- Centro Nacional de Programas Preventivos y Control de Enfermedades. (2020) Programa de Acción Específico Enfermedades Cardiometabólicas México: Cenaprece 2021 [citado febrero 16, 2023]. Disponible en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/714141/PAE_CME_cF.pdf
- Escamilla-Núñez MC (2023). Encuesta de Salud y Nutrición ENSANUT https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2018/doctos/informes/ensanut_2018_informe_final.pdf
- Gutiérrez JP, Rivera-Dommarco J, Shamah-Levy T, Villalpando S, Franco A, Cuevas L, (2021) Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012. Resultados Nacionales. Cuernavaca: Instituto Nacional de Salud Pública [citado febrero 16, 2023]. <https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2012/doctos/informes/ENSANUT2012ResultadosNacionales.pdf>
- Kaufer-Horwitz, M., Ana Bertha Pérez-Lizaur, & Arroyo, P. (2015). *Nutriología médica.* Panamericana.

- Ledón Llanes, L. (2011). Enfermedades crónicas y vida cotidiana. *Revista Cubana de Salud Pública*, 37, 488-499.
- Meneses, L. R. (2022). La Cocina Campechana. Un Mar de Aromas y Sabores. Campeche: Instituto Campechano.
- Moreno & Rivera. (2021). La Organización Mundial de la Salud y la respuesta a brotes epidémicos: una historia de desafíos. *Revista Mexicana de Política Exterior*, (119),319–338. <https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/view/23>
- Olaiz-Fernández G, Rivera-Dommarco J, Shamah-Levy T, Rojas R, Villalpando S, Hernández-Ávila M, Sepúlveda-Amor J (2006) Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2006. Cuernavaca: Instituto Nacional de Salud Pública, 2006 [citado febrero 16, 2023]. <https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanut2006/doctos/informes/ensanut2006.pdf>
- Organización Mundial de la Salud. (2006). Constitución de la Organización Mundial de la Salud. 45. Ginebra. http://www.who.int/governance/eb/who_constitution_sp.pdf.
- Organización Panamericana de la Salud. (2023) Informe de la evaluación rápida de la prestación de servicios para enfermedades no transmisibles durante la pandemia de COVID-19 en las Américas. Washington: OPS, 2020 [citado abril 24, 2023]. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52283>
- Organización Panamericana de la Salud (2020). The burden of noncommunicable diseases in the Region of the Americas. ENLACE data portal. Washington: PAHO, 2021 [citado febrero 7, 2023]. <https://www.paho.org/en/enlace/disease-burden-noncommunicablediseases>
- Piedragil Ocampo, B. (2018). Caracterización fisiológica, nutrimental y bioquímica de variedades amarillas de mango (*mangifera indica* L.) de reciente introducción a México. Master's thesis, Universidad Autónoma de Guerrero. México.

- Romero-Martínez M, Barrientos T, Cuevas L, Bautista-Arrendondo S, Colchero MA, Gaona-Pineda EB, et al. (2022) Metodología de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2022 y Planeación y diseño de la Ensanut Continua 2020-2024. Salud Publica Mex. <https://ensanut.insp.mx/encuestas/ensanutcontinua2022/doctos/analiticos/02-Metodologia-ENSANUT2022-65626-2-10-20220830.pdf>
- Rojas-Martínez R, Aguilar-Salinas CA, Romero-Martínez M, Castro-Porras L, Gómez-Velasco D, Mehta R. (2018) Tendencia en la prevalencia de síndrome metabólico y sus componentes en adultos mexicanos, Salud Publica México. sal216e.pdf (medigraphic.com)
- Secretaría de Salud. Norma Oficial Mexicana NOM-015-SSA2-(2010), Para la prevención, tratamiento y control de la diabetes mellitus. México: Diario Oficial de la Federación, [citado febrero 22, 2023]. https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5168074&fecha=23/11/2010#gsc.tab=0
- Secretaría de Salud. Norma Oficial Mexicana NOM-030-SSA2-(2009.) Para la prevención, detección, diagnóstico, tratamiento y control de la hipertensión arterial sistémica. *Revista Mexicana de Cardiología* 2011;22(3):115-144 [citado febrero 22, 2023]. <https://www.medigraphic.com/pdfs/cardio/h-2011/h113a.pdf>
- Secretaría de Salud. Norma Oficial Mexicana NOM-043-SSA2(-2012): Para educación Promoción y educación para la salud en materia alimentaria.
- Shamah-Levy T, Vielma E, Heredia O, Romero-Martinez M, Mojica J, Cuevas L, et al. (2020) Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. Resultados Nacionales. Cuernavaca: Instituto Nacional de Salud Pública, [citado Artículo S162 Salud Pública de México / vol. 65, suplemento 1 de 2023]
- Valencia Gutiérrez, Marvel del Carmen, Silva Cambranis Hilda del Carmen (2021) Tablas del valor nutrimental de alimentos Campechanos, Editado por la Universidad Autónoma de Campeche.

**Una Experiencia Multidisciplinaria
de Investigación
en Gráficas**

La educación debe promover el desarrollo integral del ser humano. Los grandes retos del sistema educativo como son la equidad, calidad, actualización, pertinencia, vinculación, movilidad, organización, formación de recursos, armonización y financiamiento permiten que la educación experimente una serie de importantes cambios y transformaciones que implementan estrategias efectivas para favorecer ambientes de aprendizaje óptimos, a través de los cuales tanto estudiantes como docentes pueden desarrollar las competencias que se exigen hoy en día.

El Benemérito Instituto Campechano como parte de su misión formadora es un organismo que prepara profesionales de calidad, ciudadanos ejemplares a través de su desarrollo académico integral con responsabilidad social y conciencia histórica; de ahí la necesidad y trascendencia de fomentar actividades que eleven la calidad de la educación y superación académica.

Como resultado de las experiencias multidisciplinarias de investigación expuestas durante el *Primer Foro Interdisciplinario de Investigación Gastronómica*, cuya intención fue ofrecer un espacio de sensibilización, reflexión y discusión en torno al bagaje de experiencias y opiniones de expertos en investigación para beneficio de estudiantes, profesores y directivos de esta alma máter, se elaboró esta *antología de compartencias*, donde participaron personal docente y discentes de distintas escuelas del *Benemérito Instituto Campechano como universidad pública*.

A continuación, se presentan algunas imágenes alusivas de este magno evento

Diana Eugenia Moguel Ruz

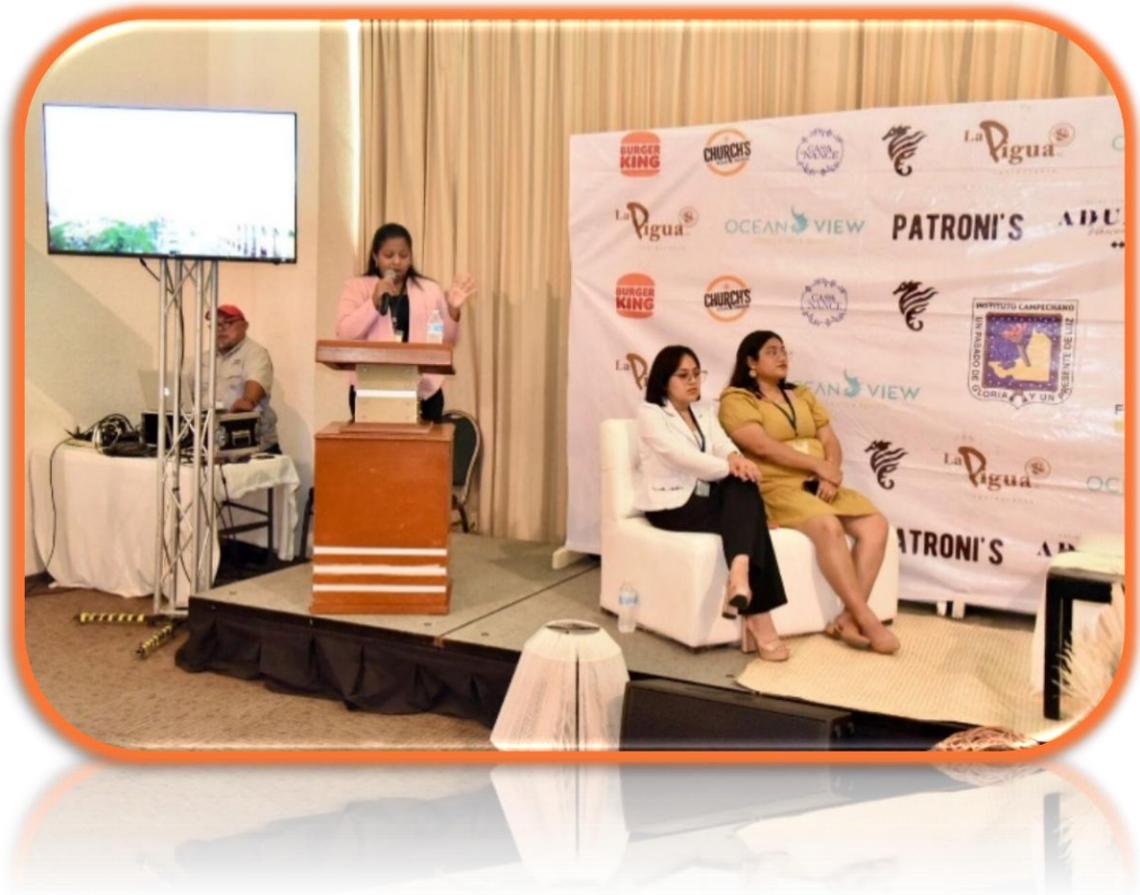




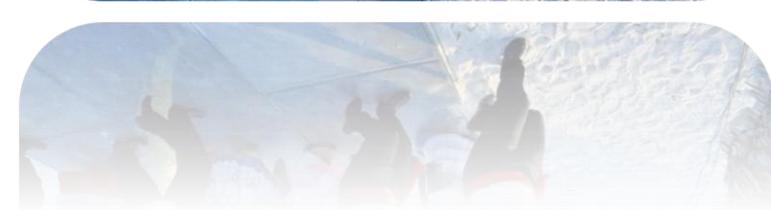












A manera de Corolario

La presente antología ha buscado ofrecer una mirada profunda y multifacética de diversos objetos de estudio de la investigación, cada uno con su propio enfoque disciplinario y relevancia en el contexto actual, a través del intercambio de experiencias de investigación multidisciplinaria, entendido como una perspectiva integradora y colaborativa de compartencias, que pone de manifiesto los métodos y los conocimientos aplicados en las diferentes áreas, al abordar diversos problemas complejos de forma holística.

La presente antología de compartencias ha buscado ofrecer una mirada profunda y multifacética en diversas áreas de investigación, cada una con su propia perspectiva disciplinaria y relevancia en el contexto actual, a través del intercambio de experiencias multidisciplinarias de investigación, labor entendida como el enfoque integrador que combina métodos y conocimientos de diferentes objetos de estudio, para abordar problemas complejos de manera holística.

Hemos explorado temas que abarcan desde la percepción cultural en las casas mayas de Edzná hasta el impacto de la tecnología en la vida estudiantil; también examinado la preservación de tradiciones religiosas a través del turismo; la transformación gastronómica mediante la ingeniería de menú; y la importancia de los hábitos de estudio y la atención en clase para el aprovechamiento académico.

Además, en este compendio se destacó la necesidad urgente de mejorar la divulgación académica en las redes sociales, mostrando cómo esta conectividad puede enriquecer la vida académica y promover a su vez el conocimiento. Asimismo, se exploró la comunicación organizacional efectiva en empresas modernas y la manera como se puede adoptar la dieta mediterránea con ingredientes locales en recetas de la comida campechana, a fin de llegar a ser un poderoso instrumento en la lucha contra las enfermedades crónico degenerativas de la entidad. Cada uno de los temas se han abordado con la intención de brindar al lector nuevas perspectivas y herramientas útiles para su vida profesional y personal.

Queremos expresar nuestro más sincero reconocimiento a todos los autores que contribuyeron con su valioso trabajo y dedicación a esta antología de compartencias. Su esfuerzo y compromiso hicieron posible esta recopilación multidisciplinaria que ha enriquecido el conocimiento y promovido un entendimiento más profundo de los temas tratados.

A nuestros lectores, extendemos un agradecimiento por su interés y curiosidad, esperando que estas experiencias multidisciplinarias de investigación, conformadas en una antología de compartencias del Instituto Campechano, hayan ofrecido nuevas perspectivas y herramientas útiles. *¡Gracias por acompañarnos en este viaje de exploración y descubrimiento!*

Diana Eugenia Moguel Ruz



LA IMPRESIÓN DE ESTA OBRA FUE HECHA BAJO LOS AUSPICIOS DEL INSTITUTO CAMPECHANO, EN LA DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN EN COORDINACIÓN CON LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

Este libro se terminó de imprimir el día 5 de septiembre de 2025 en la ciudad de San Francisco de Campeche, Campeche, México, por el Instituto Campechano, bajo la dirección: calle 10 #357, colonia Centro. C.P. 24000.

TIRAJE 200 EJEMPLARES. MÁS SOBRANTES PARA REPOSICIÓN.



AÑOS
INSTITUTO
CAMPECHANO



COLECCIÓN
165 AÑOS