



APRENDIZAJES QUE **TRASCIENDEN**

ANUARIO TRABAJOS FINALES
DE GRADUACIÓN **2023|2024**



UNIVERSIDAD
SIGLO 21

SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN **EDITORIAL UNIVERSIDAD SIGLO 21**





APRENDIZAJES QUE **TRASCIENDEN**

ANUARIO TRABAJOS FINALES
DE GRADUACIÓN **2023|2024**

2024 - 5° Edición

EQUIPO EDITORIAL

Edición general y coordinación editorial

Dr. Rafael Estrada

Mgter. Mariana Frandino

Revisión de contenido y compilación

Proc. Ana Porta

Lic. Manuela Araujo

Mgtr. Victoria Rubinstein

Biblioteca

Lic. Soledad Vivas

Diciembre de 2024

SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD SIGLO 21

secretariadeinvestigacion@ues21.edu.ar



AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

DIRECTOR PLANEAMIENTO, ESTRATEGIA Y DELEGADO RECTORAL **Lic. Juan Carlos Rabbat**

BOARD DIRECTOR - VICEPRESIDENTA DEL CONSEJO ADMINISTRATIVO **Mgter. María Belén Mendé**

ASESOR RECTORAL **Dr. Rodolfo Terragno**

RECTORA **Mgter. María Laura Rosso**

SECRETARIO GENERAL DE GESTIÓN Y OPERACIONES **Cr. Esteban Faur**

SECRETARIO GENERAL ACADÉMICO Y DE DESARROLLO **Dr. Leonardo Adrián Medrano**

SECRETARIO GENERAL DE ALUMNOS Y EXPANSIÓN **Paula Alberione**

VICERRECTOR DE ASUNTOS ACADÉMICOS **Mgter. Pablo Rivarola Padrós**

VICERRECTORA DE GESTIÓN INSTITUCIONAL **Mgter. Leticia Masfarré**

VICERRRECTORA DE INNOVACIÓN, INVESTIGACION Y POSGRADO **Mgter. Marcela Alejandra Tello**

SECRETARIA DE POSGRADO

SECRETARIA DE GESTIÓN HUMANA **Lic. Patricia Porello**

SECRETARIO DE INFORMÁTICA Y TECNOLOGÍA ACADÉMICA **Ing. Mariano A. Pacheco**

SECRETARIA DE ORGANIZACIÓN ACADÉMICA **Mgter. María Victoria Frandino**

SECRETARIO DE INVESTIGACIÓN **Dr. Rafael Guillermo Estrada Rodriguez**

SECRETARIO DE ADMINISTRACIÓN Y PRESUPUESTO **Mgter. Mariana Miranda Solari**

SECRETARIO DE GESTIÓN Y EVALUACIÓN ACADÉMICA **Ing. Martín Miguel Bracamonte**

SECRETARIO DE EXTENSIÓN, VINCULACIÓN E IMPACTO **Lic. Alejandro Castelli**

DIRECTORA DE INTELIGENCIA Y PLANNING **Cra. Romina Pilar Borrani**

DIRECTOR GENERAL DE CENTROS DE APRENDIZAJES UNIVERSITARIOS Y SEDES
Lic. Marcelo Daniel Giannaula

DECANO DE CIENCIAS APLICADAS **Ing. Carlos Alberto Ramonda**

DECANA DE CIENCIAS DE LA SALUD **Dra. Ruth Lía Kaplan**

DECANO DE CIENCIAS DEL DERECHO **Mgter. Paula Susana Alladio**

DECANA DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN Y MANAGEMENT **Mgter. Analia Raquel Nieves**

DECANA DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES **Lic. María Eugenia Scocco**

DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN **Dra. Macarena Perusset Veras**

DIRECTORA DE TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN **Mgter. Mariana Constanza Frandino**



APRENDIZAJES QUE
TRASCIENDEN

ANUARIO TRABAJOS FINALES
DE GRADUACIÓN **2023|2024**

Prefacio	17
CIENCIAS APLICADAS	18
Prefacio Decanato de Ciencias Aplicadas	20
Licenciatura en Diseño de Indumentaria y Textil	
Indumentaria Cíclica por Monteresino, por Rocío Belén	21
Diseño de indumentaria de equitación ergonómica y accesible para los iniciados en el deporte por Nieto, por Rocio Macarena	27
Licenciatura en Diseño Gráfico	
DearMe: Aplicación móvil enfocada en Wellnes por Coppari, Giuliana	32
Cátedra de Audioperceptiva II: diseño de libro interactivo por Mariatti Luciana	39
Bethel - Casas de Dios: Identidad visual y promoción en medios digitales por Neirotti Pittón Valentina	43
Licenciatura en Diseño y Animación Digital	
El arte de crear un personaje 3D: Una exploración del proceso de producción por Santillán, Julieta	49
El proceso artístico para la creación de un personaje 3D por Tosello, Agustín	56
Licenciatura en Higiene Seguridad y Medio Ambiente del Trabajo	
Cómo se desarrolla la respuesta a emergencias en la cuenca petrolera del Golfo San Jorge, Provincia de Chubut por Rojas, José María	63
Licenciatura en Informática	
Sistema de Gestión de atenciones nutricionales - NutriHis por Macías, Juan José Ramiro	69
Blockchain en la cadena de suministros forestales por Rambo, Mauro Emmanuel	73

Privacidad en reconocimiento biométrico mediante el uso de tecnología blockchain por Rivara, Eduardo Luis	78
Ingeniería en Innovación y Desarrollo	
Estrategias para la gestión del cambio y la transformación digital a fin de optimizar la inteligencia de negocio en la Empresa Econovo por Megetto, María Virginia	88
Ingeniería en Software	
Sistema de asistencia a centros de diálisis y seguimiento de pacientes por Barrionuevo, Agustín Ariel.....	92
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN Y MANAGMENT	96
Prefacio Decanato de Ciencias de la Administración y Management	98
Contador Público	
Determinación de estructura financiera óptima para empresas comerciales por Chiappella, Débora Alejandra.....	99
Entre nubes y balances (análisis de los estados contables 2017 a 2021 de Aerolíneas Argentinas) por Meroi, Martin Nicolás.....	104
Licenciatura en Administración	
Inclusión financiera: pagos con QR y criptomonedas por Carranza, Virginia	108
Rentabilidad sustentable por Galaz, Abril Agostina	114
Licenciatura en Administración Agraria	
Criptomonedas en el agro: evaluación de su viabilidad y potencial de desarrollo en empresas agropecuarias por Vazquez, Facundo José	118
Licenciatura en Ambiente y Energías Renovables	
Marco para el cálculo de huella de carbono en FADEPA por Chiselino, Catalina	123
Gestión integral del agua en la finca La Emilia SRL: Manual de Buenas Prácticas Ambientales por Salso, Micaela Belén	131

Licenciatura en Comercialización

Comportamiento del consumidor online - "La influencia de los niños, niñas y adolescente en la intención de compra en el ecosistema digital" por Cavarra, Florencia Luana 137

Licenciatura en Comercio Internacional

Logística internacional: tiempos de despacho de contenedores de exportación desde Córdoba hasta Melbourne, Australia por Ayala Giraudo, Romina P. 144

Licenciatura en Emprendimiento

Innovación abierta con Santexgroup|RockingData aplicada a la experiencia de usuario en una APP de gestión de eventos de Signature Boston por Corradini, Diego Fernando 150

Innovación Abierta Santex-Lambda y transformación digital del Club Atlético Paracao de Paraná por Fortina, Yanina María Julia..... 155

Licenciatura en Gestión Ambiental

Manejo de residuos del Parque Industrial De General Deheza por Calcabrini, Alejandra 158

Licenciatura en Gestión de Recursos Humanos

Nueva mirada: el liderazgo coach como motor principal de la marca empleadora por Ramirez, Matías Ezequiel 162

Licenciatura en Gestión Turística

La potencialidad turística con relación al tanototurismo del Hospital Colonia Santa María de Punilla por Álvarez Brusa, Nahuel Nicolás 168

Proyecto de desarrollo de producto turístico en finca la Emilia por Cárcamo, Micaela Agustina..... 174

Hallyu, el impacto de la ola coreana en el turismo por Leguizamón, María José 179

La potencialidad de la música y la danza folklórica como recurso turístico de la Patagonia Argentina por Tranche, María José..... 183

CIENCIAS DE LA SALUD	188
Prefacio Decanato de Ciencias de la Salud	190
Licenciatura en Gerontología	
Bienestar emocional de los adultos mayores interactuando con animales por Piedra, Fanny Elizabeth	191
Licenciatura en Nutrición	
La implementación del etiquetado frontal y su impacto en la decisión de compra en estudiantes por Romero Lorenzi, Matías Nicolás	195
Suplementación con creatina monohidrato en adultos mayores: Un análisis integral de sus efectos por Olmedo Ramirez, Ignacio Santiago	201
Licenciatura en Psicología	
Comunicación asertiva, optimismo y resiliencia: taller psicoeducativo para el Hotel Howard Johnson Villa Carlos Paz por Aravena, Oriana	207
Expectativas y motivos de consumo de alcohol: evaluación del Modelo de Predisposición Adquirida por De La Vega, Nicolás	211
Expectativas hacia el alcohol, contextos de consumo y procrastinación académica en estudiantes universitarios Francitorra, por Joaquín Tomás	215
Autoestima y deserción escolar en el Instituto Provincial de Enseñanza Media N° 193 José María Paz por Irastorza, Rosario	221
Formación docente en inteligencia emocional para abordar las necesidades educativas especiales en Instituto Santa Ana por Peruchini, Lucila Carolina	225
CIENCIAS DEL DERECHO	230
Prefacio Decanato de Ciencias del Derecho	232

Abogacía

Femicidio y violencia de género: un análisis del caso Paola Acosta desde una perspectiva jurídica y normativa por López, Lorena Mariel 233

La ponderación de la prueba en el despido discriminatorio por Silva, Mariana Florencia 237

Derechos: la importancia de nuestros principios laborales resueltos a la luz de un problema axiológico por Velasquez, Debora Danisa 242

Licenciatura en Criminología y Seguridad

Impacto de la educación emocional para la prevención del delito en la niñez y adolescencia por Homenuc, Gabriela Alejandra 247

CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES**252**

Prefacio Decanato de Ciencias Humanas y Sociales 254

Licenciatura en Educación

Modelos de aprendizaje innovadores en IPEM N.º 193 José María Paz: Inclusión de TIC por Escumbarti, Gabriel Alejandro 255

Capacitación en secuencias didácticas articuladas e innovadoras para ciclo orientado. Saldán, Córdoba por Mielgo, Maricel Evangelina 259

Gestionar una escuela donde todos puedan aprender por Saifert, Ana Laura 264

Licenciatura en Periodismo

Análisis del discurso en publicaciones de Instagram sobre Salud Mental por Segnini Linares, Andrea Nathaly 269

Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales

Cultura de la cancelación: su impacto en la imagen de figuras públicas por Gómez Sadir, Celina 274

Los macroinfluencers de turismo y su relación con su audiencia de las generaciones X y millennial por Venturini, Natalia 282

Licenciatura en Relaciones Internacionales

Construyendo puentes internacionalmente sostenibles: el área metropolitana de Córdoba y Lahti en la gestión de residuos <i>por Fassi, Trinidad</i>	287
Desarrollo de la infraestructura digital de Córdoba Capital como Smart City para su inserción global <i>por Muneta, Adolfo</i>	292
El Rol de la MOE de OEA en las elecciones Municipales de Nicaragua, 2017 <i>por Novo, Nayla Mailen</i>	296

POSGRADO **302**

Prefacios	304
El adulto mayor en el derecho de las familias y violencia familiar <i>por Gastaldi Fachín, Andrea Carolina</i>	313
Determinación de oficio sobre base presunta y proceso penal <i>por Sarmiento, María Lourdes</i>	318
Plan de marketing para alcanzar el objetivo de ventas 2023 de cursos, certificados, programas y diplomaturas de institución universitaria <i>por Gagliesi, Juan José</i>	322
Plan de posicionamiento y comunicación para las visitas guiadas del Observatorio Astronómico de Córdoba <i>por Rubinstein, Victoria</i>	327
El fortalecimiento de la cadena de valor de la quinua. El caso de Jujuy <i>por Bautista, Ingrid Anahí Karen</i>	331
Valoración de las manifestaciones autoincriminantes vertidas del imputado en su declaración en el proceso penal en Córdoba <i>por Dhooge, Brenda Melanie</i>	337
Educación sostenible y creatividad <i>por Cabezas, Alicia María</i>	343
Utilización de la inteligencia de negocios en startups <i>por Ramonda, Carlos Alberto</i>	351

Implementación de una solución de Business Intelligence para mejorar la toma de decisiones en GH Farma por Pedano, Dario	358
NNA en la red. La IA en la prevención del grooming y la explotación sexual por Agusti, Yanina	361
Listado de autores	369



Este anuario de trabajos finales de graduación de grado y posgrado es una muestra concreta del compromiso de nuestros estudiantes con la innovación y la construcción de un futuro prometedor. En un contexto como Argentina, donde el acceso a la educación superior ha sido históricamente un desafío, cada uno de estos trabajos es testimonio del esfuerzo y la dedicación de quienes han alcanzado este importante hito en su desarrollo profesional. Los trabajos finales presentados no solo son fruto de una destacada formación académica, sino también el resultado de un proceso de reflexión creativa y responsable, de conciencia social y de un firme compromiso ético. Cada proyecto refleja la capacidad de nuestros estudiantes para abordar y buscar respuestas a problemáticas actuales con soluciones innovadoras, demostrando que el conocimiento y las competencias recibidas a través de su formación universitaria, son herramientas claves para el progreso y la mejora personal y de la sociedad.

Al celebrar los logros de nuestros estudiantes a través de sus trabajos finales de graduación, renovamos también el compromiso institucional con una educación inclusiva, de calidad y orientada al desarrollo humano y social. Creemos firmemente que la educación superior es clave para impulsar el crecimiento y el progreso de nuestro país, forjando líderes y ciudadanos comprometidos, capaces de inspirar y movilizar cambios significativos en la comunidad.

A través de estas páginas, invitamos a los lectores a descubrir el potencial transformador de las ideas novedosas y creativas, nacidas de mentes curiosas y comprometidas. Nos enorgullece acompañar a nuestros estudiantes en este trayecto de su formación y presentar en esta edición una muestra de su esfuerzo y su contribución al conocimiento. Estamos convencidos de que estos trabajos no solo representan un logro académico, sino también un faro de esperanza y un llamado a la acción para aquellos que buscan construir un futuro más justo, equitativo y lleno de posibilidades.

Mgter. Mariana Frandino
Directora Trabajo Final de Graduación

Mgter Ing. Carlos A. Ramonda
Decano de Ciencias Aplicadas

UNIVERSIDAD
SIGLO 21



Ciencias Aplicadas

TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN
2023 | 2024

Decanato de Ciencias Aplicadas

El anuario que tienen en sus manos es un testimonio del talento, la creatividad y la capacidad de innovación de las y los estudiantes de nuestro Decanato de Ciencias Aplicadas. Cada trabajo final de graduación aquí presentado es el resultado de meses de investigación, diseño y ejecución, abordando desafíos contemporáneos con una visión orientada al futuro.

Bajo nuestra categoría teórica “Diseño del Futuro”, estos proyectos no sólo resuelven problemas actuales, sino que también imaginan y dan forma a escenarios futuros, anticipándose a las necesidades de una sociedad en constante transformación. Las temáticas reflejan una diversidad y profundidad que nos llenan de orgullo, mostrando cómo una aproximación polímata —donde convergen conocimientos de distintas disciplinas— es esencial para abordar la complejidad del mundo actual. En la intersección entre nuevas tecnologías, ingenierías y diseños, nuestros estudiantes del decanato, han construido soluciones y perspectivas innovadoras que impactan de manera tangible en su entorno.

A las generaciones venideras, las alentamos a seguir explorando con valentía las fronteras del conocimiento, cultivando una curiosidad ilimitada y una visión integradora que trascienda fronteras disciplinares. Felicitamos a nuestros graduados por este importante logro y los invitamos a continuar innovando desde la imaginación y la acción. Les animamos a recorrer y descubrir los trabajos presentes en las siguientes páginas, donde se encuentran ideas que conectan saberes y construyen futuros.

Ing. Carlos A. Ramonda
Decano de Ciencias Aplicadas

Indumentaria Cíclica

AUTORA

Monteresino, Rocío Belén
rociomonteresino@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Diseño de Indumentaria
y Textil

REVISIÓN

Romina, Alguacil

RESUMEN

El presente proyecto final de grado tuvo como finalidad abordar la problemática de los residuos provocados por la industria textil y la indumentaria, desarrollando una colección de prendas biodegradables, donde todos los materiales vuelven a la industria o a la naturaleza. Sin embargo, el compromiso no ha sido únicamente ambiental, sino también social y económico, trabajando junto a organizaciones que promueven el progreso local y regional; e impulsando y promoviendo un consumo más consciente y responsable.

PALABRAS CLAVE

Indumentaria biodegradable; triple impacto; sustentabilidad; slow fashion.

INTRODUCCIÓN

McDonough y Braungart ya lo dijeron en el 2005: “La naturaleza no tiene un problema de diseño. Lo tenemos nosotros.” (p.14). La industria actual está dominada por diseños “de la cuna a la tumba”, productos que, una vez terminada su vida útil, son arrojados a vertederos y basurales. Una vez que la pieza llega a su tumba, no solo contamina al medio ambiente, sino que también se pierden materiales preciados que podrían reutilizarse, o bien, volver a la tierra para nutrirla. (McDonough y Braungart, 2005).

En la cadena de suministro lineal, el consumidor es el responsable de la eliminación de las prendas. Es así como cada año se pierden alrededor de 500.000 millones de dólares en ropa con muy poco uso que no se recicla, representados en un total 92 millones de toneladas de residuos sólidos. (Blum, 2021)

En un esfuerzo desmesurado por aumentar la velocidad de entrega, y bajar los costos y precios de las prendas, se relega la calidad a niveles mínimos indispensables. Esto motiva la necesidad de cambiar habitualmente la ropa, acortando su ciclo de vida incluso cuando el tejido podría durar décadas. (Greenpeace, 2012)

Según diferentes fuentes, la industria textil es la segunda más contaminante del mundo detrás de la petrolera. Los datos aportados afirman, por ejemplo, que el 20% de los vertidos tóxicos al agua proceden de este sector, que en la producción de algodón es utilizado el 11% de los pesticidas y el 24% de los insecticidas usados en todo el mundo, o que la fibra de poliéster tarda 200 años en descomponerse, mucho más del tiempo que la prenda que lo contenga será utilizada. (BBC Mundo, 2017; Sánchez, 2016).

Para trasladar la problemática al contexto local, podemos decir que en Córdoba el 7% de los residuos sólidos son derivados de textiles, tanto de industrias como de hogares, los cuales en su gran mayoría terminarán en vertederos o siendo enterrados. La Agencia de Protección Ambiental asegura que alrededor de un 85% de los textiles producidos terminan en basurales, contaminando las napas terrestres y ralentizando el proceso de degradación de la basura. (Generación Vitnik, 2018)

El exorbitante consumo y desecho de la indumentaria ha comprometido no solo la salud del medio ambiente, sino también, en consecuencia, a la del mismo ser humano. Es esencial concientizar a los usuarios y consumidores sobre la trazabilidad de los productos, sus componentes, cómo ha sido producido, quiénes han interferido y cómo eliminar la prenda para que no se convierta en un residuo contaminante. Pero la responsabilidad de los diseñadores no concluye en la mera concientización, sino que se debe actuar al respecto. Se debe concebir a los productos eliminando desde el diseño la posibilidad de que se conviertan en basura.

MATERIALES Y MÉTODOS

El desafío del cual se ha partido para encaminar este proyecto es generar un impacto positivo a nivel ambiental, social y económico en la comunidad a través del desarrollo de una marca de indumentaria biodegradable y sostenible. La capacidad de biodegradabilidad aporta a la reducción de residuos de los consumidores, ya que, terminada la vida útil de la prenda, esta puede volver a la naturaleza y no contaminar. Entendiendo que el desarrollo sostenible y sustentable solo se logra cuando diferentes agentes de la sociedad participan conjuntamente hacia este fin, en el presente proyecto se plantea la colaboración con diferentes cooperativas locales y tejedoras individuales de las localidades de Córdoba y La Para. El mismo también se adhiere a la campaña “yo hago tu ropa” propuesta por la ONG Fashion Revolution para garantizar la transparencia y reivindicar el valor del trabajo que hacen las personas a cargo del proceso productivo.

En los inicios del proyecto se pretendía utilizar materia prima nacional, orgánica y que no contuvieran procesos químicos o de teñido. Sin embargo, ha sido imposible encontrar materiales con estas características en el mercado, e incluso ha sido difícil encontrarlos compuestos en su totalidad por fibra vegetal o animal. Como respuesta a esta problemática, se han utilizado textiles compuestos enteramente de algodón disponibles en el mercado local, con previa prueba de combustión de cada uno de ellos para asegurarse de su composición vegetal. También se ha utilizado lana de oveja y llama de industria nacional proveniente de proveedores con responsabilidad empresarial en los ámbitos ambiental y laboral.

Al ser uno de los objetivos principales no generar desperdicios, no solo se utilizan materiales naturales y biodegradables, sino que también se ha desarrollado un sistema que permite el retorno de las prendas a la marca para gestionar su reutilización o eliminación. En este sistema se busca promover que el cliente regrese la prenda a la marca a cambio de diferentes beneficios. Una vez que la prenda sea devuelta a su punto de origen, los encargados definirán el destino de la misma dependiendo de su estado, pudiendo terminar en alguno de los siguientes destinos:

Reutilización:

- Se venderán las prendas que aun puedan ser utilizadas con el sistema de comercio circular y tiendas de segunda mano. Este servicio se ofrecerá como una sección de la marca.
- Se acondicionarán las prendas que los necesiten y puedan ser vendidas como segunda mano.
- A las prendas que ya no cumplan con los estándares de calidad de la marca y no puedan ser vendidos como segunda mano, se les extraerán los avíos que estén en condiciones y lo

restante será donado a organizaciones que reutilicen textiles y avíos.

Eliminación:

- Las prendas que no puedan reutilizarse serán biodegradadas en compost, el cual será donado a organizaciones que lo utilicen en reacondicionamiento ambiental.

A continuación, se puede visualizar una matriz FODA, donde se especifican las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que posee el proyecto:

Figura 1: Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de generar impacto ambiental, social y económico positivo a nivel local y regional. • Productos, servicios e implementación de sistemas innovadores. <ul style="list-style-type: none"> • Variedad en la línea de productos. • Excelente calidad y funcionalidad. • Promoción del consumo responsable local. • Materias primas nobles y biodegradables. 	<ul style="list-style-type: none"> • Limitada y escasa variedad de materia prima sustentable disponible en el mercado. <ul style="list-style-type: none"> • Altos costos en algunos insumos. • Materia prima no totalmente sustentable o ecológica. • Las prendas tejidas toman mucho tiempo para su producción.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Creciente preocupación por el medio ambiente y la responsabilidad social empresarial. • Generar alianzas o colaboraciones con otras marcas de indumentaria u organizaciones con responsabilidad social y ambiental. <ul style="list-style-type: none"> • Ampliación en la variedad de diseños. • Incorporación de las prendas en locales multimarca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desinformación del público. • Competencia de marcas consolidadas. <ul style="list-style-type: none"> • Presión por el precio competitivo. • Incremento en los impuestos, inflación y costos generales. • Inestabilidad y crisis económica.

Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS

Como resultado se desarrolló la marca llamada “Cyclique”, cuyo nombre proviene de la palabra “cíclico”, la espina dorsal del proyecto presentado. Se busca que transmita el objetivo principal de la misma, que las prendas cumplan un ciclo amigable con la sociedad y el medio ambiente.

Dicha marca cuenta con una colección de indumentaria sin género, clásica y minimalista, con algunas prendas más audaces que juegan con la modernidad sin perder de vista la atemporalidad. La colección se plantea como parte de la temporada de entretiempo contando con dos líneas, una de prendas destinadas a la vida diaria y cotidiana, y otra destinada a la vida nocturna y más formal.

Con los tejidos planos de algodón se han desarrollado camisas, blusas, pantalones, camperas, blazers y sacos; mientras que con la lana de algodón y oveja se han realizado chalecos, sweaters y cardiganes. Algunas de las prendas tejidas a mano cuentan con la particularidad de ser únicas e irrepetibles porque contienen diferentes patrones que serán elaborados por las tejedoras.

Para finalizar, los resultados obtenidos en el desarrollo de la marca “Cyclique” son un reflejo del esfuerzo por enfrentar los desafíos ambientales y sociales que plantea la industria textil. La creación de prendas biodegradables y sostenibles, si bien presenta limitaciones en cuanto al acceso a materia prima completamente orgánica y libre de procesos químicos, ha permitido avanzar en la búsqueda de alternativas más responsables y éticas, por lo que se considera que se han cumplido los objetivos planteados al inicio del proyecto con buenos resultados, además de que se ha logrado resolver la problemática del uso de elásticos de poliéster al sustituirlo con un sistema de ajuste mediante botones. Sin embargo, la mejora continua es uno de los pilares de la sustentabilidad, por lo que se está predispuesto y en busca de nuevas materialidades y técnicas que puedan sumar valor y ser más amigables con el medio ambiente, los trabajadores y la comunidad.

DISCUSIÓN

El proyecto ha demostrado que es posible desarrollar un modelo de negocio textil en el que se minimice el impacto ambiental, tanto mediante el uso de materiales naturales como en la implementación de un sistema de retorno de prendas para su reutilización o eliminación responsable. La capacidad de biodegradación de las prendas y el compromiso con la transparencia en la producción son pasos importantes hacia la creación de un sistema circular que minimice los desechos y promueva la responsabilidad compartida entre productores y consumidores.

Otro aspecto relevante es el sistema de retorno de prendas desarrollado por la marca, el

cual representa un enfoque novedoso en el contexto local para incentivar a los consumidores a participar activamente en la prolongación del ciclo de vida de las prendas. Esta práctica, aunque no exenta de desafíos, podría tener un impacto significativo en la reducción de residuos textiles. A largo plazo, este sistema tiene el potencial de servir como modelo replicable en otras industrias y comunidades.

Finalmente, aunque se han logrado avances significativos, la sostenibilidad es un proceso en constante evolución. Los resultados de este proyecto destacan la importancia de seguir investigando y explorando nuevas materialidades y técnicas que no solo minimicen el impacto ambiental, sino que también mejoren las condiciones de trabajo y fortalezcan las economías locales. La colaboración con cooperativas y tejedoras individuales, en este sentido, ha sido un aspecto fundamental del proyecto que no solo ha permitido fortalecer los lazos comunitarios, sino también poner en valor el trabajo artesanal en un contexto dominado por la producción industrial.

En conclusión, aunque el proyecto “Cyclique” ha enfrentado obstáculos, ha sentado una base sólida para el desarrollo de una industria textil más responsable y sostenible. Los resultados indican que el cambio hacia un modelo circular es posible, pero que requiere de un compromiso continuo con la mejora y la innovación para superar las limitaciones estructurales actuales.

REFERENCIAS


BBC Mundo. (12 de marzo de 2017). ¿Sabes cuál es la industria más contaminante después de la del petróleo? BBC Mundo. Recuperado de <http://www.bbc.com/mundo/noticias-39194215>
Blum P. (2021). Moda circular. Barcelona: Blume.

Generación Vitnik. (2018). La industria textil y la problemática ambiental. Recuperado de <http://www.generacionvitnik.com/2018/08/06/la-industria-textil-y-la-problematica-ambiental/#:~:text=Seg%C3%BAn%20un%20reciente%20informe%20de,plazo%20para%20minimizar%20el%20desperdicio>

Greenpeace International. (2012). Puntadas tóxicas: El oscuro secreto de la moda. Amsterdam, Países Bajos: Greenpeace International. Recuperado de <https://archivo-es.greenpeace.org/espana/Global/espana/report/contaminacion/detox.pdf>

McDonough W. y Braungart M. (2005). Cradle to cradle: (de la cuna a la cuna): rediseñando la forma en que hacemos las cosas. Madrid: Mc Graw-Hill.

Sánchez, C. M. (13 de septiembre de 2016). La industria textil, la segunda más contaminante del planeta. XL-Semanal. Recuperado de <http://www.xlsemanal.com/actualidad/20160913/cataclismo-la-fast-fashion.html>



Diseño de indumentaria de equitación ergonómica y accesible para los iniciados en el deporte

AUTORA

Nieto, Rocio Macarena
rocmac2010@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Diseño de Indumentaria y Textil

REVISIÓN

Romina, Alguacil

RESUMEN

El trabajo final de grado tuvo como objetivo generar una propuesta de diseño de indumentaria dirigida a un nicho de mercado desatendido, en este caso las personas iniciadas a la práctica de la equitación. La idea fue desarrollar una indumentaria deportiva ergonómica y accesible.

El público receptor de la propuesta sería niñas y mujeres de entre 10 a 25 años, que hace poco tiempo practican equitación. Se investigó sus preferencias y limitaciones a la hora de adquirir la indumentaria que dio origen a la propuesta.

Actualmente la indumentaria para este deporte es muy costosa y hay muy poca oferta, lo que genera que a los deportistas iniciados se les dificulte acceder a ella. Esto provoca que se realice la actividad sin la vestimenta adecuada.

El proyecto tomó como guía a marcas internacionales en cuanto calidad y precios, en busca de alcanzar el mismo nivel, pero utilizando materia prima y mano de obra local. Esto generaría una mejora e incremento de la economía nacional, además de brindar un produc-

to de calidad y accesible para el usuario de industria argentina.

PALABRAS CLAVE

Equitación - Indumentaria ergonómica - Accesibilidad - Indumentaria deportiva de industria argentina

INTRODUCCIÓN

Desde un comienzo el ser humano tuvo la necesidad de aprovechar los recursos que le ofrecía su entorno para la supervivencia, una de ellas fue su relación con el caballo. Chambry (2010) plantea que este vínculo se remonta desde la edad de bronce donde el caballo empezó a ser un aliado en la labor humana, un elemento de trabajo y acción, constituyéndose así en una pieza vital de una nueva era de la humanidad. Al principio fue utilizado con propósitos básicos como el transporte de materiales y personas, como así también una herramienta para el trabajo, entre otros.

Posteriormente, el hombre fue reconociendo en el animal la posibilidad de otro tipo de relación, surgiendo de esta manera en forma paulatina, actividades recreativas y/o de entretenimiento posibilitando un nuevo vínculo (caballo- jinete) donde la relación generaba satisfacción/placer. Este vínculo se conoce como “binomio”, concepto que refiere a la pareja formada por un jinete y amazona con su caballo o yegua, ambos son tomados como una unidad o elementos en equilibrio dependientes uno del otro.

Esta nueva relación fue dando lugar a las actividades ecuestres caracterizadas por su entorno natural y, al pasar el tiempo, fueron surgiendo distintas especialidades entre ellas la equitación como un deporte que se practica a caballo en sus diferentes pruebas o modalidades. Los jinetes en este deporte-arte, deben conocer a la perfección a su caballo, así como saber montarlo y conducirlo con precisión.

La equitación ha sido considerada socialmente a través de las diferentes generaciones como un deporte de lujo y también un deporte de elegancia y belleza.

Los argentinos usan la palabra “lujo” con frecuencia en la vida cotidiana, pero siempre para referirse a situaciones de placer y gratificación. (...). En términos de atributos, “Lujo” para los argentinos quiere decir calidad, exclusividad, inaccesibilidad y elegancia y las categorías que se asocian naturalmente con él, son las tradicionales (autos, viajes, indumentaria, vinos, joyas & relojes) y aparecen con fuerza otras nuevas que cobran singular importancia, como los tratamientos de belleza y spa, los productos gourmet y la educación (Sierra, 2013).

Por otra parte, en nuestra sociedad, como en muchas otras podemos observar que puede existir cierta relación entre el estatus social y el deporte practicado. Esto conduce

a la siguiente pregunta ¿Es la equitación un deporte elitista? Todo deporte requiere de un equipamiento específico y en algunos casos, instalaciones. Estos dos factores en el caso de la equitación supondrían una barrera económica que se establece entre los diferentes estratos sociales de la sociedad.

Atendiendo a uno de los factores del deporte, equipamiento del usuario, se buscó lograr una mayor accesibilidad en torno a la indumentaria que permita la práctica de este deporte al jinete o amazona, considerado este un elemento clave que hace a la seguridad y comodidad del deportista. Generando así una propuesta de diseño adaptada al deporte direccionada a quienes se inician en las diferentes disciplinas de la equitación brindando piezas de calidad y a un menor costo aportando elegancia y belleza.

Entonces, ¿de qué manera se puede democratizar o hacer accesible la indumentaria en este deporte a las personas de menos recursos iniciadas en la actividad?

MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología de investigación utilizada en el proyecto tuvo un enfoque mayormente cuantitativo y se consideraron algunos aspectos cualitativos, dado que buscaba recabar información de su grupo de interés de manera externa y objetiva.

El tipo de investigación fue descriptiva en razón de que la información que se esperaba brinde la muestra estaría cargada de características, detalles, propiedades, datos, comportamiento de consumo y preferencias del usuario. Estos datos permitirían reconocer cuantitativa y cualitativamente la necesidad que dio origen a esta investigación.

Como técnica de recolección de datos se llevó a cabo una encuesta anónima a través de un cuestionario de Google Forms. Allí se realizaron preguntas cerradas con respuestas ya predefinidas; y preguntas semi abiertas que dieron lugar al encuestado a expresar otra opción, en busca de enriquecer la información. El muestreo es no probabilístico intencional, ya que las encuestas estuvieron dirigidas a grupos específicos de personas que realizan equitación y especialmente a los iniciados en el deporte. La muestra fue de un mínimo de 100 personas.

Se buscó obtener información acerca de: la edad de los iniciados en el deporte, el equipamiento con el que cuentan; qué características de diseño y funcionales les resultan interesantes y necesarias en las prendas, además de cuáles son las limitaciones o preferencias al momento de adquirirlas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Lejos de una intencionalidad de poner en discusión si la equitación es o no un deporte de lujo, lo que se buscó fue democratizar la indumentaria de equitación para que sea accesi-

ble a quienes se inician en el deporte.

En busca de construir un proyecto de diseño en base a un usuario, se tuvo en cuenta las presentes conclusiones que se desprendieron de la investigación.

- La propuesta se enfoca en un público femenino y atendiendo a la diversidad etaria, se deberá establecer como parámetro para el diseño prendas dirigidas a adolescentes y jóvenes de 10-25 años.
- La muestra arroja una realidad de que la mayoría son iniciados en el deporte ya que toman clases de escuela o personalizadas, haciendo acento más en el hobby que en lo profesional, siendo este un dato relevante para diseñar prendas de mayor versatilidad que cumplan con los requisitos de seguridad, pero que además sirvan para otras actividades más allá de este deporte.
- Los aportes de los usuarios con relación a las preferencias de textiles, marcas, aspectos estéticos y funcionales serán tenidos en cuenta para dotar de valor y originalidad a las prendas. Esto convertirá a los usuarios en co-creadores de una nueva propuesta de indumentaria accesible e innovadora. Toda propuesta de diseño necesita escuchar al usuario para responder a sus demandas. En tal sentido los comportamientos muestran que se deberá tener en cuenta la forma de distribución de los productos ya que una tienda online aseguraría la accesibilidad a varios puntos del país con un producto nacional de calidad, ergonómico y de menor precio, valorizando así la industria argentina. Así mismo se debería considerar la posibilidad de que el usuario acceda a la indumentaria de equitación en casa de deportes, tales como Rossetti, New Sport, entre otras. Siendo esta una propuesta innovadora en busca de democratizar el deporte.
- Según los datos expuestos se corrobora la problemática planteada que da origen al proyecto, debido que las marcas nacionales actuales dedicadas a la indumentaria de equitación no responden ampliamente a la demanda en cuanto a calidad y precios, por lo que muchos optan por comprar en el exterior. Aquellos que no tienen la facilidad de comprar las prendas fuera del país se ven imposibilitados a acceder a la indumentaria específica del deporte. Muchas veces este es el caso del usuario al que va dirigido el proyecto, que busca una propuesta de calidad similar a las extranjeras, pero a un precio accesible.

La investigación, que llevó a comprobar y confirmar esta nueva realidad presente en el ámbito del deporte. En la actualidad, la equitación es practicada más como un hobby que de manera profesional lo que requiere una menor inversión. Llevando así a encontrar un nicho de mercado con necesidades latentes y escasas ofertas.

A partir de identificar una necesidad insatisfecha y un público desatendido por el mercado, se generó la marca "ZAINA" de indumentaria de equitación. Tomando al momento

de diseñar las sugerencias y preferencias de los usuarios creando prendas estéticas y ergonómicas.

Si bien se logró trabajar con materiales de origen nacional, no se llegó a igualar con la calidad de las extranjeras, algunos de los factores determinantes de esto fueron el tiempo, el cual resultó escaso para realizar un análisis más profundo del mercado y por otra parte la concentración de las casas de telas deportivas en Capital Federal.

En lo referente al análisis de costos, la propuesta resultó viable y altamente satisfactoria en razón de que, es posible generar una prenda a un costo razonable para el poder adquisitivo del usuario.

REFERENCIAS

Chambry, P., (2010). La equitación, (ed.10). Barcelona. Hispano Europea S.A – Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=chtqvV1KudMC&oi=fnd&pg=PA58&dq=la+equitacion+como+deporte&ots=l2lOgHL7Be&sig=5WDrfDITEw5wI950RMCfDK6e040#v=onepage&q=la%20equitacion%20como%20deporte&f=false>

Sierra, C., (18 de abril de 2013). Luxury Marketing. Contenido de la publicación 45 años - Recuperado de: http://www.aam-ar.org.ar/?contenido-de-lapublicacion-45-anos--luxurymarketing&page=ampliada&id=193&_s=&_page=biblioteca



DearMe: Aplicación móvil enfocada en Wellnes.

AUTORA
Coppari, Giuliana
giulianacoppari@gmail.com

CARRERA
Licenciatura en Diseño Gráfico

REVISIÓN
Romina, Alguacil

RESUMEN

En este artículo se propone el desarrollo de una aplicación móvil diseñada para mejorar la relación que los jóvenes tienen con la alimentación a través de la práctica del Mindfulness. Partiendo de la problemática creciente de los trastornos alimenticios en Argentina, exacerbada por los estándares de belleza y la presión social, se propone una solución digital centrada en el usuario que busca promover hábitos saludables y reducir la ansiedad, el estrés y otros síntomas asociados. A través de la aplicación de técnicas de Mindful Eating, la plataforma ofrece a los usuarios una experiencia amigable y accesible, orientada a reeducar la psico-relación con la alimentación y fomentar un estado de bienestar integral. Los resultados obtenidos destacan la efectividad de un diseño centrado en el usuario para abordar problemas de salud mental y física en el contexto juvenil argentino.

PALABRAS CLAVE

Aplicación móvil, Experiencia de usuario, Mindfulness, Diseño Centrado en el Usuario.

INTRODUCCIÓN

El aumento de los trastornos alimenticios en la juventud y adolescencia argentina es una preocupación creciente, alimentada por la presión social y los estándares de belleza inalcanzables promovidos en medios digitales. Según la Asociación de Lucha Contra la Bulimia y la Anorexia (ALUBA), Argentina ocupa el segundo lugar en el ranking mundial de casos de bulimia y anorexia, después de Japón, lo que afecta gravemente la calidad de vida tanto física como mental de los afectados (Campos, 2021). Estos trastornos, que incluyen no solo la anorexia y la bulimia, sino también otros menos visibles como la ortorexia y la vigorexia, se caracterizan por una enemistad con el alimento y una obsesión con la imagen corporal (Campos, 2021).

La adolescencia es un período particularmente vulnerable, donde la autoestima suele estar estrechamente vinculada a la imagen corporal. Tiggeman (2005) destaca que factores psicológicos como la baja autoestima, el perfeccionismo y la presión social son determinantes en la aparición de estos trastornos. En Argentina, un estudio realizado en Buenos Aires reveló que el 24,7% de las adolescentes presentan conductas dietantes, el 17,7% realiza actividad física excesiva con el objetivo de perder peso, y el 7,4% recurre a vómitos auto-inducidos para controlar su peso (Rutzstein, Scappatura y Murawski, 2014). Estos comportamientos son reflejo de una cultura que glorifica la delgadez extrema y castiga la diversidad corporal, exacerbada por la constante exposición a imágenes idealizadas en redes sociales.

Sumado a ello, la pandemia de COVID-19 ha agravado la situación, incrementando los niveles de ansiedad, depresión y trastornos alimenticios. Buitrago Ramírez et al. (2021) describen este fenómeno como una “epidemia de salud mental”, donde el sedentarismo, el insomnio y el estrés postraumático se han combinado con la percepción negativa del cuerpo, especialmente entre las mujeres, donde más del 60% manifestó un cambio desfavorable en su imagen corporal durante la cuarentena.

En respuesta a esta problemática, se han desarrollado programas basados en técnicas de conciencia plena o Mindful Eating, como un enfoque terapéutico para estos trastornos. Kabat-Zinn (2005) introdujo el concepto de Mindfulness en el ámbito clínico, describiéndolo como un programa de medicina complementaria que promueve la atención plena a los patrones de conducta asociados con la alimentación. Este enfoque permite regular el ciclo de hambre y saciedad, mejorando la adherencia a una alimentación saludable y reduciendo la influencia de los estresores externos (Moñivas, García y García, 2012; Salamea, Fernandez y Cedillo, 2019).

Sin embargo, a pesar del potencial del Mindfulness, la implementación efectiva de estas técnicas requiere herramientas accesibles y adaptadas a las necesidades de los jóvenes.

En este sentido, las aplicaciones móviles ofrecen una solución prometedora, al ser plataformas accesibles que pueden guiar a los usuarios en su proceso de autocuidado y reeducación alimenticia. Kritzer (2021) señala que el Mindful Eating no solo ayuda a restaurar la soberanía sobre la alimentación, sino que también facilita un enfoque holístico del bienestar, integrando mente, cuerpo y espíritu en un sistema de wellness.

El presente trabajo se centra en el desarrollo de una aplicación móvil diseñada bajo principios de experiencia de usuario, que aplica técnicas de Mindful Eating para ayudar a los jóvenes a mejorar su relación con la alimentación. La metodología de diseño utilizada combina los enfoques teóricos de Dabner, Stewart y Zempol (2015) junto con la visión de Cuello y Vittone (2013) en el diseño de aplicaciones digitales. Por la presente investigación, se busca ofrecer una solución digital accesible y efectiva que promueva la salud mental y física de los usuarios, mitigando la ansiedad, el estrés y otros síntomas asociados con los trastornos alimenticios.

METODOLOGÍA

La metodología de diseño utilizada combina los enfoques teóricos de Dabner, Stewart y Zempol (2015) junto con la visión de Cuello y Vittone (2013) en el diseño de aplicaciones digitales. El desarrollo de la aplicación se estructuró en una nueva metodología creada, que resultó en tres etapas principales: planificación, diseño y desarrollo. Es de clave importancia destacar que se suma a dichas fases una última que hace caso a la etapa de lanzamiento, pero que al igual que las pruebas con usuarios, no podrán realizarse por razones del tiempo determinado, pero su realización garantizaría la efectividad del producto.

En la fase de planificación, se realizó un análisis exhaustivo de la problemática de los trastornos alimenticios en jóvenes argentinos, estableciendo los objetivos del proyecto y definiendo el perfil del usuario objetivo. Durante la fase de diseño, se crearon wireframes y esquemas de la arquitectura de la información, realizando pruebas de usabilidad para ajustar la interfaz antes de su desarrollo visual final. Finalmente, en la fase de desarrollo, se implementó la aplicación mediante la programación del código y se llevaron a cabo pruebas piloto para asegurar su funcionalidad y accesibilidad, evaluando su capacidad para reducir la ansiedad y el estrés en los usuarios.

Como último paso, aunque en este proyecto no podrá llevarse a cabo por cuestiones de tiempos, se encuentra el lanzamiento. El propósito de esta fase consiste en preparar la app para su visionado público, es decir, aquel momento en donde la aplicación está por primera vez en el mercado oficialmente, disponible en las tiendas virtuales móviles. Aunque la app esté en funcionamiento y en manos del usuario final, este proceso de diseño se engloba un paso más allá, continuándose con seguimientos, pruebas y encuestas, para

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos indican que un diseño centrado en la experiencia del usuario es crucial para abordar los trastornos alimenticios en jóvenes argentinos. La combinación de las metodologías de Dabner, Stewart y Zempol (2015) con Cuello y Vittone (2013) permitió desarrollar una aplicación intuitiva que satisface las necesidades psicológicas y emocionales de los usuarios, subrayando la importancia de una interfaz que no solo sea funcional, sino también beneficiosa para el bienestar del usuario.

Este proyecto centrado en el usuario se basa en una función instructiva y dinámica, en donde el mismo pase un momento placentero consigo mismo, buscando la construcción y aprendizaje con la alimentación y su propio ser a través de la meditación. Este propósito pretende influir en el modelo mental y semántico del usuario final, y aplica la taxonomía como vía para enseñar o formar al usuario sobre el dominio representado.

Frente a esto, es de vital importancia generar no simplemente una plataforma en donde se dicten meditaciones y regulaciones respiratorias, sino que afianzar un lazo emocional con el usuario, generando una navegación amigable y llevadera para que su uso sea cotidiano y fructífero.

Esto se intentará lograr creando una plataforma móvil que involucre la meditación como eje central, pero llevándolo a un concepto abarcativo con respecto al wellness. Dentro de este producto se busca integrar temáticas tales como: medicina natural, ciclos de yoga y meditación, herramientas de autoconocimiento psicológico, nutrición holística e información energética.

Para el desarrollo de este proyecto se empleó un mapa de navegación jerárquico, intuitivo y ordenado con el fin de mejorar la usabilidad en la experiencia de usuario. En este diagrama se puede apreciar que el orden estructural más importante para el usuario, el cual se despliega a partir del lineamiento de home, de donde parten cuatro ramas estructurales, las mismas que conforman al menú principal.

Se desarrollaron varias partes clave de la aplicación para garantizar una experiencia completa y efectiva. En la sección Home de la aplicación DearMe, los usuarios encontrarán un resumen general de su actividad y progreso dentro de la aplicación. Esta pantalla principal actúa como un tablero de control personalizado donde se destacan las principales funcionalidades y accesos rápidos a las distintas secciones de la app, que se describirán a continuación.

Dentro de ellas, la Solapa DearMe ofrece un espacio personalizado donde los usuarios pueden registrar sus emociones y pensamientos relacionados con la alimentación, de-

mostrando ser un recurso valioso para la autorreflexión y la autoconsciencia. Cabe destacar que en esta sección se presentan seis coaches expertos que ofrecen contenido diverso y valioso.

La Solapa Lecciones proporciona contenido educativo sobre Mindful Eating y técnicas de meditación, ayudando a los usuarios a desarrollar hábitos alimenticios más saludables. En esta perspectiva se puede observar la parte teórica de la aplicación, es decir, las lecciones basadas en el libro “Revolución del Bienestar” (2021) de Yael Kritzer.

La Solapa Comunidad facilita la interacción entre usuarios, creando un entorno de apoyo y motivación mutua, lo que refuerza la importancia de la comunidad en el proceso de cambio conductual. Finalmente, la Solapa Settings permite una personalización avanzada de la aplicación, adaptándose a las necesidades específicas de cada usuario, lo que mejora la accesibilidad y usabilidad de la plataforma.

No obstante, la ausencia de un lanzamiento completo y pruebas a gran escala limita la evaluación del impacto a largo plazo de la aplicación. Además, se requieren adaptaciones adicionales para garantizar la inclusión y efectividad en una audiencia diversa.

Futuras investigaciones deberían enfocarse en estudios longitudinales para medir el impacto sostenido de la aplicación, así como en la integración de retroalimentación continua para optimizar su funcionalidad y eficacia.

RESULTADO

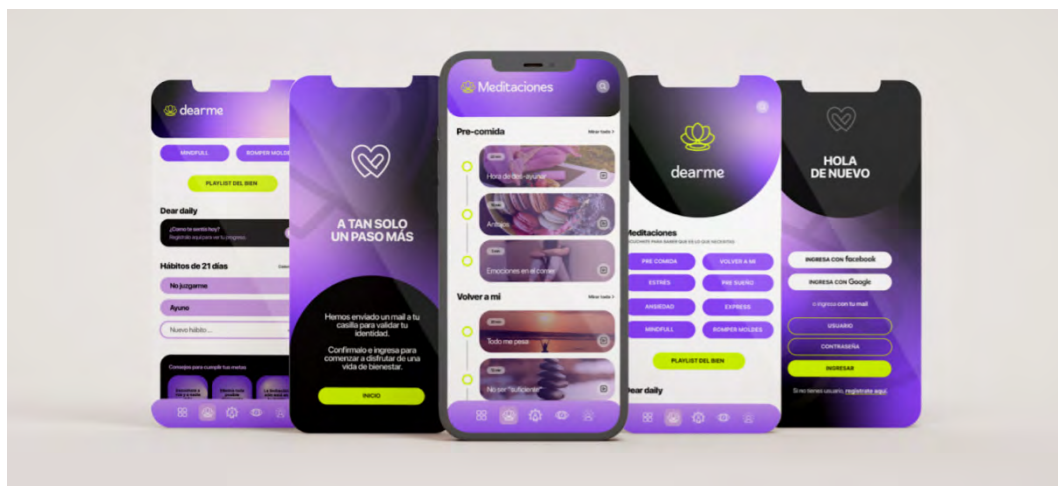
Argentina lidera el ranking de países con problemas psicocorporales en jóvenes con respecto a la alimentación y a la conducta que conlleva. La necesidad de tratar dicha problemática es de carácter urgente para el progreso social, pero sobre todo para poder colaborar personalmente con cada persona que se encuentra en disgusto con su persona, y puntualmente con su imagen física. La calidad de vida de los jóvenes empeora cada día más, estando ligado proporcionalmente a la presión social que ejercen las redes sociales y la crueldad que presenta la sociedad actualmente, queriendo ganar a toda costa sin importar lo que el otro sienta o piense. Actualmente hay jóvenes que restringen sus alimentaciones porque ven figuras “perfectas” en social media o porque en sus círculos sociales son físicamente diferentes, y eso es raíz de avergonzamiento y autolesiones. Dicha situación impacta a su personalidad, autoestima, condición física y modo de relacionarse. Es por todo lo antes mencionado que surge la idea de elaborar el proyecto de la aplicación móvil “DearMe” basada en la experiencia de usuario, que se presenta como canal de información acerca del Mindfulness, con el fin de guiar y acompañar en la enseñanza psico-relación de todos aquellos jóvenes que presentan discordancia en sus visiones personales, físicas y sociales. Aunque en el comienzo fue una limitación el no poder encontrar variedad en

bibliografía en español que estuviera especializada en Mindful Eating y que integrará en un lenguaje descontracturado y liviano los contenidos, finalmente se estableció que el contenido a comunicar sería en base a la bibliografía de Yael Kritzer, “Revolución del Bienestar” (2021), para poder guiar a los usuarios dentro de la aplicación. En el libro mencionado se pudo hallar el equilibrio perfecto entre meditaciones, lecciones textuales, motivación y soporte para jóvenes adolescentes reprimidos por tanta ansiedad, estrés y sumisión.

Cabe considerar, por otra parte, que a través de una arquitectura de la información correcta, despliegue de mapa de navegación, pre diseño de wireframes, aplicación de tipografías y paletas cromáticas con relación psicológica, construcción de estética visual acorde, y una navegabilidad sencilla que permita funcionalidad se logró una experiencia de usuario calma y agradable. Otra solución fue el planteo de una identidad visual simple, limpia y organizada que aporta a la estética visual dentro de las pantallas ayudando al correcto uso de la aplicación.

Es importante resaltar que sería de suma importancia que la propuesta planteada se podría complementar con un sitio web y campañas en redes sociales en donde se intensifiquen los niveles de investigación y conciencia sobre el bienestar propio de una persona, y de este modo poder difundir este proyecto para que llegue a cada vez más usuarios.

Figura 1: Pantallas App DearMe.



Fuente: Elaboración propia (2023).

Campos, D. (2021). Argentina es el segundo país con más trastornos de conducta alimentaria: qué los originan y cómo ayudar a quienes los atraviesan. Redacción, Periodismo Humano. Recuperado de <https://t.ly/WXnvU>

Cuello, J. y Vittone, J. (2013). Diseñando apps para móviles. Edición: Catalina Duque Giraldo.

Dabner, D., Stewart, S., y Zempol, E. (2015). Diseño Gráfico: Fundamentos y Prácticas. Barcelona, España: Editorial Blume.

García-Diex, G., García-De-Silva, R., y Moñivas, A., &. (2012). Mindfulness (Atención Plena): Concepto y Teoría. Portularia, vol. 12.

Ramírez, F. B., Misol, R. C., Alonso, M. D. C. F., & García, J. L. T. (2021). Repercusiones de la pandemia de la COVID-19 en la salud mental de la población general. Reflexiones y propuestas. Atención primaria. <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2021.102143>

Rutzstein, G., Scappatura, M. L., & Murawski, B. (2014). Perfeccionismo y baja autoestima a través del continuo de los trastornos alimentarios en adolescentes mujeres de Buenos Aires. Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios, ISSN: 2007- 1523.

Salamea R. M., Fernandez J. C. y Cedillo, L. F. (2019). Programa de conciencia plena (mindfulness) y compasión para la alimentación consciente en estudiantes universitarios obesos. Revista ESPACIOS. Vol. 40.

Tiggemann, M. (2005). Body dissatisfaction and adolescent self-esteem: Prospective findings. Body Image. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2005.03.006>.

Kabat-Zinn, J. (2005). Coming to our senses: Healing ourselves and the world through mindfulness. Nueva York, Estados Unidos: Piatkus.

Kritzer, Y. (2021). Revolución del Bienestar. Buenos Aires, Argentina: Grijalbo.

Cátedra de Audioperceptiva II: diseño de libro interactivo

AUTORA
Mariatti Luciana
lucimariatti@gmail.com

CARRERA
Licenciatura en Diseño Gráfico

REVISIÓN
Romina, Alguacil

RESUMEN

En el presente trabajo se desarrolló un libro digital e interactivo para la cátedra de Audioperceptiva II de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Córdoba. Actualmente, el mundo está en constante evolución y debe la educación adecuarse al mismo, es por eso que instituciones educativas y Universidades deben plantear un camino en el cual los estudiantes puedan aprender de acuerdo a las nuevas tecnologías disponibles. Es por tanto, que se propuso crear un libro digital e interactivo, aplicando el diseño de experiencia de usuario, para facilitar el estudio y aprendizaje de los contenidos dictados en dicha cátedra. Para llevar a cabo el producto, se diseñó un método de diseño propio, que amalgama partes del método de diseño de Gui Bonsiepe y de Bruno Munari. Es importante destacar que, el contenido que utiliza este libro es de compleja comprensión, es por eso que se decidió llevarlo a un libro interactivo que permite ejemplificar y vivenciar los contenidos de una manera más personal, involucrando al usuario y posicionándolo en el centro de la escena.

PALABRAS CLAVE

Libro interactivo, Ux, Audioperceptiva, Educación, Hipertexto.

INTRODUCCIÓN

A lo largo del tiempo han existido diferentes formas de transmitir la información y el conocimiento, entre ellas se pueden mencionar la transmisión oral como también la escrita. Este proyecto hará hincapié en la última mencionada. Como plantea Escolar (1986), el soporte (en el cual se transmite la información y el conocimiento) se ha ido adaptando a las características de las nuevas sociedades, sus diversas necesidades y los materiales con los que contaban. Dichos soportes comenzaron siendo objetos elementales como piedra, huesos, cerámicos, que luego evolucionaron a pieles animales y hojas. Los libros como material de cultura y propagación de la información han sido de gran importancia, ya que: "El libro ha facilitado al hombre un aumento considerable de la capacidad de su memoria, (...) Gracias a él, los hombres superaron las barreras del tiempo y del espacio en la recepción de los mensajes, y gracias también a él fue posible mejorar el intercambio de información sobre lo útil y provechoso y que los individuos, agrupados en sociedades, compartieran una misma concepción de la vida y tuvieran iguales comportamientos. El libro, además, les ayudó a acrecentar su bagaje intelectual, a percibir las relaciones de unas cosas con otras, a encontrar las causas de determinados hechos y fenómenos, a pensar, en una palabra, y consecuentemente a potenciar su facultad discursiva, de la que ha partido su dominio y explotación de la naturaleza." (Escolar, 1986, p 1.).

En 2022, la sociedad se encuentra en plena era de la transformación digital, en donde mucha de la información ha tomado forma de videos, podcast, imágenes y libros digitales como alternativa del libro en papel. En consecuencia, las universidades y docentes, en pos de beneficiar el aprendizaje, han tenido que adaptarse a este mundo digital, incorporando plataformas online y material multimedia, entre ellos los libros electrónicos. En otras palabras, hoy en día, la transmisión de la información y el conocimiento sigue mutando en su forma de ser contenida y difundida; el libro de papel, si bien perdura, ya no es el medio principal por el cual se puede acceder al conocimiento.

MATERIALES Y MÉTODOS

Este trabajo se basa en dos modelos de metodologías de diseño como referencia para la creación de una metodología propia: la de Gui Bonsiepe y la de Bruno Munari.

Gui Bonsiepe propone un enfoque que descompone la complejidad del diseño en sub-problemas jerarquizados, lo que facilita una comprensión más profunda del proceso proyectual. Aunque su metodología está más orientada al diseño industrial, destaca por no

seguir un orden secuencial rígido. Esta flexibilidad permite adaptarse y reformular el proceso según las necesidades específicas de cada proyecto, lo que resulta especialmente relevante en el ámbito del diseño gráfico.

Por su parte, Bruno Munari presenta un método centrado en la resolución de problemas, promoviendo la sistematización para evitar la redundancia de “reinventar la rueda” en cada nuevo proyecto. Su enfoque estructurado permite abordar desafíos de manera eficiente y reflexiva.

En este contexto, aunque se desarrollará una metodología específica para libros digitales e interactivos, la metodología propuesta busca ser útil y precisa en la resolución de problemas, adaptándose a la disciplina y al contexto, y se estructura en tres fases clave que se enriquecerán con los enfoques de Bonsiepe y Munari.

Fase Analítica

Se define el problema y los objetivos del proyecto, como el diseño del material para la cátedra Audioperceptiva II. Se recopilan y analizan datos sobre el público objetivo y las opciones disponibles en el mercado, seleccionando la información relevante para el desarrollo.

Fase de Diseño

En esta fase, se determinan los medios tecnológicos necesarios y se generan soluciones al problema mediante herramientas creativas, como brainstorming. Las ideas deben alinearse con la información analizada previamente.

Fase de Ejecución

Finalmente, se materializan las ideas generadas. Esta fase permite realizar cambios mínimos para optimizar el producto final. Al concluir, se valida el resultado para asegurar que cumple con su propósito.

RESULTADOS

Como se ha mencionado, la tecnología evoluciona constantemente y las estrategias educativas deben adaptarse a estas transformaciones. Los estudiantes demandan materiales de estudio cada vez más didácticos y actualizados. Por ello, al iniciar este proyecto, se propuso analizar las necesidades y motivaciones del público para establecer parámetros que definan el nuevo material de estudio.

Se identificó la necesidad de acceder a recursos explicativos, dada la complejidad de los contenidos. Para ello, se decidió incorporar material audiovisual que ejemplifique los conceptos. Fue fundamental recopilar, organizar y clasificar este material, así como colaborar con el autor para añadir ejemplos pertinentes.

A través de bocetos y la creación de diagramas, se llevaron a cabo pruebas de retículas, tipografías y paletas de colores, además de diseñar iconos para facilitar la navegación y

comprensión de la información.

Como resultado, se desarrolló un libro interactivo digital que mejora el proceso de aprendizaje a través de medios digitales. Este libro representa un importante aporte, no solo para los estudiantes de la Universidad Nacional de Córdoba, sino también como un incentivo para replantear los métodos tradicionales y tecnológicos de enseñanza en la institución. Es crucial que las universidades intensifiquen la investigación en nuevas tecnologías y su impacto en la educación.

REFERENCIAS

Escolar, H. (1986). Historia del libro. Áreas. Revista Internacional de Ciencias Sociales, (6), 123-125.

Munari, B., Nelson, G., & Papanek, V. (2008) Metodología de diseño.

A photograph showing the back of a person wearing a blue and white striped t-shirt, using a black metal walker. The person is standing in a brightly lit indoor space, possibly a public area or a store, with a white floor and some blurred background elements. The image is partially obscured by a dark teal overlay at the bottom.

Bethel - Casas de Dios: Identidad visual y promoción en medios digitales

AUTORA
Neirotti Pittón Valentina
valenneirotti13@gmail.com

CARRERA
Licenciatura en Diseño Gráfico

REVISIÓN
Romina, Alguacil

RESUMEN

El presente proyecto final de grado tuvo como finalidad abordar la conjunción de las problemáticas discapacidad y pobreza en Argentina, en donde muchas veces los individuos y sus familias no pueden dar respuesta a sus necesidades particulares. Es allí donde aparecen las asociaciones civiles que trabajan por garantizar los derechos humanos y necesidades básicas en contextos de vulnerabilidad social. Se propuso entonces, elaborar un sistema de identidad visual y promoción en medios digitales para la asociación civil Bethel - Casas de Dios, con el deseo de dar a conocer una de las tantas organizaciones que albergan a niños y adultos con discapacidades diversas en situación de pobreza y abandono, visibilizando así la problemática.

PALABRAS CLAVE

Discapacidad - Pobreza - Organización sin fin de lucro - Identidad visual - Promoción en medios digitales.

INTRODUCCIÓN

La discapacidad integra una condición humana, que muchas personas padecerán en algún momento de su vida, ya sea de manera temporal o permanente. Es compleja, diversa, e implica una limitación u obstáculo para poder realizar una actividad dentro de lo que se considera normal para el ser humano. Las intervenciones para superar las desventajas asociadas a ella son múltiples, sistémicas y varían según el contexto.

Aquellas personas que sufren algún tipo de discapacidad, ya sea física, sensorial, intelectual o psíquica, presentan cierto grado de vulnerabilidad frente a la sociedad en general, ya que no poseen la totalidad de sus capacidades para afrontar las diferentes situaciones de su vida.

Las personas con discapacidad tienden a presentar tasas más altas de pobreza, ya que las mismas suelen tener gastos complementarios en aquello que respecta a asistencia personal, atención médica o dispositivos auxiliares, que les permiten sobrellevar la patología. Debido a este incremento en los costos de vida, es posible que las personas con discapacidad y sus familias sean más pobres que las personas sin discapacidad con ingresos semejantes.

Cuando la discapacidad se conjuga con la pobreza, se genera una problemática mucho más compleja de resolver que involucra a múltiples actores sociales, como el Estado, el personal médico y de asistencia, las personas afectadas por la discapacidad, las familias de estas personas y organizaciones sociales sin fines de lucro. En un país como Argentina, con una tasa de pobreza del 39,2% según el I.N.D.E.C, la problemática de la discapacidad toma otra relevancia. Las familias por sí mismas, no pueden dar respuesta a las necesidades particulares de las personas con discapacidad, haciendo que sea necesario que organizaciones de la sociedad civil, se involucren en dar asistencia.

Hoy en día la discapacidad se considera una cuestión de derechos humanos alrededor del mundo. Dentro de esta perspectiva, existen en nuestro país, diferentes fundaciones, asociaciones civiles y organizaciones no gubernamentales que trabajan con personas en situaciones de vulnerabilidad social y económica, y que, en la mayoría de los casos, presentan discapacidades diversas.

Bethel - Casas de Dios, con sede en la ciudad de Villa Allende y Ascochinga, es una asociación civil sin fines de lucro, cuya misión es asegurar una vida digna, el desarrollo personal y espiritual de cada niño, niña, adolescente, persona en situación de discapacidad y adultos mayores brindando amor, comprensión y respeto.

Al igual que ocurre con muchas otras asociaciones civiles de este tipo, Bethel no cuenta con los recursos económicos para darse a conocer como organización. Este trabajo final presenta una oportunidad para generar un sistema de identidad visual y estrategias de

promoción que le permitan a esta asociación, visibilizar la problemática, dar a conocer su labor para poder captar nuevos voluntarios y recursos para destinar a los diferentes programas.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo de este proyecto, se tomaron como base las metodologías de diseño de Joan Costa (1987) y de Yusef Hassan, Francisco J. Martín Fernández y Ghzala Iazza (2004), con el objetivo de conformar una metodología propia.

Costa (1987) plantea una metodología para el desarrollo de un sistema de identidad corporativa, mientras que Hassan, Fernández e Iazza (2004) proponen un método basado en la creación de sitios web, tomando como centro la experiencia del usuario.

La metodología propia creada a partir de las anteriores, se divide en 4 etapas y 11 fases.

Etapas 1: Organización e investigación creativa

Esta etapa se compone de cuatro fases. Para comenzar, con la definición del problema, inicia el proceso con la búsqueda de una necesidad puntual que pueda ser cubierta por medio de un proyecto de diseño gráfico. Luego de eso, se recaba toda la información necesaria, con la que se pretende hacer un relevamiento de la problemática encontrada y de las temáticas fundamentales que permitirán realizar el abordaje de la misma.

Una vez recopilado todo el material necesario para el marco teórico, se realiza un análisis de la información obtenida, prestando especial atención en el diagnóstico de los puntos relevantes que permitirán la creación del contenido conceptual del proyecto. En la última fase de la primera etapa, se trabaja con los estudios de proyectos, donde se toman como referencia proyectos similares, para elaborar un estudio detallado de los mismos, con el objetivo de obtener conclusiones relevantes para el desarrollo de la siguiente etapa.

Etapas 2: Elaboración

En esta etapa, se lleva a cabo el desarrollo conceptual, el diseño de la identidad corporativa y el prototipo inicial del sitio web y las primeras aplicaciones de marca. Las fases que conforman esta etapa son tres. La primera de ellas es el diseño conceptual, es decir, el desarrollo de la esencia de la identidad corporativa, los lineamientos generales que guiarán a la construcción de la identidad gráfica. Posteriormente se lleva a cabo el diseño visual y definición de estilo, donde se pretende definir los elementos morfológicos, estéticos y semánticos que servirán como base para el desarrollo de la identidad. Por último, en la fase de prototipado, se comienza con el desarrollo de un modelo preliminar de la maquetación del sitio web de la organización, que estará sujeto a posibles cambios en caso de ser ne-

cesario. A su vez, se realizan prototipos con las diferentes aplicaciones de marca, ya sean en soportes físicos y digitales.

Etapa 3: Realización

El desarrollo del diseño completo del programa de identidad se llevará a cabo a lo largo de esta etapa, que está compuesta por tres fases. En primer lugar, se lleva a cabo el desarrollo del proyecto, que representa la elaboración integral del proyecto de diseño de la identidad corporativa. Seguidamente, se realiza el diseño del manual de identidad corporativa, donde se colocarán todas las especificaciones técnicas acerca de la identidad desarrollada. Por último, se lleva a cabo la implementación y lanzamiento del programa integral de identidad visual, el sitio web y la campaña de concientización sobre problemática.

Etapa 4: Evaluación

Esta etapa final incluye una fase de ajustes y control en todo el proyecto integral implementado, valorando los resultados alcanzados, teniendo en cuenta el feedback del público objetivo.

RESULTADOS

En Argentina aproximadamente un 15% de la población convive con alguna discapacidad y un 38% está por debajo de la línea de pobreza. En países en vías de desarrollo, la discapacidad y la pobreza son problemáticas que frecuentemente se conjugan, generando una problemática mucho más compleja, que involucra múltiples actores sociales. Los individuos y las familias en esta situación difícilmente puedan afrontar por sí mismos los costos elevados de los tratamientos, teniendo en cuenta la restricción en las oportunidades en lo que respecta a la educación, inserción laboral, movilidad, gastos médicos, entre otros. En este contexto, surgen entidades sin fines de lucro, como Bethel – Casas de Dios, que buscan acompañar y responder a las necesidades de las personas en esta situación, en busca de oportunidades.

En función de lo mencionado, se buscó, por medio de este proyecto, aportar desde el diseño gráfico, buscando visibilizar la problemática y la labor de la organización en pos de conseguir donaciones y voluntarios, generando además conciencia social. Para esto, se desarrolló un sistema de identidad visual para Bethel, en conjunto con la promoción en medios digitales, a través del desarrollo de un sitio web y comunicación en redes sociales, complementando esto con una campaña integral de concientización sobre la problemática abordada.

En primera medida, luego de varias visitas a la organización para el relevamiento de in-

formación, se llegó a conocer la esencia de la misma, que se encuentra muy marcada por la historia de su fundador Padre Francisco Lucchese y ésta se refleja al día de hoy. A su vez, los valores que la atraviesan se pudieron ver reflejados por las personas que viven y trabajan allí. Principalmente se destacan el amor y el servicio como pilares que engloban a los demás, que son el trabajo, la educación, el compromiso, la perseverancia y la contención. Tomando esto como base y en diálogo con los miembros de la asociación civil, se pudo construir entre ambas partes, la imagen proyectada de la organización y el camino a futuro, sentando las bases para la creación del sistema de identidad visual.

Luego de una primera etapa de relevamiento, y partiendo de los atributos intangibles de la organización, se definieron los elementos morfológicos y gráficos que conforman el sistema de identidad visual y reflejan la esencia de la organización. Se representó con literalidad de forma minimalista el concepto de hogar y amor para la conformación del imago tipo. Se buscó mantener un diseño armónico que exprese el concepto de armonía y contención, por ello se escogieron formas redondeadas para la conformación de la identidad, como así también una tipografía con características similares y colores que contrasten, pero que a la vez mantengan reflejados los atributos intangibles y valores de la organización.

Con el objetivo de visibilizar a la organización y dar a conocer su obra, se desarrolló una estrategia de promoción en medios digitales, por medio del desarrollo de un sitio web organizacional y la presencia de la organización en redes sociales, como Instagram y Facebook. Se decidió optar por una fuerte presencia del recurso fotográfico, tanto en la web como en las redes, manteniendo la unidad estilística de la identidad, respetando colores y tipografías corporativas. Ambos modos de promoción pretenden dar a conocer a Bethel, su misión, sus valores y el trabajo que realizan a diario, con el objetivo de conseguir donaciones y voluntarios que se sumen a colaborar con la organización.

Asimismo, para complementar la promoción en medios digitales, se desarrolló una campaña integral de concientización, con el concepto de "Somos tan distintos e iguales", con fuerte presencia de videos y fotografías que ilustran la realidad de las personas que viven en Bethel, para generar un impacto a nivel social y un cambio de perspectiva, interpelando al público a realizar un aporte y así, involucrarse en la causa para ayudar a esas personas que lo necesitan. La campaña busca destacar la importancia de que todos tenemos los mismos derechos e invita a reflexionar si realmente todos tenemos las mismas oportunidades, invitando e incentivando a la acción para que los receptores se animen a ser parte también del cambio.

Resulta importante destacar que este proyecto pretende beneficiar a todas las personas que viven y trabajan en la Bethel, ya que, al visibilizar a la organización, la misma puede conseguir por medio de donaciones en especie o materiales, como así también sumar

voluntarios que busquen ayudar. Se pretende marcar un punto de partida para que otras organizaciones similares puedan darse a conocer también de la misma forma para ser beneficiadas.

A modo de cierre, se puede mencionar que el proyecto final fue una oportunidad de ayudar a una organización que tiene como misión mejorar la calidad de vida de las personas, pero que sin ayuda no es capaz de sobrevivir. Aparece entonces el diseño gráfico como el medio para dar a conocer la problemática, la labor de la organización convirtiéndose en un elemento multiplicador capaz de llegar a las personas incentivando a la acción y al cambio social.

REFERENCIAS

Costa, J. (1993). Identidad Corporativa. D.F., México: Trillas.

Costa, J. (1994). Imagen Global. Barcelona, España. Grupo Editorial Ceac

Hassan, Y., Fernández, F. J., & Iazza, G. (2004). Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información. Hipertext.net., número 2. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/37762986_Disenio_Web_Centrado_en_el_Usuario_Usabilidad_y_Arquitectura_de_la_Informacion

Hassan Montero, Y., Martín Fernández, F. (2005). La Experiencia del Usuario. Revista no solo usabilidad: revista sobre personas, diseño y tecnología. Recuperado de: https://www.nosolousabilidad.com/articulos/experiencia_del_usuario.htm?utm_source=twitterfeed&utm_medium=twitter

El arte de crear un personaje 3D: Una exploración del proceso de producción

AUTORA
Santillán, Julieta
santillanjulietag@gmail.com

CARRERA
Licenciatura en Diseño y Animación Digital

REVISIÓN
Romina, Alguacil

RESUMEN

Este proyecto detalla el proceso de creación de un personaje 3D, desde la conceptualización hasta su modelado, texturización, rigging y renderizado. Utilizando diferentes programas como ZBrush, Autodesk Maya y Substance Painter, se logró desarrollar un personaje altamente detallado y realista, listo para ser utilizado en diversas aplicaciones como videojuegos y cortometrajes.

PALABRAS CLAVE

Modelado 3D; Texturización; Rigging; Animación; Renderizado

INTRODUCCIÓN

El arte 3D se ha consolidado como una disciplina esencial en el campo del diseño y la producción digital. Técnicas como el modelado, texturizado y animación son cada vez más demandadas en diversas industrias, desde la arquitectura hasta el entretenimiento. Este

proyecto explora todo el proceso de desarrollo de un personaje 3D, desde la conceptualización hasta la producción final. Se detalla cada etapa, con énfasis en el uso de software especializado para lograr un personaje detallado y realista.

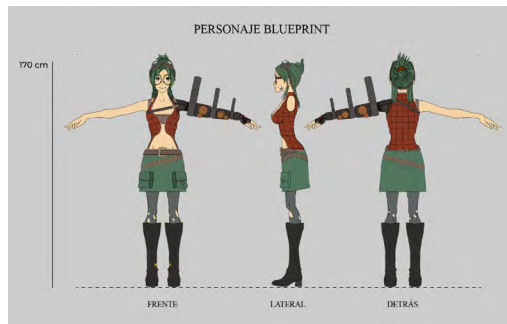
MATERIALES Y MÉTODOS

El desarrollo del personaje 3D se llevó a cabo en varias etapas claramente definidas, utilizando distintos softwares y técnicas especializadas. Cada una de estas etapas cumplió un rol específico en la creación del modelo, desde el diseño conceptual hasta la preparación para su animación.

Diseño Conceptual:

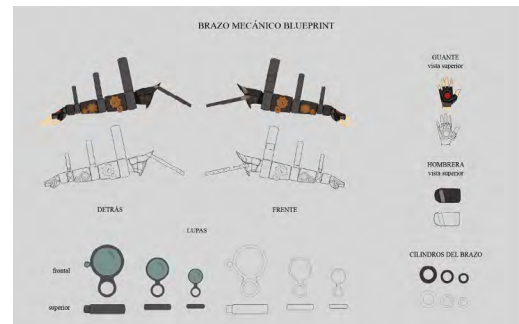
El proyecto comenzó con la creación del blueprint del personaje, realizado en Adobe Photoshop. El blueprint es un conjunto de imágenes que muestran al personaje desde diferentes ángulos (frontal, lateral y posterior), lo cual es fundamental para guiar el proceso de modelado en 3D. Estas imágenes iniciales fueron esenciales para mantener la coherencia visual durante todo el proceso.

Figura 1: Blueprint del personaje en color y blanco y negro



Nota 1. Elaboración propia. Se presenta el personaje en sus tres vistas "frente".

Figura 2: Blueprint brazo mecánico del personaje y sus partes en color y blanco y negro.



Nota 2. Elaboración propia. Se presenta el brazo mecánico en detalle del personaje, junto a las partes que lo conforman, en sus tres vistas "frente", "lateral" y "detrás".

Modelado 3D:

La fase de modelado se realizó en dos programas principales: ZBrush y Autodesk Maya. ZBrush fue utilizado para esculpir las formas orgánicas del personaje, como el cuerpo, rostro y cabello. Este software permite trabajar con gran precisión en detalles anatómicos

gracias a sus herramientas de esculpido digital. Por otro lado, Autodesk Maya se utilizó para modelar los objetos inorgánicos y mecánicos del personaje, como el brazo mecánico, las gafas y otros accesorios. Aquí también se realizó la retopología, un proceso que simplifica la malla 3D para optimizarla, haciéndola más fácil de manejar en etapas posteriores.

Figura 3: Modelado 3D del personaje

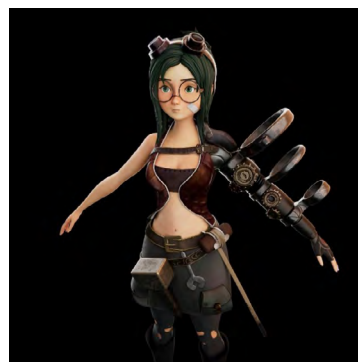


Nota 3. Elaboración propia.

Texturizado:

El texturizado consistió en aplicar colores y detalles al modelo para que pareciera realista. Para esto, fue necesario “envolver” el personaje en una especie de mapa que permite que las texturas (como la piel, la ropa y los metales) se apliquen correctamente. Este proceso también tuvo sus dificultades, ya que era importante que los detalles como los rasguños en las botas o el brillo metálico del brazo mecánico se vieran de manera natural. Se utilizó Substance Painter para este propósito, lo que permitió añadir texturas directamente sobre el modelo 3D.

Figura 4: Texturizado del personaje.

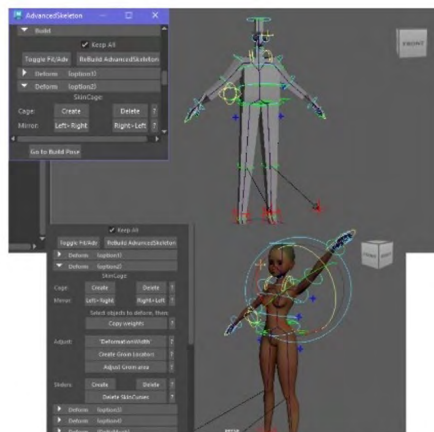


Nota 4. Elaboración propia.

Rigging:

El rigging fue la etapa en la que se creó un esqueleto virtual para el personaje. Esto se hizo en Autodesk Maya utilizando un plugin llamado Advanced Skeleton, que facilita la creación de los huesos y controladores necesarios para que el personaje pudiera ser animado. Durante este proceso, se ajustaron los skin weights, que determinan cómo la piel del personaje responde a los movimientos de los huesos. Esto fue clave para evitar deformaciones indeseadas al mover diferentes partes del cuerpo. Además, se añadieron controladores para facilitar la animación del personaje, permitiendo mover grupos de huesos de manera coordinada y fluida.

Figura 5: Rigging del personaje.

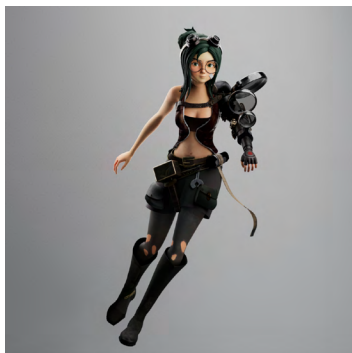


Nota 5. Elaboración propia. Generación de las cajas que contienen información de influencia y posterior aplicación de eso en el cuerpo del personaje.

Nota 5. Elaboración propia. Generación de las cajas que contienen información de influencia y posterior aplicación de eso en el cuerpo del personaje.

Renderizado:

La etapa final del proyecto consistió en el renderizado, que es el proceso de generar imágenes 2D a partir del modelo 3D. Se utilizó el motor de render Arnold, integrado en Autodesk Maya. Este motor es conocido por su capacidad de simular la luz de manera realista, lo que permitió que el personaje tuviera una apariencia final detallada y natural.

Figura 6: Renderizado del personaje.**Nota 6.** Elaboración propia.**Tabla 1.** Explicación gráfica de etapas y los softwares a utilizar en cada una.

ETAPAS		Photoshop	Autodesk Maya	Pixologic Zbrush	Marvelous	Substance
Diseño	Blueprint	X				
Modelado 3D	Esculpido			X		
	Modelado		X		X	
	Retopología		X			
Texturizado	Uv Mapping		X			
	Baking					X
	Texturización					X
Rigging	Generación de Esqueleto		X			
	Skin Weight		X			
	Controles		X			
Renderizado	Iluminación		X			
	Render		X			

Nota A. Elaboración propia. En la tabla se explica cuáles son las etapas a transcurrir y en qué programas se llevarán a cabo, expresado con una "X".

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El proceso de creación del personaje 3D implicó superar diversas dificultades técnicas y creativas a lo largo de cada etapa. La complejidad del proyecto radicaba en integrar múltiples softwares especializados y mantener una coherencia en el diseño del personaje desde el modelado inicial hasta la animación.

Durante el modelado, uno de los mayores desafíos fue lograr una anatomía precisa del personaje. Hubo que unir diversas partes del cuerpo, como las piernas y el torso, prestando atención a que la malla resultante fuera funcional y no causara problemas durante la animación. En el rostro, fue necesario hacer ajustes cuidadosos para que las distintas partes (ojos, nariz, boca) se conectaran correctamente.

El texturizado fue otra etapa clave, en la que hubo que aplicar texturas detalladas para darle realismo al personaje. Se utilizaron técnicas avanzadas para que las texturas de la ropa, los metales y la piel se vieran naturales, lo que requirió múltiples pruebas y ajustes.

El rigging fue especialmente desafiante, ya que fue necesario ajustar manualmente los pesos de la piel (skin weights) para evitar que el modelo se deformara durante la animación. Además, fue preciso ajustar los límites de los movimientos para que las diferentes partes del cuerpo, como el brazo mecánico, se movieran de manera realista.

CONCLUSIÓN

Este proyecto brindó una oportunidad única para explorar el proceso completo de creación de un personaje en 3D. Desde la idea inicial hasta el modelo final, cada etapa trajo importantes aprendizajes. El uso de diferentes programas y técnicas avanzadas permitió lograr un personaje detallado y listo para su uso en animación. Al prestar atención a los pequeños detalles y asegurarse de que cada parte del proceso funcionara correctamente, el personaje quedó preparado para ser utilizado en diversas aplicaciones, como videojuegos o cortometrajes. Este trabajo también subraya la importancia de la planificación y los ajustes durante el desarrollo de un proyecto de este tipo.

REFERENCIAS

Adobe. (2022). Creating and editing brushes in Photoshop. Adobe. Recuperado de: <https://www.adobe.com/photoshop>

Autodesk. (2023). Maya user guide: Retopology and skin weights. Autodesk. Recuperado de: <https://www.autodesk.com/maya-guide>

González, A. C. (2022). Cómo aplicar texturas en 3D con Substance Painter. Profesional Review. Recuperado de: <https://profesionalreview.com/2022/03/15/substance-painter/>

Pixologic. (2023). ZBrush user documentation: DynaMesh and ZRemesher. Pixologic. Recuperado de: <http://docs.pixologic.com/zbrush-dynamesh>

Studios, Animation. (2022). Advanced Skeleton for Autodesk Maya. Recuperado de: <https://www.animationskeleton.com/advanced-skeleton>

Wacom. (2018). Wacom Intuos S: Manual de uso. Wacom. Recuperado de: <https://www.wacom.com/manuals/intuos-s>



El proceso artístico para la creación de un personaje 3D

AUTOR**Tosello, Agustín**

agustosello1996gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Diseño y Animación Digital

REVISIÓN

Romina, Alguacil

RESUMEN

El proceso artístico para la creación de un personaje 3D implica varias etapas claves, tales como: investigación y conceptualización, modelado 3D, texturización, rigging, iluminación y animación. Visualizaremos el proceso de cada etapa hasta su resultado final.

PALABRAS CLAVE

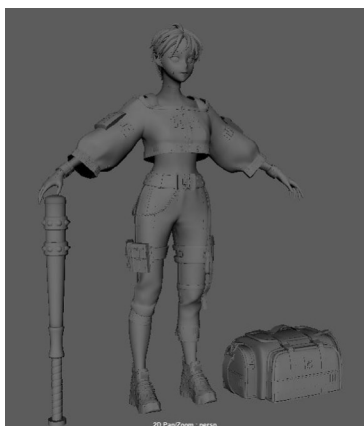
Conceptualización, modelado 3D, texturizado, rigging y animación



Nota 1. Se presenta el personaje a replicar.

INTRODUCCIÓN

El mundo virtual va tomando cada vez más protagonismo en las vidas de las personas alrededor del mundo. Los avances tecnológicos han expandido las fronteras de lo que es posible y más aún, nos demuestran que las posibilidades parecieran infinitas. El arte y todo lo que su palabra envuelve se ha ramificado por miles de entornos nuevos. Uno de ellos y quizás el más polémico para caracterizarlo junto a él, es el virtual. “Una obra de arte tiene la capacidad de generar una interpretación, la cual es únicamente posible si alguien interactúa con la obra, trasladando esta filosofía con el tema de la investigación, sería válido afirmar que los videojuegos, al generar una interacción e interpretación por parte de los jugadores hacia el juego, se realiza esta simbología que genera cualquier obra de arte”.



Nota 2. Se presenta el personaje completo modelado.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para la creación del trabajo en cuestión, se utilizaron diferentes programas de diseño. Por un lado, se utilizó el programa de Autodesk Maya para los procesos de modelado, iluminación, animación y renderizado, y por el otro, se utilizaron los programas de Zbrush y Adobe Substance Painter para el proceso de esculpido y texturizado.

1. Modelado

El modelado es el primer paso en la creación de un personaje 3D. En esta fase se define la forma y la estructura básica del personaje.

- **Inicio con Primitivas:** Se utilizan formas geométricas básicas (cubos, esferas, cilindros) para construir la estructura inicial. Esto permite establecer las proporciones del personaje.
- **Modelado Poligonal:** Se trabaja en la edición de la malla, agregando y ajustando vértices, aristas y caras para definir detalles como rasgos faciales, musculatura y ropa.
- **Herramientas de Extrusión y Escalado:** Se emplean herramientas de extrusión para agregar partes como brazos y piernas, y escalado para ajustar el tamaño de elementos específicos.
- **Optimización de la Topología:** Se cuida la topología de la malla, asegurando que tenga un flujo adecuado para permitir una animación fluida. Se eliminan polígonos innecesarios y se evitan n-gons (polígonos con más de cuatro lados).

2. Esculpido

El esculpido es una técnica que permite crear detalles complejos en la malla, similar a esculpir con arcilla.

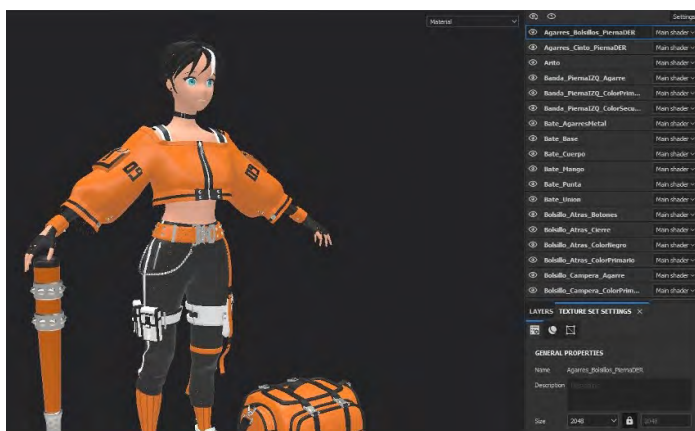
- **Uso de Herramientas de Esculpido:** Se utilizan herramientas que simulan diferentes técnicas de esculpido, como pinceles de detalle, para añadir elementos como arrugas, pliegues de ropa y textura de piel.
- **Resolución Dinámica:** Se puede ajustar la densidad de la malla según sea necesario, permitiendo más detalle en áreas específicas sin comprometer el rendimiento.
- **Refinamiento de Detalles:** Se realizan ajustes finos en la forma y los detalles, asegurando que el personaje tenga un aspecto atractivo y realista.
- **Transición a Modelado Bajo Polígonos:** Después de esculpir, se puede crear una versión de baja poligonización del modelo para su uso en juegos y aplicaciones, aplicando las texturas y detalles del modelo de alta resolución.

3. Texturización

La texturización agrega color y detalle visual al modelo, proporcionando un aspecto más

realista.

- UV Mapping: Se realiza un desempaquetado UV, que consiste en aplanar la malla 3D en una superficie 2D, permitiendo que las texturas se apliquen correctamente.
- Creación de Texturas: Utilizando software como Substance Painter, se crean diferentes tipos de texturas: color, rugosidad, metalicidad y normal maps, que simulan detalles en la superficie sin agregar geometría adicional.
- Pintura Directa: Se pinta directamente sobre el modelo 3D para lograr detalles específicos, como cicatrices, arrugas en la ropa o variaciones en el color de la piel.
- Aplicación de Materiales: Se asignan materiales al modelo, ajustando parámetros como brillo y reflectividad para conseguir el acabado deseado.



Nota 3. Se presenta el personaje en proceso del texturizado.

4. Rigging

El rigging es el proceso de crear un esqueleto que permite la animación del modelo.

- Creación de Armature: Se construye un sistema de huesos (armature) que define cómo se moverán las partes del personaje. Cada hueso se coloca estratégicamente para coincidir con las articulaciones del modelo.
- Pesado de Vértices: Se asignan influencias de los huesos a los vértices de la malla, determinando cuánto se moverá cada parte de la malla en respuesta al movimiento del hueso. Este proceso se conoce como “weight painting”.
- Pruebas de Deformación: Se realizan animaciones de prueba para asegurar que la malla se deforme correctamente al mover los huesos. Se ajustan pesos y se corrigen problemas de deformación.

- Configuración de Controles: Se añaden controles adicionales (como IK y FK) que facilitan la animación, permitiendo al animador mover el personaje de manera más intuitiva.

5. Animación

- Planificación: Creación de un storyboard que define acciones y emociones del personaje.
- Keyframes: Establecimiento de posiciones clave en la línea de tiempo para marcar inicio y fin de movimientos.
- Interpolación: Cálculo automático de posiciones intermedias para movimientos fluidos, con ajustes en las curvas de animación.
- Animación Facial: Uso de morphing o blend shapes para expresiones faciales, creando keyframes para cada expresión.
- Pruebas y Ajustes: Visualización en tiempo real para detectar problemas y ajustar keyframes para mejorar la fluidez.

6. Renderizado

- Configuración de la Escena: Colocación de luces y cámaras para crear la atmósfera deseada.
- Ajustes de Materiales: Revisión y ajuste de materiales y texturas para mejorar la apariencia visual.
- Elección del Motor de Renderizado: Selección del motor adecuado (Eevee o Cycles) según la calidad requerida.
- Renderizado: Iniciación del proceso de renderizado para generar imágenes individuales de la animación.
- Postproducción: Edición de frames en software de composición para aplicar efectos finales y corrección de color.

RESULTADOS Y CONCLUSIÓN

La creación del personaje 3D fue un proceso que implicó no solo habilidades técnicas, sino también una profunda exploración creativa en cada etapa. Desde el principio, la conceptualización se convirtió en un desafío emocionante, donde se buscó definir la esencia del personaje, su historia y personalidad. Esto requería un balance delicado entre innovación y coherencia, asegurando que cada decisión de diseño contribuyera a la narrativa general.

A medida que se avanzaba en el modelado, la interpretación visual de la anatomía y las características del personaje era fundamental. Cada línea y forma buscaban reflejar no solo la apariencia física, sino también la historia y emociones que el personaje representaría.

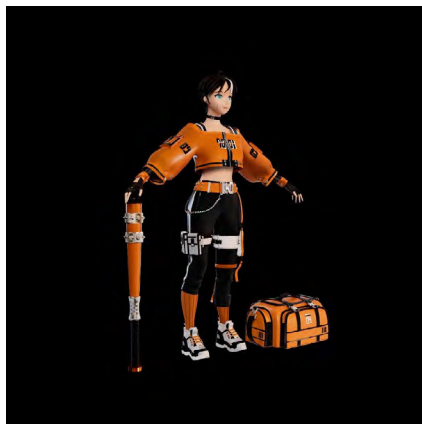
El texturizado fue otra fase clave donde la creatividad brilló. Se buscó capturar la esencia del material: la suavidad de la piel, la textura de la ropa y el brillo de los metales. Este proceso no solo se trató de aplicar colores, sino de evocar sensaciones y crear una conexión emocional con el espectador.

Finalmente, el rigging se convirtió en un ejercicio de imaginación, ya que permitir que el personaje cobrara vida requería pensar en cómo se movería y expresaría. La creación de controles que facilitarían una animación fluida y natural fue una oportunidad para innovar, asegurando que cada movimiento resonara con la personalidad construida desde el inicio.

En resumen, el desarrollo del personaje 3D fue un proceso creativo multidimensional, donde cada fase contribuyó a dar forma a un ser único y cautivador, listo para ser explorado en su propio mundo.

CONCLUSIÓN

La creación de un personaje 3D es un desafío artístico que combina técnica y creatividad en un proceso multidimensional. Cada etapa, desde la conceptualización hasta la animación, requiere una profunda reflexión sobre la personalidad y la historia del personaje, así como habilidades técnicas para materializar esas ideas. Este proceso no solo resulta en un modelo visual, sino en un ser que cobra vida y puede conectar emocionalmente con el público. Al final, el éxito radica en la armonía entre diseño, técnica y narrativa, creando un personaje que no solo se ve bien, sino que también resuena en la imaginación de quienes lo ven.



Nota 4. Se presenta el personaje finalizado.

Adobe Photoshop CC manual (2014). Adobe Photoshop Help and tutorials. Recuperado de <https://www.manual.ar/adobe/photoshop-cc/manual?p=1>)

Briggs, C. (2021). An essential introduction to Maya character rigging. CRC Press.

Darwin, C., & Prodger, P. (1998). The expression of the emotions in man and animals. Oxford University Press, USA.

Faigin, G. (2012). The artist's complete guide to facial expression. Watson-Guption.

Cómo se desarrolla la respuesta a emergencias en la cuenca petrolera del Golfo San Jorge, Provincia de Chubut.

AUTOR

Rojas, José María
rojasjosemaria@yahoo.com.ar

CARRERA

Licenciatura en Higiene Seguridad y Medio Ambiente del Trabajo

REVISIÓN

Romina, Alguacil

RESUMEN

El propósito de este Trabajo Final de Graduación es reflejar la complejidad de dar respuesta a las Emergencias en las zonas de los yacimientos Petroleros de la cuenca del Golfo San Jorge en su área Sur de la Provincia de Chubut.

La industria Petrolera se caracteriza por ser una industria muy riesgosa debido a la complejidad de los trabajos que se desarrollan en la misma y las numerosas situaciones de emergencias que se generan como ser Accidentes Personales, Accidentes Vehiculares, Incendios de Instalaciones, Incendios Forestales, Derrames de Hidrocarburos y Productos químicos, etc.

Se tuvo en cuenta las distintas problemáticas de la zona, como ser las distancias y tiempos de respuestas por la lejanía de los yacimientos petroleros, la dificultad de las comunicaciones efectivas, las características geográficas de la zona en cuanto a la accesibilidad y transitabilidad de rutas, caminos y accesos terrestres, también las condiciones climáticas adversas de la región Patagónica.

Para ello se realizó encuestas obteniendo datos y analizando la información de los Brigadistas de diferentes operadoras Petroleras, la mayoría tiene conocimiento y experiencia en situaciones de emergencia, pero se evidencia una falta de continuidad en las capacitaciones, entrenamientos y sobre todo en prácticas interbrigadas de distintas dependencias para unificar acciones ante intervenciones en conjunto.

PALABRAS CLAVE

Emergencia, Brigada de Emergencias, Petróleo

INTRODUCCIÓN

El petróleo es un gran generador de energía, de los hidrocarburos, el petróleo es, sin lugar a dudas, la fuente de energía que más se usa a nivel de la economía mundial. Lo que se debe tener en cuenta son los Peligros y Riesgos asociados a dicha actividad, la importancia de trabajar en las medidas preventivas, pero al suceder las emergencias, se debe de asegurar su pronta respuesta en tiempo y formas para evitar mayores consecuencias o que las mismas se agraven, es por esto último que se realiza el presente informe.

La cuenca del Golfo San Jorge es una cuenca petrolera de Argentina ubicada en la porción central de la Patagonia. Es la más antigua y prolífica productora de hidrocarburos de Argentina, cubriendo porciones de las provincias de Chubut y Santa Cruz continuando al Este en la plataforma continental. En este trabajo nos centraremos en la zona sur de la provincia de Chubut, en yacimientos como ser, Diadema Argentina, Manantiales Behr, Escalante, El Tordillo, Pampa del Castillo, Cerro Dragón. Las ciudades alcanzadas, Comodoro Rivadavia, Caleta Córdova y Rada Tilly.

Las Compañías Operadoras Petroleras que desarrollan sus actividades en esta zona son, PAN AMERICAN ENERGY, YPF, TECPETROL, CAPSA y CAPEX.

Debido a la complejidad de los trabajos y el riesgo de estas es que es de fundamental importancia el trabajo preventivo y exhaustivo de evaluación y análisis de riesgos.

Pero cuando ocurren las situaciones de Emergencia, que se enunciaran a continuación sin ser limitativos las siguientes:

- Accidentes Personales
- Accidentes Vehiculares
- Incendios de equipos e instalaciones
- Incendios Forestales de Campo
- Accidentes Materiales
- Derrames de Hidrocarburo y Productos químicos

Problemáticas o dificultades de la zona

- Distancias y Tiempos de respuestas
- Características geográficas de la zona.
- La dificultad de las comunicaciones.
- Las condiciones climáticas adversas de la región Patagónica.

Objetivo Principal:

Reflejar la complejidad de dar respuesta a las Emergencias en las zonas de los yacimientos Petroleros de la cuenca del Golfo San Jorge en su área Sur de la Provincia de Chubut

Objetivos específicos:

Indagar sobre la preparación de las brigadas y equipos en términos de conocimiento, entrenamiento y equipamiento.

Hacer hincapié en los programas de entrenamiento, capacitación del personal que integran las Brigadas y equipos de Emergencias.

Marcar la importancia de respetar los mantenimientos preventivos de equipos y herramientas que las brigadas y equipos de emergencia poseen.

MATERIALES Y MÉTODOS

Diseño

La presente investigación tiene un alcance exploratorio con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada, ya que se busca saber cómo se desarrolla las respuestas ante emergencias, indagar sobre el conocimiento y entrenamiento de los brigadistas Industriales de la zona estudiada.

El mismo tiene un enfoque cuantitativo, usa la recolección numérica de datos y mediante análisis de los mismos se establecen patrones de comportamiento, explicaciones causales, predicciones, etcétera. El diseño efectuado fue no experimental, porque no existió manipulación de las variables, solo se observaron los fenómenos

Población Muestral

En la Cuenca del Golfo San Jorge, al sur de la Provincia de Chubut, desarrollan sus actividades 5 (cinco) Compañías Operadoras Petroleras, cada una de ellas posee su propia Brigada de Emergencias, 80 Brigadistas, pero tan solo de 3 (tres) compañías Operadoras Petroleras se obtuvo el consentimiento firmado para realizar las encuestas a los brigadistas, de este modo tan solo se podrá obtener las respuestas de 33 brigadistas aproximadamente.

Por lo tanto, se realizaron 33 Encuestas en total, superando el tamaño mínimo de 22 que nos solicita la fórmula de población finita.

Herramienta de recolección de datos:

Se utiliza como herramienta para la recolección de datos requeridos, consentimientos firmados por los representantes de las Brigadas de Emergencias de las Operadoras Petroleras, encuestas individuales constituidas por un consentimiento y preguntas con respuestas múltiples.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Discusión

Analizando con detenimiento los datos obtenidos de las encuestas realizadas a integrantes de brigadas de emergencias se puede observar lo siguiente:

Los integrantes de las distintas brigadas son personas con mayoría de edad y que en gran parte van desde los 30 a los 50 años de edad, esto también refleja que en su mayoría poseen mucha experiencia laboral, cubriendo gran porcentaje de 5 a 20 años de experiencia.

Lo que también se evidencia es la antigüedad de los brigadistas dentro de los equipos de emergencia, los mayores porcentajes se dieron en antigüedad de 3 a 5 años y mayores a 5 años.

Al indagar sobre la experiencia sobre emergencias reales, la respuesta fue que más del 70% de los brigadistas participo en alguna experiencia real y que al nombrar algunas de las posibles situaciones de emergencias, gran porcentaje se llevó los Incendios en Instalaciones, Incendios Forestales o de campo, Accidentes Personal y Vehicular.

Esto última marca las claras que el personal Brigadista posee experiencia en situaciones reales de emergencias y que tienen en su mayoría antigüedad dentro de los equipos de emergencia. Que las experiencias en emergencias reales marcan la pauta que en la industria Petrolera y más aún en la zona estudiada son frecuentes las emergencias.

Al consultar por las capacitaciones y entrenamientos del personal brigadista, nos damos con una complejidad que se puede entender que fue afectada por la Pandemia, pero más del 50% de los encuestados indicaron haber recibido su última capacitación hace más de un año.

A esto le sumamos que el Brigadista para recibir instrucción de calidad y acorde a las exigencias con prácticas y escenarios controlados, estos se deben de realizar en Centros de Entrenamiento diseñados para tal fin y que a nivel nacional tan solo se tiene acceso a dos de mayor envergadura como ser Centro de Entrenamiento Monte Maíz, de la provincia de Córdoba y CALCIC en provincia de Buenos Aires.

Sobre capacitación y entrenamiento, se debería de ahondar más sobre el contenido de las capacitaciones para tener un parámetro de cumplimiento real a las exigencias sobre esta especialidad ya que no se pudo acceder a esa información en este trabajo, por tratarse de información clasificada de las empresas a las que los brigadistas están afectados.

En la Zona estudiada, existe un Convenio de Ayuda Mutua entre las Operadoras Petroleras, el objetivo principal de este es establecer pautas de colaboración entre las PARTES para afrontar contingencias y/o emergencias en la Cuenca del Golfo San Jorge. Si bien gran porcentaje de encuestados indica que lo conoce, pero al momento de solicitar que describa el mismo son muy ambiguas las respuestas o poco concretas.

Lo que esto refleja es la falta de conocimiento sobre lo que estipula este convenio con la importancia que posee el mismo, ya que posee anexos con el relevamiento de las distancias que existen entre cada yacimiento o zonas para poder calcular los tiempos de respuestas en caso de ser necesaria una ayuda entre estas Operadoras.

Lo que también posee este convenio es un relevamiento de los recursos que posee disponibles cada Brigada en cada yacimiento, esto abarca recursos humanos, brigadistas, rescatistas, enfermeros, médicos, etc. Como también los recursos en equipamiento y herramientas, como ser, Autobombas, carros de respuestas, Ambulancias, camiones cisternas, espumigenos, mangueras, etc.

Esto último se debe tener bien en cuenta para que al momento de combinar asistencias o intervenciones en conjunto interbrigadas, las mismas sean compatibles en equipamiento, accesorios, conexiones, etc.

Lo que refleja las encuestas es el no cumplimiento del CAM de la Cuenca del Golfo San Jorge, donde recomienda la realización de prácticas Interbrigadas para poder asegurar la compatibilidad de equipos y accesorios, entrenamientos para unificar criterios y planes de acción.

Lo último que reflejan las encuestas son la ejecución de reuniones de las Brigadas de Emergencias, superando un porcentaje de más del 50% indicando que no se realizan con la importancia que poseen estas por los objetivos que tienen como ser, Planificación, Capacitación, Formación y Entrenamiento, Revisión de equipos, herramientas y EPP, Revisión de roles y responsabilidades, Informativas, etc.

CONCLUSIÓN

En conclusión, queda reflejado la complejidad que poseen las Brigadas de Emergencias de la zona estudiada para dar respuestas a la Emergencias que suscitan de la Industria Petrolera, esto se debe a los tiempos de respuestas por las distancias que se deben de recorrer para su asistencia, por la falta de entrenamiento entre Brigadas para poder asegurar

respuestas en conjunto que sean efectivas y por la falta de capacitación y entrenamiento continuo por parte de las Brigadas.

Como recomendación, hacer foco en los recursos materiales, equipos, herramientas, EPP, etc. Indagar sobre estado y mantenimiento de estos, seguimiento de controles preventivos y sistemáticos de los elementos antes mencionados para que, al momento de su necesidad de utilización, estos estén acordes a su especificación y uso.

También hacer foco en los Sistemas de Comandos de Incidentes como base del Plan de Contingencias para la Cuenca del Golfo San Jorge. Esto es de suma importancia para trabajar en conjunto con Brigadas Industriales, Bomberos Voluntarios, Defensa y Protección Civil, Estado Provincial y Municipal afectados por la industria Petrolera en la zona.

Es de vital importancia mantener los Sistemas de Emergencias Vivos para que al momento de necesidad se obtenga la respuesta esperada.

REFERENCIAS

Instituto Argentino del Petróleo y del Gas (2021), Convenio de Ayuda Mutua, Cuenca del Golfo San Jorge, Provincia de Chubut (CAM CGSJ) (IAPG) Seccional Sur. El Objetivo es establecer pautas de colaboración entre las Operadoras Petroleras, para afrontar contingencias y/o emergencias en la Cuenca del Golfo San Jorge en la Provincia de Chubut, que involucren instalaciones, vehículos o personas que pudieran estar afectadas.



Sistema de gestión de atenciones nutricionales - NutriHis

AUTOR

Macías, Juan José Ramiro
jjrmac@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Informática

REVISIÓN

Romina, Alguacil

RESUMEN

En la Provincia de Misiones se crea la Historia Clínica Electrónica Única (H.C.E.U.), de carácter personal, el cual funciona en todos los establecimientos públicos o privados de asistencia sanitaria en el ámbito de la Provincia de Misiones, la cual permite que los ciudadanos puedan acceder a su historia clínica desde un portal web o aplicación móvil. A partir de allí surge la necesidad de un profesional nutricional de contar con un sistema informático de registro y consulta de pacientes y sus atenciones nutricionales de manera de integrarse a la H.C.E.U para su consultorio privado.

Detectada la necesidad se propone dar solución implementando un sistema informático que permite el registro, y consulta de las historias clínicas nutricionales de un paciente en el menor tiempo posible. Actualmente esta tarea es realizada por la profesional de manera manual. En base a esto se realizó esta propuesta de solución que servirá como herramienta de trabajo utilizando herramientas informáticas que nos permite accesibilidad a una base de datos creando los diseños respectivos y determinando especificaciones funcio-

nales implementadas en el sistema, facilitando los movimientos de ingreso, modificación y visualización de las historias clínicas nutricionales, así como la generación de reportes de pacientes y resumen de diagnósticos, pudiendo conectar esta historia clínica con la H.C.E.U, creando una visión integral del paciente. Con el sistema propuesto finalmente se obtendrá una mejor calidad de la información y acceso dinámico a los datos.

PALABRAS CLAVE

Sistema Informático, Historia clínica nutricional, Integración registros nutricionales HCEU.

INTRODUCCIÓN

En la provincia de Misiones mediante Ley Provincial XVII – N°85 se crea el Sistema de Historia Clínica Electrónica Única (H.C.E.U.), de carácter personal, el cual funciona en todos los establecimientos públicos o privados de asistencia sanitaria en el ámbito de la Provincia de Misiones. El cual en su artículo N. ° 3 define a la Historia Clínica Electrónica Única como “al registro mecanizado, intra e interconectado de datos médicos, clínicos y preventivos referidos a la salud del paciente, con debida actualización y procesamiento por medios informáticos o telemáticos.

Con el objetivo de permitir el registro de atenciones nutricionales y que los mismos sean incorporados a H.C.E.U. se desarrolla el presente proyecto informático.

Antecedentes:

En el año 2016 se pone en producción H.C.E.U., con 3 etapas de implementación. Siendo:

Etapas 1: Integración y portabilidad de la H.C.E.U. en los Hospitales: Madariaga, Materno Neonatal, Pediátrico, Samic Eldorado, Hospital Aristóbulo del Valle y Samic de Oberá.

Etapas 2: Instituto de Previsión de Salud (IPS) y el resto de los prestadores de Salud Público.

Etapas 3: Prestadores de Salud Privados y Obras Sociales.

En la actualidad, los licenciados en nutrición de la Provincia de Misiones que atienden en sus consultorios privados no disponen una plataforma que les permita generar el registro electrónico de las atenciones realizadas pero si la visualización de la Historia Clínica de sus pacientes y siguiendo con la etapa 3 del proyecto provincial es de suma importancia contar con una herramienta que les permita hacer el registros de las atenciones, evoluciones y planes dietarios de sus pacientes, permitiendo que la información sea disponibilizada a sus pacientes en la H.C.E.U..

MATERIALES Y MÉTODOS

Este proyecto da inicio ante la necesidad de los profesionales nutricionales en contar con una herramienta de registro de atenciones de sus pacientes. Iniciando con la información disponibilizada por la Provincia de Misiones en cuanto al marco legal, derechos del paciente y consentimiento informado de los mismos para hacer uso de su información personal, posteriormente se realizaron entrevistas y análisis de documentación de profesionales nutricionales como así también un relevamiento de equipamiento de hardware y de la estructura organizacional del lugar de trabajo del profesional. Con la información recolectada se realizó un diagnóstico y una propuesta de solución informática, para luego definir las etapas del diseño del producto de software y lenguajes de programación, frameworks, bases de datos a utilizar, como así también el análisis e implementación de apis de H.C.E.U.

Para el desarrollo del sistema se definió que se utilice el paradigma orientado a objetos, haciendo uso de la Metodología UML (Lenguaje Unificado de Modelado) y se definió el Objetivo, Limite y alcance, para posterior desarrollar los diagramas de caso de uso, la descripción de casos de uso, Diagramas de colaboración y Diagrama de estructura de datos. Se diseñaron prototipos de interfaz y los análisis de seguridad, de costos, y de riesgos inherentes al sistema.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El sistema brinda una herramienta a los profesionales de la salud nutricional de la provincia de Misiones que les permitirá tener un sistema informático con la información de sus pacientes en un formato digital integrado a la Historia Clínica Electrónica Única y en consecuencia facilita que sus pacientes puedan visualizar en cualquier momento que lo requieran, todos los registros nutricionales incorporados a sus registros médicos permitiendo que cualquier profesional de la provincia pueda acceder.

El sistema fue diseñado en todo momento para dar soluciones a la problemática detectada, es decir, por tal motivo, se da seguridad que la puesta en práctica del nuevo control de pacientes nutricionales ahora automatizado dará respuestas oportunas y confiable, su interfaz será amigable, de tal forma que los usuarios se sientan a gusto con su uso, consiguiendo de este lo necesario para llevar de forma eficaz. Incorpora buenas características técnicas necesarias para su óptimo funcionamiento dentro del consultorio nutricional, lo que favorece la generación de resultados de forma satisfactoria, actuales y detallados al momento de ser solicitados.

El producto desarrollado satisface los requerimientos de los usuarios y además se ajusta a futura necesidades del mismo. El funcionamiento del sistema permitirá tener una vi-

sión de la realidad del consultorio para así dar soluciones rápidas a cualquier adversidad registral detectada, permitiendo trabajar en todo momento con la historia clínica actualizada del paciente.

Teniendo en cuenta que, los profesionales trabajan con personas, en todo momento se pensó en resguardar mediante diversas técnicas de seguridad la identidad del paciente, lo cual es un punto clave y de relevada importancia. Para tal fin se dotó el sistema de técnicas y sugerencias de seguridad para evitar el robo, la pérdida o la alteración de las historias clínicas de los pacientes.

Gracias a este trabajo se sienta precedencia para futuros profesionales nutricionales que requieran de toda la funcionalidad incorporada.

REFERENCIAS

Ley Nro.26.529 de 2009. Salud Pública. 20 de noviembre de 2009. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-26529-160432/texto>.

Ley Provincial XVII – N° 58 de la Provincia de Misiones. Disposiciones Generales. 13/09/2007
Recuperado de: <https://salud.misiones.gob.ar/wp-content/uploads/2017/07/Ley-XVII-N58- Ley-de-Salud-Provincial.pdf>.

Ley XVII – N°85 de la Provincia de Misiones. Historia Clínica Electrónica Única. 21/01/2015.
Recuperado de: https://salud.misiones.gob.ar/wp-content/uploads/2017/07/Ley_XVII-_N%C2%BA_85.pdf

Blockchain en la cadena de suministros forestales

AUTOR

Rambo, Mauro Emmanuel
mauro.e.rambo@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Informática

REVISIÓN

Romina, Alguacil

RESUMEN

Las actividades de explotación forestal ocasionan un impacto considerable en el medio ambiente. Es por ello, que las empresas con responsabilidad social dedicadas a la explotación forestal buscan minimizar este impacto siguiendo estándares internacionales específicos, imponiendo regulaciones a sus proveedores y certificando sus procedimientos ante organismos competentes. Sin embargo, los mecanismos con los que se cuenta actualmente dificultan la mitigación de los riesgos, actuando únicamente sobre acciones cometidas en tiempo pasado. Se hizo uso de un concepto surgido en la última década el cual fue popularizado recientemente por su capacidad para adaptarse a casos de uso en los que se demanda una alta verificación de las transacciones. Se modeló, por tanto, una solución basada en una plataforma blockchain, que buscó proporcionar información clara, concisa y altamente verificable sobre las procedencias y estados de dichos materiales a lo largo de todo su ciclo de vida. El proyecto abordó con éxito el problema de la trazabilidad de materias primas proporcionando información en tiempo real para mitigar las posibles

desviaciones que podrían surgir, acotando significativamente los tiempos de respuesta.

PALABRAS CLAVE

Blockchain, certificaciones, productos forestales, cadena de custodia, trazabilidad.

INTRODUCCIÓN

La trazabilidad de las materias primas forestales es un aspecto crítico dentro de la industria, ya que permite asegurar el origen responsable de los productos, minimizando el impacto ambiental y garantizando que se cumplan las normativas internacionales en relación con la sostenibilidad y la cadena de custodia. En este contexto, el uso de tecnologías avanzadas como blockchain se ha popularizado debido a su capacidad de proporcionar una verificación confiable y en tiempo real de los movimientos de productos a lo largo de la cadena de suministro.

El proyecto propone una solución basada en blockchain para mejorar la trazabilidad de los productos forestales. Las normativas vigentes, como las establecidas por el Forest Stewardship Council (FSC), exigen que las empresas certifiquen y documenten el origen de las materias primas que utilizan, además de asegurar que los procesos de producción sean respetuosos con el medio ambiente. No obstante, los mecanismos tradicionales de control y auditoría suelen estar limitados a acciones retrospectivas, lo que reduce la capacidad de prevenir desviaciones o no conformidades antes de que ocurran.

Blockchain ofrece una solución innovadora a este problema, ya que proporciona un registro inmutable y distribuido que permite a todas las partes involucradas en la cadena de suministro verificar el estado y la procedencia de los productos en tiempo real. Este proyecto se centra en el desarrollo e implementación de un sistema que utiliza blockchain para rastrear la cadena de custodia de los productos forestales desde su origen hasta su destino final, garantizando que los estándares internacionales de sostenibilidad sean cumplidos y que las empresas puedan responder de manera proactiva a cualquier desviación que pueda surgir.

El uso de esta tecnología no solo asegura una mayor transparencia y confiabilidad en los procesos de trazabilidad, sino que también otorga una ventaja competitiva a las empresas que adoptan estos sistemas, al demostrar un compromiso más sólido con las prácticas de sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa. El proyecto, por tanto, busca sentar las bases para la adopción de tecnologías emergentes en la gestión de la cadena de suministro dentro de la industria forestal, asegurando un futuro más responsable y eficiente.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo de este proyecto se siguieron los lineamientos de las metodologías ágiles, con un marco de trabajo basado en Scrum. Dado que el proyecto tenía un tiempo limitado, se realizaron adaptaciones a las ceremonias clásicas de Scrum. Se definieron Sprints de dos semanas de duración, con una planificación al inicio y una revisión al final de cada ciclo.

El sistema de trazabilidad propuesto se desarrolló utilizando tecnología blockchain, seleccionando Hyperledger Fabric como la plataforma base debido a su versatilidad y seguridad para la gestión de transacciones. Los nodos de la red blockchain fueron distribuidos en servidores on-premise, y el sistema incluyó un API Gateway para la interacción con los usuarios y dispositivos.

El backend fue desarrollado en Node.js, mientras que la interfaz de usuario utilizó React.js y Material UI para mejorar la experiencia de usuario y la interactividad. Los datos relacionados con la trazabilidad de los productos forestales se gestionaron en una base de datos CouchDB, que soporta la inmutabilidad de los registros mediante blockchain.

Se recopilaron datos mediante la observación directa de los procesos, así como el análisis de documentos internos de la empresa referente y estándares internacionales de certificación forestal como los emitidos por FSC. Este enfoque permitió la integración de sistemas tecnológicos con la verificación y trazabilidad de materias primas en tiempo real.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El desarrollo del sistema de trazabilidad basado en blockchain permitió gestionar en tiempo real los movimientos de materias primas forestales, asegurando la integridad y veracidad de la información a lo largo de la cadena de custodia. Se implementó un sistema que permitió optimizar el control de la procedencia de los productos forestales, mejorando su capacidad de cumplir con los estándares de certificación del Forest Stewardship Council (FSC).

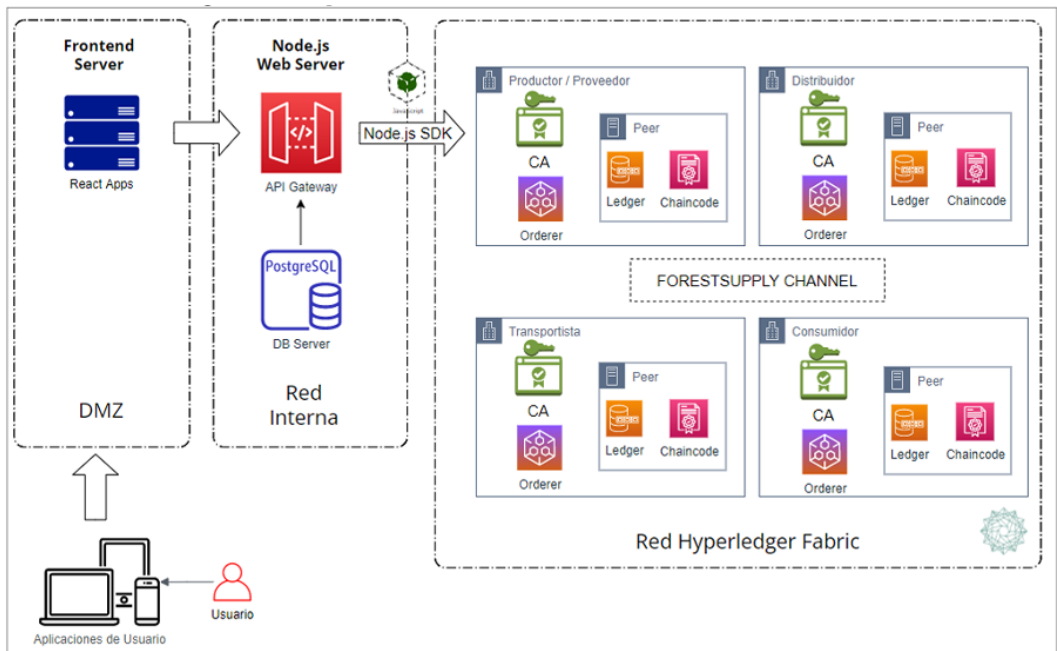
El análisis de los resultados mostró que, al utilizar la tecnología blockchain, se mejoraron significativamente los tiempos de respuesta frente a posibles no conformidades y desviaciones en la cadena de suministro. La inmutabilidad de los registros y la capacidad de verificar cada transacción en tiempo real proporcionaron una mayor transparencia en el proceso de trazabilidad. Además, la implementación de un sistema de seguimiento mediante GPS permitió localizar y monitorear los movimientos de las materias primas desde su origen hasta su destino final.

Entre los desafíos más relevantes estuvo la complejidad en la integración de los sistemas tradicionales con la nueva plataforma blockchain. Sin embargo, la arquitectura modu-

lar del sistema y el uso de contenedores Docker facilitaron la implementación y despliegue continuo. Los resultados demostraron que el uso de tecnologías emergentes como blockchain y el enfoque ágil de desarrollo puede mejorar considerablemente la gestión de procesos industriales en empresas con alta dependencia de certificaciones internacionales.

En conclusión, el sistema propuesto no solo cumple con los requisitos de trazabilidad y certificación, sino que además se establece como una ventaja competitiva para la empresa que lo implemente al asegurar la transparencia y responsabilidad en sus operaciones. Futuras mejoras pueden incluir la integración con tecnologías de inteligencia artificial para predecir riesgos y optimizar aún más la cadena de suministro.

Figura 1. Diagrama de Arquitectura



Fuente: Elaboración propia.

Casado-Vara, R., Prieto, J., De la Prieta, F., & Corchado, J. M. (2018). Blockchain framework for industrial applications: A decentralized and scalable solution. *Journal of Computational Science*, 29, 367-377. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.jocs.2018.03.006>

FSC Argentina. (s.f.). Certificación de cadena de custodia de productos forestales en Argentina. Recuperado de: <https://www.fsc.org.ar>

Marus, S. (2021). Podcast 'Forest for the future'. Forest Stewardship Council.

Schwaber, K., & Sutherland, J. (2020). *The Scrum Guide: The Definitive Guide to Scrum: The Rules of the Game*. Scrum.org.

Song, J., Sung, Y., & Park, D. (2019). Blockchain and its impact on supply chain management: A study on the potential of blockchain technology for tracking and verifying forest products. *International Journal of Blockchain Research*, 5(2), 101-110.

Tien, J., et al. (2017). The role of blockchain technology in modern supply chain management. *Supply Chain Management Review*, 23(3), 12-20.

Privacidad en reconocimiento biométrico mediante el uso de tecnología blockchain

AUTOR

Rivara, Eduardo Luis
edurivara@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Informática

REVISIÓN

Romina, Alguacil

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se analizó la factibilidad de la utilización de descentralización del consentimiento mediante tecnología blockchain para lograr un incremento en la privacidad para el usuario final en el uso de tecnologías de reconocimiento biométrico en Latinoamérica, así como un refuerzo en el cumplimiento de las regulaciones vigentes sobre el uso de las mismas.

Este análisis se realizó mediante un enfoque dual, por un lado un análisis cualitativo de las mejoras objetivas al cumplimiento de la regulación vigente en la región, y por otro mediante un estudio cuantitativo del aumento medible tanto en percepción de privacidad como en transparencia en el uso de los datos.

Mediante estas dos técnicas se pudo comprobar una mejora sustancial en los métodos de mantenimiento de la privacidad analizados, en la percepción mensurable de los usuarios acerca de la transparencia sobre el manejo de sus propios datos, así como en el cumplimiento estricto de las regulaciones vigentes en la región.

PALABRAS CLAVE

Biometría, Reconocimiento facial, Privacidad, Blockchain, Descentralización

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigó la posibilidad de utilizar las tecnologías blockchain para resolver dos problemas inherentes al uso de tecnologías biométricas como el reconocimiento facial mencionados por Katam Raju Gangarapu (2022) en su ensayo “Ética del reconocimiento facial: puntos clave y soluciones”, a saber:

1- ¿Cómo incrementar la compatibilidad con la regulación legal existente?

2- ¿Cómo aumentar la transparencia y el control del usuario sobre su privacidad?

Se consideró la hipótesis utilización de tecnología blockchain mediante los activos digitales no fungibles (NFTs) para dar completo control a los usuarios finales sobre la utilización de sus perfiles biométricos. Esta modificación en la implementación del consentimiento busca resolver ambos problemas mencionados arriba, tanto el del cumplimiento de los marcos legales como el del aumento del control de los usuarios sobre su propia privacidad e identidad.

El Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) entró en vigencia en el año 2018 en Latinoamérica, obligando a respetar la privacidad de datos de más de 670 millones de personas que forman la población de Latinoamérica y el Caribe.

Estas variantes mencionadas nos permiten entender las dificultades que pueden tener las empresas a la hora de poder utilizar tecnología que puedan presuponer un mal uso de los datos privados de los clientes. Una de estas tecnologías es la biometría.

La utilización de técnicas biométricas como el reconocimiento facial pueden brindar numerosos beneficios en términos de facilidad para el usuario, seguridad y rapidez. La misma es utilizada de manera creciente incluso por autoridades, como menciona el Kaspersky Lab (2022): “La biometría se está incorporando en los pasaportes electrónicos en todo el mundo. En Estados Unidos, los pasaportes electrónicos cuentan con un chip que contiene el iris, la huella dactilar o una fotografía digital del rostro del portador, así como tecnología que evita que lectores de datos no autorizados realicen lecturas completas (y superficiales) de los datos del chip.”

Más allá de su utilización como herramienta de seguridad, la biometría, y en particular el reconocimiento facial brinda numerosas ventajas para mejorar la experiencia de usuario, para usos como acceso sin contacto a recintos, reconocimiento y premios por fidelidad a una marca, o, como está ocurriendo en Japón y China, para pagos utilizando solo el rostro.

Según la página oficial de Thales Group (2022), si nos basamos en la interpretación del reglamento en la Unión Europea, el procesamiento de datos biométricos con el propósito

de identificar de forma única a una persona física está prohibido. Sin embargo, menciona las siguientes excepciones:

- Si el consentimiento ha sido dado explícitamente.
- Si la información biométrica es necesaria para cumplir las obligaciones del controlador o del interesado en el ámbito del empleo, la seguridad social y la legislación de protección social.
- Si es necesario para proteger los intereses vitales del individuo y él/ella es incapaz de dar su consentimiento.
- Si es vital para cualquier reclamo legal.
- Si es necesario por razones de interés público en el área de la salud pública.

Lo primero que podemos notar es que es de vital importancia el consentimiento, que este haya sido dado explícitamente y que el usuario entienda de manera completa el alcance y uso que se dará a sus datos.

Los tokens no fungibles (o NFT, del inglés: Non Fungible Tokens) son un certificado digital de autenticidad que mediante la tecnología blockchain, la misma que se emplea en las criptomonedas (los tokens), se asocia a un único archivo digital (cabe recordar que un bien no fungible es aquel que no se consume con su uso, que no puede ser reemplazado y que no es sustituible). Es decir, que esencialmente los NFTs permiten ser dueños de un activo digital, que es a su vez único e irrepetible.

Este trabajo analizó la posibilidad de utilización de tecnologías de reconocimiento de manera segura para el usuario final, mediante la utilización de tecnología blockchain para lograr transparencia en el consentimiento informado e incremento del control del usuario mediante emisión de tokens no fungibles (NFTs) de consentimiento.

La utilización de esta tecnología abre la puerta a la creación de un token de consentimiento, donde el usuario final es dueño del mismo, no quedando a merced de las empresas u organizaciones la disponibilidad o utilización de los datos biométricos de los usuarios

Se define entonces el objetivo general del presente trabajo de investigación:

Objetivo General:

- Demostrar la viabilidad del uso de tecnología de reconocimiento facial de manera segura y privada mediante la emisión de tokens no fungibles (NFTs) de consentimiento en blockchain

Objetivos Secundarios:

- Comprobar el cumplimiento exhaustivo de todos los puntos incluidos en el reglamento general de protección de datos (RGPD) en los países de la región de LATAM de acuerdo a esta modificación de la forma de operar la tecnología mediante trazabilidad del consentimiento.

- Demostrar el impacto positivo en el entendimiento y control del usuario sobre su perfil biométrico, mediante la utilización de escalas cualitativas y cuantitativas de medición: Grado de transparencia de consentimiento informado, grado de control de suscripción (opt-in), /out), grado de control de eliminación (opt-out), grado de transparencia de flujo de datos y grado de control sobre la utilización de su perfil biométrico (reconocimientos o validaciones) mediante la obtención de tokens de consentimiento emitidos en blockchain.

MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación abarcó de manera paralela dos aspectos fundamentales de la temática.

1. Un análisis cualitativo completo de la mejora en el cumplimiento de la regulación vigente mediante la introducción de tecnología blockchain en el consentimiento del usuario.
2. Un análisis cuantitativo del aumento de transparencia y control del usuario sobre su perfil biométrico y privacidad mediante la utilización de blockchain como control del uso de su perfil facial

Para el análisis se estableció un rango de comparación con escala 1 (pérdida de control) a 5 (aumento de control) con los métodos existentes sobre cinco ejes de análisis utilizando la técnica de encuestas utilizando formularios Google enviadas a participantes de distintos extractos sociales, técnicos y geográficos. Para ello se estableció un rango de medición de aumento de transparencia para el usuario final (en una base de 1 a 5 puntos) en el entendimiento del consentimiento informado, así como preguntas acerca de su conocimiento respecto a las tecnologías de reconocimiento facial (biometría) y tokens no fungibles (blockchain), para poder establecer los valores cuantitativos, así como la correlación entre los resultados.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Este trabajo propuso demostrar como objetivo general la viabilidad del uso de tecnología de reconocimiento facial de manera segura y privada mediante la emisión de tokens no fungibles (NFTs) de consentimiento en blockchain. Esta viabilidad tanto en la seguridad como en la privacidad es evaluada de manera sistemática con diferentes metodologías, tanto desde el análisis cualitativo de los requerimientos legales y de marco regulatorio, como desde el análisis cuantitativo del control efectivo sobre la privacidad otorgado al usuario mediante esta innovación metodológica.

Para poder realizar este estudio sistemáticamente, es decir la viabilidad del objetivo general, fue necesario dividir el análisis en dos objetivos secundarios. El primero se enfocó en el cumplimiento de esta tecnología de las regulaciones vigentes, y en qué grado mejora

o empeora ese cumplimiento. Como segundo objetivo se demostró el impacto positivo en el control del usuario final sobre su identidad biométrica, tanto desde la medición del aumento efectivo del control, como de la percepción del mismo.

Mediante el análisis cualitativo, hemos logrado definir de manera exacta los 16 requerimientos legales vigentes para operar este tipo de tecnología, lo que nos permitió la confección de la Tabla 1.1 que comparó mediante el análisis cualitativo de cada punto relevado el método tradicional de operación de biometría (centralizada) vs el método híbrido con descentralización mediante NFTs.

Como observamos en la tabla 1.1, hay 8 puntos donde no hay variación entre los dos tipos de tecnologías, ya que ambas logran un cumplimiento alto de la regulación. Es en los restantes 8 puntos donde vemos una diferencia, marcadamente a favor de la utilización de NFTs en blockchain para descentralización del consentimiento.

Tabla 1.1. Análisis cualitativo del nivel de privacidad logrado mediante la utilización de reconocimiento facial en conjunto con NFTs en blockchain para consentimiento.

OBLIGACIÓN	RECONOCIMIENTO FACIAL	RECONOCIMIENTO FACIAL CON CONSENTIMIENTO MEDIANTE NFTs
Consentimiento de los afectados	Sí	Sí
Deber de seguridad		
• Cifrado de datos	Sí	Sí
• Acceso de datos	Sí (parcial)	Sí
• Registro de acceso	Sí (parcial)	Sí
• No cruzamiento	Sí (parcial)	Sí
• Ofuscamiento	Sí	Sí
• Descentralización de datos	Sí (parcial)	Sí
• Resguardo	Sí	Sí
Deber de confidencialidad		
• Secreto de datos	Sí (parcial)	Sí

• Responsabilidad	Sí (parcial)	Sí
• Controles	Sí (parcial)	Sí
• No difusión	Sí	Sí
• Acceso a controles	Sí (parcial)	Sí
Evaluación de impacto		
• Necesarios y efectivos	Sí	Sí
• Beneficio vs. Privacidad	Sí	Sí
• Existencia de alternativas	Sí	Sí

Fuente: Elaboración propia.

Mediante el análisis cuantitativo, se logró demostrar el aumento de la transparencia así como el incremento del control del usuario final sobre su perfil biométrico mediante la utilización de NTFs de consentimiento.

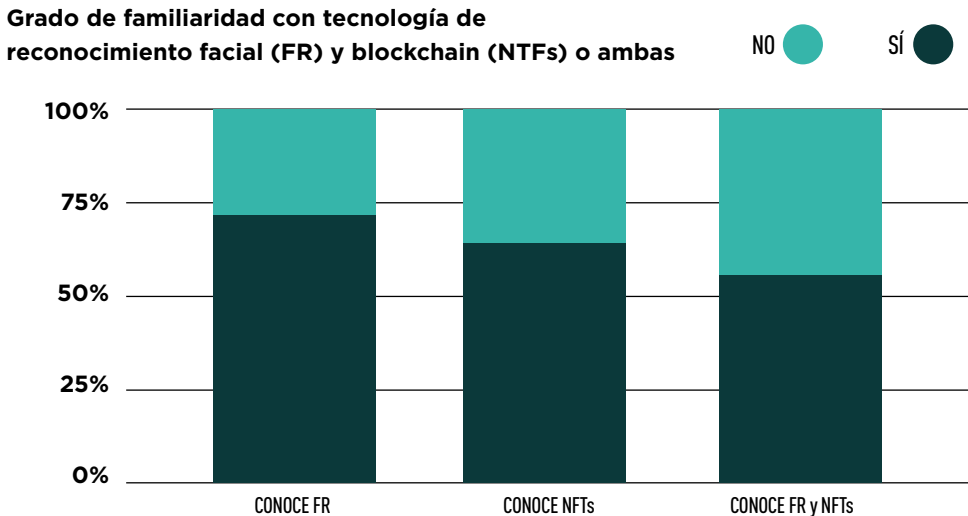
Este análisis se efectuó estableciendo un rango de comparación sobre cinco ejes de análisis utilizando escala 1 (pérdida de control) a 5 (aumento de control) contra los métodos biométricos existentes:

- a. Grado de percepción de transparencia del consentimiento informado y derechos de privacidad. Escala: 1 (reducción marcada) a 5 (aumento marcado)
- b. Grado de control de suscripción de perfil (opt-in). Escala: 1 (reducción marcada) a 5 (aumento marcado)
- c. Grado de control de eliminación de perfil (opt-out). Escala: 1 (reducción marcada) a 5 (aumento marcado)
- d. Grado de transparencia de flujo de datos. Escala: 1 (reducción marcada) a 5 (aumento marcado)
- e. Grado de control sobre la utilización del perfil biométrico (reconocimientos o validaciones). Escala: 1 (reducción marcada) a 5 (aumento marcado)

Para poder evaluar el punto a, medimos la familiaridad de los individuos encuestados tanto a las tecnologías de reconocimiento facial (FR) como a blockchain (en particular los NFTs). Como se puede apreciar en el gráfico 2.1, hemos encontrado una correlación (in-

dice de Pearson) de 0.4525 (positiva moderada) entre ambas variables, es decir, la mayor parte de los encuestados que habían experimentado la tecnología de reconocimiento facial, había experimentado o tenía conocimiento de los NFTs. Como dato curioso, podemos manifestar que encontramos igualmente una percepción de mejora en la transparencia al utilizar NFTs para reconocimiento facial en proporción similar al considerar el muestreo completo, lo que nos permite aventurar que mismo sin haber estado en contacto con tecnologías blockchain o NFTs, los usuarios lo perciben como más transparente y seguro. Queda abierta esta línea de investigación para estudios posteriores que deseen profundizar en esta hipótesis.

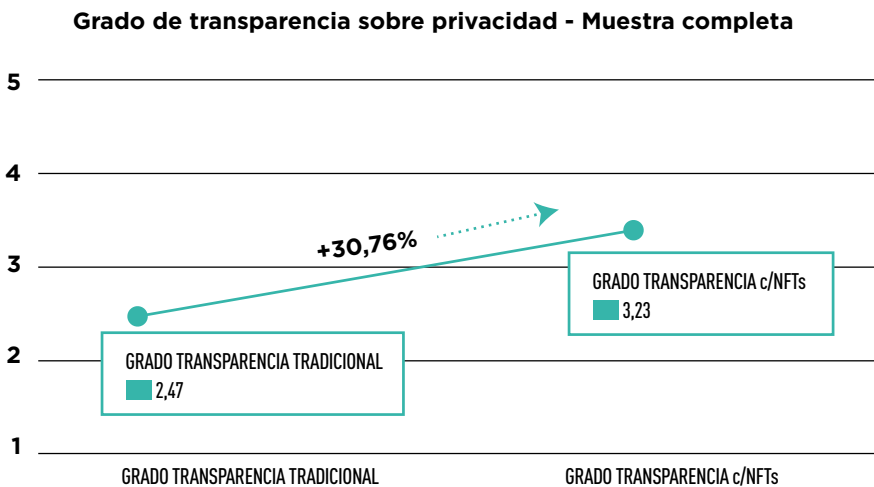
Gráfico 2.1. Grado de familiaridad con tecnología de reconocimiento facial (FR) y blockchain (NTFs)



Fuente: Elaboración propia.

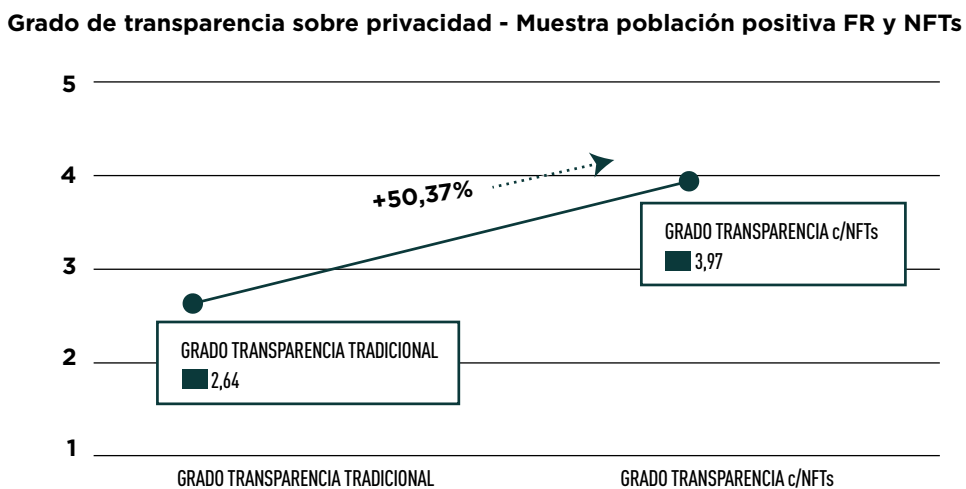
Como podemos observar en el Gráfico 2.2 y 2.3, tanto en el muestreo sobre población con conocimientos previo de reconocimiento facial y NFTs como en el general se ve un aumento marcado en la percepción de transparencia y control.

Gráfico 2.2. Percepción de transparencia en tecnologías de reconocimiento facial tradicionales vs. utilizando NFTs sobre población muestral completa



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2.3. Percepción de transparencia en tecnologías de reconocimiento facial tradicionales vs. utilizando NFTs sobre población muestral con conocimiento de FR y NFTs



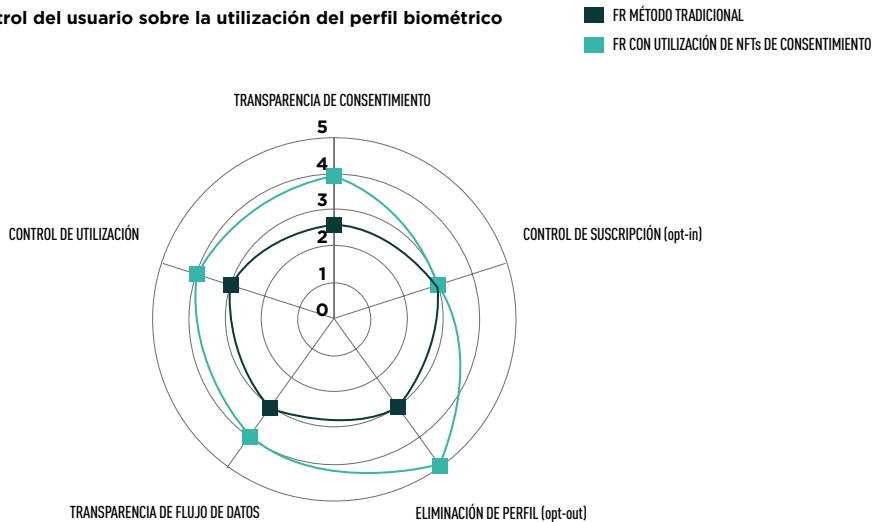
Fuente: Elaboración propia.

Para los puntos b a e se utilizó una comparativa analítica con valores entre 1 (pérdida alta de control) y 5 (aumento alto de control) y 3 (sin modificación) de las características controlables en cada punto comparadas con el método tradicional de utilización de reconocimiento facial.

Finalmente graficamos comparativamente (contra el método tradicional de operar el reconocimiento facial) los resultados del análisis de los cinco puntos.

Gráfico 2.4. Gráfico comparativo de los cinco puntos del análisis de control de usuario sobre su perfil biométrico.

Comparativa de control del usuario sobre la utilización del perfil biométrico



Fuente: Elaboración propia.

Podemos observar que tanto desde la óptica del marco regulatorio como del marco de la experiencia de usuario, así como desde la óptica de las corporaciones este tipo de tecnología híbrida presenta mejoras considerables tanto en privacidad como en seguridad.

Como conclusión final, podemos afirmar que queda demostrada la viabilidad del aumento de la privacidad mediante la utilización de la tecnología blockchain en reconocimiento biométrico. Podemos afirmar este tipo de tecnología abre la posibilidad de utilización de innovaciones importantes en experiencia de usuario mediante reconocimiento biométrico al utilizarlo de manera radicalmente diferente, en campos como las finanzas (pagos faciales, anti-fraude, segundo factor de autenticación), el e-commerce (login biométrico) como el nuevo retail (fidelización sin contacto), abriendo significativas posibilidades en esos campos.

REFERENCIAS

Katam Raju Gangarapu (2022): Ethics of Facial Recognition: Key Issues and Solutions. <https://learn.g2.com/ethics-of-facial-recognition>

Página oficial de Kaspersky Lab (2022). Recuperado de <https://latam.kaspersky.com/resource-center/definitions/biometrics> el 1/10/2022

Página oficial de Thales Group (2022). Recuperado de <https://www.thalesgroup.com/es/countries/americas/latin-america/dis/gobierno/biometria/datos-biometricos> el 5/10/2022.



Estrategias para la gestión del cambio y la transformación digital a fin de optimizar la inteligencia de negocio en la Empresa Econovo

AUTORA
Megetto, María Virginia
virmeggetto@gmail.com

CARRERA
Ingeniería en Innovación y Desarrollo

REVISIÓN
Romina, Alguacil

RESUMEN

El presente plan de intervención tiene como objetivo un aporte de valor al proceso productivo de la empresa local Econovo.

Dicha empresa se desarrolló en el marco de la innovación en sus productos y con una buena administración los llevó a un crecimiento sostenido posicionándose en el mercado nacional e internacional.

La empresa logró hasta el momento la incorporación de tecnología con la que comenzó un proceso de automatización que le permitió competir en el mercado. No obstante se pudo observar la falta de algunos complementos que unieran la incorporación de tecnología con la eficiencia productiva.

Es por esto que la propuesta de valor está direccionada a la innovación tecnológica, transformación digital e inteligencia de negocios.

Entendiendo que, en conjunto, estos conceptos conforman una perspectiva empresarial transformadora, donde la tecnología impulsa la innovación y la inteligencia de negocios

se convierte en un activo crucial para la toma de decisiones estratégicas en la era digital.

PALABRAS CLAVE

Transformación Digital, Innovación, Inteligencia de negocios y Tecnología.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años han ocurrido importantes transformaciones en el funcionamiento de la economía y la sociedad del mundo. La globalización impulsa los avances científicos y tecnológicos y la acción en gran escala de poderosas empresas transnacionales hacen que cada día aparezcan en el mercado nuevos o mejorados productos y procesos que reemplazan a los ya existentes.

La innovación, como motor de la evolución empresarial, impulsa la creación y la adopción de nuevas ideas, procesos y productos. Las organizaciones deben adaptarse a las cambiantes expectativas del cliente y al entorno competitivo en constante transformación.

La transformación digital está entre nosotros, la integración de tecnologías digitales en todos los aspectos de una empresa, desde la interacción con los clientes hasta la optimización de las operaciones internas. La transformación digital no solo impulsa la eficiencia, sino que también permite la creación de nuevas fuentes de valor y la reinención de modelos de negocio tradicionales.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para potenciar el crecimiento de la industria y adaptarse a la era digital, se ha decidido implementar soluciones basadas en la Industria 4.0. Esto implica la integración de nuevos elementos tecnológicos en el proceso productivo, utilizando datos en gran volumen para mejorar la gestión y el análisis. Se ha optado por un sistema SCADA (Supervisión, Control y Adquisición de Datos) para automatizar y optimizar el control de procesos, y por herramientas de conectividad y análisis de datos para centralizar y manejar la información de manera eficiente.

Implementación del Sistema SCADA

Desarrollo e Instalación: Se instalarán sistemas SCADA en cada planta de producción, que incluirán HMI para la visualización de datos, MTU para la supervisión centralizada y RTU para la recolección de datos de sensores y actuadores.

Configuración y Análisis: Se configurará el sistema SCADA para monitorear y recopilar datos en tiempo real, analizar eventos y generar informes. Se utilizarán protocolos industriales como MODBUS para integrar diversos equipos de producción.

Integración de Bases de Datos

Instalación y Configuración: Cada planta contará con una base de datos local gestionada por Microsoft SQL Server. La integración de estas bases de datos se realizará mediante Microsoft SQL Server Integration Services (SSIS) para consolidar la información en una base de datos central.

Conectividad: Se establecerá una red VPN para conectar las bases de datos de las distintas plantas, asegurando la transmisión segura y encriptada de datos.

Modelado y Visualización de Datos

Modelado de Datos: Se desarrollará un modelo de datos eficiente que represente visualmente las conexiones y estructuras de la información recolectada. Este modelo facilitará la integridad y el acceso a los datos.

Análisis con Power BI: Los datos modelados serán analizados y visualizados utilizando Power BI. Se ha desarrollado un tablero que ejemplifica el uso de indicadores clave como la producción diaria, el tiempo de inactividad y la eficiencia operativa. Este tablero permite una visión interactiva y en tiempo real del rendimiento de la planta.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la actualidad, las empresas deben adaptarse rápidamente a las demandas del mercado y a las innovaciones tecnológicas para mantener su competitividad. La implementación de nuevas tecnologías, está revolucionando la forma en que las industrias gestionan y optimizan sus procesos productivos. Estos avances permiten a las organizaciones enfrentar los desafíos del entorno digital de manera eficaz.

Se aspiró a que la empresa integrase plenamente las tecnologías propuestas para optimizar su proceso productivo. La implementación del sistema SCADA permitirá un monitoreo y control constante del proceso en tiempo real, generando una alta eficiencia operativa. La utilización de una VPN facilitará la gestión remota de los recursos y la toma de decisiones basadas en datos en tiempo real, mientras que el uso de herramientas de modelado y análisis, como Power BI, mejorará la calidad del producto y proporcionará una toma de decisiones informada y estratégica.

Se espera que la empresa no solo mejore su eficiencia y reduzca los tiempos de inactividad, sino que también refuerce la seguridad de la red.

Desde el inicio del plan se hizo hincapié en que la integración de tecnologías avanzadas debe ir acompañada de un cambio estructural en la empresa. La adaptación a la era digital requiere una transformación en los procesos y una apertura hacia nuevas metodologías. La innovación, en este contexto, no solo implica la adopción de nuevas herramientas, sino también un cambio de mentalidad en los colaboradores para aprovechar al máximo los

recursos tecnológicos disponibles.

Entre las fortalezas del plan de intervención se pueden mencionar la identificación precisa de las necesidades tecnológicas, el uso de soluciones probadas como el sistema SCADA y Power BI, y el respaldo de la empresa en términos de recursos y colaboración para llevar a cabo la implementación. Además, el plan se alinea con las tendencias actuales de la Industria 4.0, favoreciendo la eficiencia y la competitividad.

En cuanto a las debilidades, se debe considerar que la implementación de nuevas tecnologías puede enfrentar resistencias al cambio y desafíos relacionados con la adaptación de sus colaboradores. Además, la integración de los sistemas en múltiples plantas requiere una coordinación eficaz y una gestión de datos robusta para evitar problemas de conectividad y seguridad.

En función de esto, se puede pensar en un segundo momento en donde se contemple la capacitación continua del personal y la mejora en la infraestructura de red para asegurar una integración sin contratiempos. La formación de los colaboradores en el uso de nuevas herramientas y la creación de protocolos claros para la gestión de datos y la seguridad serán fundamentales para el éxito de la transformación digital.

REFERENCIAS

Rogers, David. L. (2021) Guía estratégica para la transformación digital. Recuperado de: https://reader.digitalbooks.pro/book/preview/145986/Guia_estrategica_para_la_transformacion_digital-2?1694786951060

Aguilar, L. J. (2019) Inteligencia de negocios y analítica de datos. Una visión global de Business Intelligence y Analytics. Recuperado de: https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9788426729491_A39860386/preview-9788426729491_A39860386.pdf

Sikora, H. (2017). Digital age management: Leadership in the digital age. *Elektrotechnik und Informationstechnik*, 134(7), 344-348. <https://doi.org/10.1007/s00502-017-0524-0>

Instituto Andaluz de Tecnología (2012) La respuesta está en la innovación. Recuperado de: [file:///C:/Users/virgi/Downloads/La%20respuesta%20est%C3%A1%20en%20la%20innovaci%C3%B3n%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/virgi/Downloads/La%20respuesta%20est%C3%A1%20en%20la%20innovaci%C3%B3n%20(1).pdf)

Penin Rodríguez Aquilino. (2013) Sistema SCADA. Recuperado de: file:///C:/Users/virgi/Downloads/Sistemas_SCADA.pdf



Sistema de asistencia a centros de diálisis y seguimiento de pacientes

AUTOR

Barrionuevo, Agustín Ariel
barrionuevo.agustin@outlook.com

CARRERA

Ingeniería en Software

REVISIÓN

Romina, Alguacil

RESUMEN

En muchos centros de tratamiento renal, los registros de datos se realizan manualmente en planillas que luego son archivadas, lo que conlleva un desperdicio innecesario de recursos y dificulta el seguimiento de pacientes. Este proyecto desarrolla un sistema de asistencia digital para centros de diálisis, que permite gestionar de manera más eficiente el seguimiento de pacientes y la programación de tratamientos. A través de la creación de una aplicación web, se busca mejorar la calidad de vida de los pacientes mediante la digitalización de los procesos médicos, permitiendo decisiones más rápidas y acertadas.

PALABRAS CLAVE

Nefrología, Diálisis, Aplicación web, Transformación digital, Seguimiento de pacientes

INTRODUCCIÓN

El tratamiento de diálisis es una de las opciones principales para pacientes con insufi-

ciencia renal. Sin embargo, muchos centros de diálisis continúan utilizando métodos manuales para registrar y gestionar los datos de los pacientes, lo que provoca ineficiencia y dificulta el seguimiento de los tratamientos. Este trabajo presenta el desarrollo de una aplicación web que digitaliza los procesos de registro y seguimiento de pacientes, facilitando la toma de decisiones médicas y mejorando la eficiencia operativa en los centros de diálisis.

MATERIALES Y MÉTODOS

El desarrollo del sistema de asistencia a centros de diálisis siguió una metodología ágil SCRUM, la cual fue ejecutada en cuatro iteraciones o sprints, cada uno con una duración de tres semanas. Durante cada sprint, se abordaron distintas funcionalidades del sistema, desde la recolección de requisitos hasta la implementación de las interfaces de usuario.

Para la parte técnica, el sistema fue desarrollado utilizando las siguientes herramientas y tecnologías:

- Backend y base de datos: El backend fue construido en .NET junto con MySQL como sistema de gestión de bases de datos. .NET fue seleccionado por su robustez y capacidad de escalabilidad, mientras que MySQL fue elegido por su simplicidad y eficacia en la gestión de grandes volúmenes de datos.
- Frontend: El frontend de la aplicación se construyó usando Angular, un framework de desarrollo web basado en TypeScript, que permite la creación de aplicaciones dinámicas y altamente escalables. Para el diseño visual, se utilizó la biblioteca PrimeNG, la cual provee una colección de componentes de interfaz de usuario que facilitan la creación de una experiencia de usuario más amigable e intuitiva.
- Metodología de recolección de datos: Para identificar las necesidades del sistema, se realizaron entrevistas estructuradas con profesionales médicos en nefrología. Además, se llevó a cabo un proceso de observación directa en un centro de enfermedades renales privado, donde se documentaron los flujos de trabajo actuales y se identificaron áreas de mejora.
- Prototipos y pruebas: Se realizaron prototipos de las interfaces utilizando HTML y CSS, permitiendo pruebas de usabilidad preliminares antes de la implementación definitiva. Estas pruebas fueron realizadas con usuarios finales, quienes proporcionaron retroalimentación sobre la funcionalidad y la facilidad de uso del sistema.

Finalmente, para la implementación del sistema en la nube, se utilizó Microsoft Azure, que permitió un despliegue seguro y eficiente de la aplicación, asegurando la disponibilidad y el rendimiento necesarios para el correcto funcionamiento en múltiples dispositivos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El sistema desarrollado alcanzó los objetivos planteados en términos de eficiencia, usabilidad y reducción de recursos manuales. A continuación, se detallan algunos de los resultados obtenidos:

- 1. Eficiencia operativa:** La centralización de los registros de pacientes y la digitalización del proceso de diálisis permitieron a los centros médicos reducir significativamente el tiempo dedicado a la organización y búsqueda de información. Los datos clínicos de cada paciente ahora son accesibles en tiempo real, desde cualquier dispositivo con conexión a internet, lo que mejora la toma de decisiones en situaciones críticas.
- 2. Optimización de la programación de diálisis:** Con la nueva interfaz, el personal médico puede programar las sesiones de diálisis de manera más eficiente y personalizada para cada paciente. Además, el sistema genera alertas en caso de conflictos en la programación o cuando un paciente no cumple con los parámetros establecidos para la sesión, lo que ayuda a evitar errores humanos.
- 3. Reducción en el uso de papel:** Se logró una reducción significativa en el uso de papel, uno de los objetivos principales del proyecto, contribuyendo tanto a la sostenibilidad ambiental como a la reducción de costos. Todo el historial médico, programación y eventos clínicos se registran de forma digital, eliminando la necesidad de almacenamiento físico.
- 4. Mejora en la trazabilidad y seguimiento de pacientes:** El sistema permite a los médicos y enfermeros llevar un seguimiento detallado de la evolución de cada paciente, lo cual es fundamental para garantizar un tratamiento de diálisis adecuado. Gracias a la integración de gráficos y reportes generados automáticamente, el personal médico puede visualizar fácilmente los patrones de tratamiento y realizar ajustes en tiempo real.
- 5. Seguridad de la información:** Se implementaron medidas de seguridad avanzadas, como el cifrado de contraseñas mediante el algoritmo MD5 y la autenticación de doble factor, garantizando que la información médica esté protegida en todo momento. La posibilidad de acceso remoto a la aplicación también fue asegurada mediante el uso de servidores seguros en la nube de Microsoft Azure.
- 6. Retos y limitaciones:** Durante el desarrollo del proyecto, se presentaron algunos desafíos, como la resistencia al cambio por parte del personal médico, quienes estaban acostumbrados a los métodos manuales. Sin embargo, se superaron mediante capacitaciones y demostraciones de los beneficios del sistema. Otro reto fue la infraestructura tecnológica en algunos centros, que no contaban con una conectividad a internet estable, lo cual fue mitigado mediante acuerdos con proveedores locales de servicios de internet.

Figura 1: Panel de centro**Figura 2:** Panel de paciente

Fuente: Elaboración propia.

REFERENCIAS

Álvarez, O. (2001). Epidemiología de la insuficiencia renal. Eudecor SRL.

Cusumano, A. M. (2020). Apuntes para la historia de la diálisis en el mundo y en Argentina. Primera parte: Los inicios de la hemodiálisis en el mundo. Scielo. Recuperado de: <http://www.scielo.org.ar>

Schwaber, K., & Sutherland, J. (2013). Guía SCRUM. Recuperado de: <https://scrumguides.org>



UNIVERSIDAD
SIGLO 



Ciencias de la Administración y Management

TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN
2023 | 2024

Prefacio **Decanato de Ciencias de la Administración y Management**

Quisiera expresar mi más sincero agradecimiento a todos los estudiantes y docentes que hicieron posible esta publicación. Su dedicación y pasión por las diversas materias que integran la Administración y el Management son la base de nuestro éxito.

El anuario que compila los Trabajo Final de Grado (TFG) tiene como propósito compartir los resultados de la investigación y contribuir al avance del conocimiento en el campo específico, proporcionar una oportunidad para que los estudiantes desarrollen habilidades de investigación y escritura académica. Del mismo modo, está orientado a permitir que los estudiantes reciban retroalimentación y evaluación de sus trabajos por parte de expertos y pares. Además, está orientado a contribuir en el desarrollo de habilidades transferibles en los estudiantes, como la escritura, la comunicación y la investigación, como también, proporcionar a los estudiantes una experiencia práctica que los prepare para la vida laboral y la investigación profesional.

Nos sentimos orgullosos de haber formado a profesionales altamente capacitados y comprometidos con el desarrollo de nuestras organizaciones y de nuestra sociedad.

Creemos firmemente que estos trabajos no solo enriquecen el conocimiento académico, sino que también tienen el potencial de generar un impacto positivo en nuestra sociedad. Las ideas y propuestas presentadas aquí pueden inspirar a futuros emprendedores, líderes y agentes de cambio.

Mirando hacia el futuro, estamos convencidos de que nuestros egresados continuarán destacándose en sus respectivas áreas, contribuyendo a construir un mundo más justo y próspero.

Analía Nieves

Decana de Ciencias de la Administración y Management



Determinación de estructura financiera óptima para empresas comerciales

AUTORA
Chiappella, Débora Alejandra
debochiappella@gmail.com

CARRERA
Contador Público

REVISIÓN
Esteban, Spontón

RESUMEN

Esta investigación tiene por objeto proponer una alternativa de estructura financiera óptima para empresas comerciales basada en la creación de políticas alcanzables y estratégicas de la administración del capital de trabajo, para el logro de la eficiencia y dotación del mismo.

A partir del análisis específico de la situación general de una empresa, se destaca que es fundamental una concordancia entre las cuentas por cobrar y cuentas por pagar para evitar un desequilibrio financiero, teniendo la empresa que solventar costos financieros innecesarios.

De aquí surge la idea de que las empresas deben estudiar el ciclo operativo neto de los últimos años y conocer las causas de las variaciones, si las hubiera. Las causas internas y externas que afectan los componentes fundamentales del ciclo operativo, pueden proporcionar un desfase económico que impiden el autofinanciamiento de la empresa.

Se propone la implementación de un plan basado fundamentalmente en la actividad ope-

rativa de la organización considerando los procesos fundamentales de cobranzas, pagos y gestión de inventarios. Aplicar nuevas políticas o modificar las existentes, y realizar el seguimiento correspondiente será de gran impacto para el éxito del plan.

Como consecuencia de la propuesta, la empresa optimizaría los recursos propios logrando un efectivo uso del capital del trabajo, maximizando la ganancia y creando nuevas oportunidades de inversión.

PALABRAS CLAVE

Capital de trabajo; Ciclo operativo neto; Financiamiento óptimo; Administración operativa; Seguimiento y control

INTRODUCCIÓN

El análisis e interpretación de información financiera es una herramienta básica para las empresas y de fundamental importancia para la toma de decisiones, ya que permite a los usuarios de la información contable evaluar la solvencia, liquidez, rentabilidad y capacidad para generar recursos tanto a corto como a largo plazo.

Es por ello que surge la necesidad de conocimiento de métodos para lograr un efectivo autofinanciamiento, el cual será de suma importancia para el crecimiento de la empresa.

En base a lo expuesto anteriormente se entiende que una empresa logra ser más eficaz, eficiente y competitiva en la medida que mejore la efectiva gestión del trabajo, lo cual se consigue si logra un manejo efectivo de los recursos financieros; una política equitativa de crédito a clientes; una adecuada administración del inventario y una gestión apropiada del apalancamiento de proveedores.

Gitman (2006) define: El capital de trabajo no es más que la diferencia entre activos y pasivos circulantes de una empresa.

El propósito de este estudio consiste en optimizar la estructura financiera de una empresa comercial determinada, y expandirse a entidades de similares características.

La empresa trabaja en pos de la solvencia y rentabilidad continuada. Es por ello que debemos aportar métodos para optimizar constantemente el capital de trabajo, que llevará a mantener y equilibrar la rentabilidad, y el riesgo con la finalidad de maximizar el valor de la empresa.

Se cita como antecedente nacional: Universidad Nacional del Sur (2004). En este artículo se realizó un análisis de las tres inversiones principales en activos corrientes: las disponibilidades, los créditos comerciales y las existencias en bienes de cambios. Como contrapartida se analizó el endeudamiento a corto plazo y su costo. La relación que se establece en nuestra investigación es en la relevancia de analizar cada una de las cuentas

contables para establecer políticas de administración del capital de trabajo y así evitar los problemas que pueden surgir por las decisiones urgentes que deben tomar muchas veces los empresarios.

Además, un antecedente internacional es el trabajo de estudiantes de la Universidad Abierta de Catalunya, Medina, A., Salinas, J., Ochoa, L., & Molina, C. (2012). El mismo está orientado en el análisis de la estructura financiera de las empresas manufactureras colombianas, utilizando como referente la teoría del orden de preferencias (PeckingOrderTheory: PO). En éste se detalló el concepto de rentabilidad del activo, que está asociado en forma directa con la capacidad de generar fondos internos. Los estudiantes se basaron en los lineamientos de la teoría antes mencionada, la cual establece que a mayor rentabilidad del activo mayor generación de fondos internos y por consiguiente menor requerimiento de deuda, resultando una relación negativa entre este factor y el endeudamiento (Shyam-Sunder y Myers,). Se destaca la importancia de generar recursos propios y así lograr el método de autofinanciamiento.

MATERIALES Y MÉTODOS

Teniendo en cuenta el objetivo del plan se dispone realizar el análisis de la empresa en varias etapas:

Análisis de la situación: esta etapa principal da lugar a conocer la empresa acentuando la visión, misión, estructura a través de organigrama y áreas involucradas.

Análisis de las herramientas y políticas de gestión actuales: se conocen las herramientas que se utilizan diariamente tanto en áreas administrativas como de depósito, y que proporcionan el análisis de gestión, la veracidad de los datos y las posibles mejoras a realizar en pos al avance continuo.

Análisis de datos contables y financieros: se procede a la etapa de análisis de datos de estados contables históricos, cálculo de ratios financieros y análisis de incongruencias dado por el empleo del capital de trabajo.

Análisis del contexto: se realiza a través de la herramienta PESTEL los factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales, que pueden injerir en el habitual desempeño de la entidad.

Análisis del diagnóstico de la organización: se utiliza la matriz FODA, una herramienta basada en el estudio de las características internas y situaciones externas. Las variables que se estudian son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Esta etapa es fundamental para proporcionar desde el punto de vista profesional y los estudios previos realizados, una primera conclusión de los problemas que pueden apreciarse y que serán la base de estudio para lograr el objetivo principal de mejora.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El presente trabajo tiene en consideración los contextos en los cuales la empresa desarrolla sus negocios definidos precedentemente y que afectan la forma de estructurar la composición de endeudamiento y de inversión.

Es necesario analizar las posibilidades futuras del negocio y replantear con frecuencia si la empresa se va adaptando a un mercado que varía sus necesidades permanentemente.

En el análisis específico se realizan diferentes cálculos de razones financieras que pueden demostrar la problemática que la empresa está sosteniendo.

En el caso estudiado, el ciclo operativo neto sostiene en los últimos años una fuerte caída en términos reales causado principalmente por un aumento en los días de cuentas por cobrar. Esta situación obliga a observar detenidamente la política que se utiliza para las cobranzas. En consecuencia, queda expuesto que la empresa se comporta de manera flexible con los plazos a crédito.

De igual forma sucede con el inventario donde se establecen políticas de gestión que luego no se llevan a cabo en la práctica.

La falta de eficiencia en las ventas de clientes a plazo se debe, por un lado, a causas externas, pudiéndose mencionar entre ellas la mala situación económica en general. Por otro lado, podemos aludir a causas internas, dentro de las que se indican: Generosidad en concesión de créditos o plazo; la falta de capacitación en ventas; y la falta de clasificación de clientes, posibilitando identificar de esta manera el plazo establecido previamente a cada uno y su justificación.

Además, y en base al control de stock, no se muestra una mejora en los cálculos de compra a proveedores. Si bien es de suma importancia la aplicación de un sistema informático, también surge la posibilidad de modificación del mismo para determinar la cantidad a comprar, por lo cual se debe poner mayor énfasis en el control de compra para que no haya inmovilización de stock.

Finalmente, con el conocimiento de que las cuentas por cobrar o créditos por ventas constituyen en la actualidad la clave para el desarrollo exitoso de los negocios y de gran importancia en la toma de decisiones, se considera de gran importancia que la empresa establezca políticas de cobranzas que puedan ser llevadas a cabo por sus empleados, y que generen mayor flujo de efectivo disponible para cubrir sus obligaciones.

Paralelamente, el control por parte de la gerencia tanto en las cobranzas como en el stock, debe ser considerado como el objetivo más importante que la empresa debe cumplir para que las políticas o futuras modificaciones puedan ser implementadas y generen un cambio positivo en su situación financiera. Con sustento en el estudio realizado con anterioridad, se recomienda pertinente realizar un cambio estructural en su política de

cobranzas y una mejora en la política del inventario, logrando así un descenso del ciclo operativo neto lo cual demostraría el nivel de autofinanciamiento de la empresa.

Para ello es prudente hacer un análisis previo de los valores que serán acordes a cada razón financiera que intervenga, para que a su vez y relacionado con la rentabilidad de la empresa, maximice la ganancia de sus socios.

REFERENCIAS

Gitman, L. J., & Zutter. (2012). Principios de Administración Financiera. Mexico: Pearson Educación.

Medina, A., Salinas, J., Ochoa, L., & Molina, C. (2012). Universidad Abierta de Catalunya. Obtenido de La estructura financiera de las empresas manufactureras colombianas, una mirada econométrica, macroeconómica y financiera. Recuperado de: https://discovery.biblioteca.uoc.edu/discovery/fulldisplay?docid=cdi_scielo_journal%20%20%20s_S1657_42142012000200007&context=PC&vid=34CSUC_UOC:VU1&lang=es&%20%20%20search_scope=MyInst_and_CI&adaptor=Primo%20Central&tab=Everything&quer%20%20%20y=any,contains,estructura%20financiera

Universidad Nacional del Sur (2004). La administración eficiente del capital de trabajo como instrumento para detectar y prevenir fracasos. Escritos Contables n°45.



Entre nubes y balances (análisis de los estados contables 2017 a 2021 de Aerolíneas Argentinas)

AUTOR

Meroi, Martín Nicolás
martinmeroi14@gmail.com

CARRERA

Contador Público

REVISIÓN

Ana, Porta

RESUMEN

En el presente trabajo final de investigación se tiene por objetivo analizar la situación económica y financiera de la empresa “Aerolíneas Argentinas”, entre muchas otras cuestiones políticas, sociales y culturales relevantes para comprender su funcionamiento.

Desde hace varios años, la compañía enfrenta grandes problemas económicos y en más de una oportunidad ha tenido que ser solventada por el estado nacional, se utilizaron diversos indicadores que permiten evidenciar esta situación.

Son muchos los factores incidentes en los enormes déficits comprendidos, por ello nos centraremos en analizar aquellos posibles causales de extinción y disolución. Para que esto no suceda Aerolíneas Argentinas debe reducir sus costos, aumentar sus ingresos o bien mejorar su gestión financiera intervenida por el gobierno.

Cabe destacar que si bien la empresa no cumple con su objetivo principal (rentabilidad), provee numerosos beneficios para la sociedad y el desarrollo económico de la nación.

PALABRAS CLAVE

Situación económica y financiera, estado nacional, Aerolíneas Argentinas, costos, ingresos.

INTRODUCCIÓN

Aerolíneas Argentina no es una simple empresa perteneciente al estado nacional, estamos hablando de la principal aerolínea del país. La misma cuenta con 11.537 trabajadores distribuidos en todo el mundo, diversos centros de operaciones, numerosos aviones y diferentes rutas en funcionamiento.

En términos financieros la historia de la compañía ha sido muy compleja. Debido a los altos costos operativos y los desafíos económicos propios que enfrenta el mercado aéreo, ha tenido que ser rescatada en múltiples ocasiones por el gobierno nacional.

El funcionamiento de Aerolíneas Argentinas es sin dudas motivo de numerosos debates, análisis y hasta discusiones de sobremesa. Las conclusiones a las que se arriben dependerán de las ideologías políticas, económicas y sociales atinentes al individuo que las afirme.

Es muy importante conocer la situación económica de la organización para comprender su funcionamiento, impactos y efectos en la sociedad, contemplando sus beneficios y perjuicios para nuestra nación.

Diversos autores también consideraron relevante el estudio de la gestión empresarial de Aerolíneas Argentinas, su competencia y la importancia del análisis de los estados contables como herramienta para la toma de decisiones y la eficiencia operativa.

Epelbaum (2013). Aerolíneas Argentinas: Una gestión atravesada por la racionalidad técnica y la ideología política. Propone un análisis histórico de la compañía desde sus inicios (Austral) hasta su posterior recuperación a manos del sector público. A su vez, refleja la importancia del trájín político interviniente y las diferencias ideológicas existentes a lo largo de los distintos mandatos argentinos.

MATERIALES Y MÉTODOS

Con el objetivo de evaluar la situación de la compañía en términos de liquidez, solvencia, endeudamiento y rentabilidad, se llevó a cabo un análisis exhaustivo de los estados contables presentados por Aerolíneas Argentinas para los periodos comprendidos entre 2017 y 2021 respectivamente.

Para garantizar la comparabilidad de los datos y mitigar el impacto inflacionario de los últimos años, los valores contables fueron actualizados mediante coeficientes proporcionados por la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas

(FACPCE).

El análisis financiero se desarrolló a partir de la aplicación de ratios clave relacionados con el comportamiento económico de Aerolíneas Argentinas.

El método de análisis incluyó un enfoque vertical de los estados contables que permitió descomponer la estructura financiera de la empresa y evaluar la proporción de cada rubro sobre el total de activos y pasivos.

El análisis horizontal evidenció variaciones significativas en los distintos rubros vinculados con el desempeño financiero.

Adicionalmente también se incluyeron herramientas de análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) y PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal) para examinar tanto factores internos como externos influyentes en el funcionamiento de la organización.

Para contextualizar los resultados obtenidos, se realizó una comparación con otras aerolíneas relevantes a nivel internacional, como American Airlines, LATAM y FlyBondi.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Aquellos montos derivados del rubro remuneraciones y cargas sociales reflejan un importe muy por encima de la competencia, teniendo en cuenta su estructura y volumen diario.

El porcentaje de activos arrendados es mayor a la media, de un total de 77 aeronaves, 53 son alquiladas y tan solo 24 son propiedad de Aerolíneas Argentinas, lo cual implica un enorme desembolso mensual de dinero a diversas entidades externas a la organización.

El índice de liquidez, encargado de medir la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones de corto plazo, mostró valores muy por debajo a los aceptados. Para el año 2021, el índice se situó en 0,55, lo que indica que la compañía dispone de menos recursos líquidos en comparación con sus deudas a corto plazo. Esta situación es preocupante, ya que un índice menor a 1,0 sugiere una dificultad para enfrentar compromisos financieros inmediatos sin recurrir a financiamiento externo o aportes adicionales de capital.

El índice de solvencia fue equivalente a -0,19, lo que refleja que la empresa no tiene los recursos propios necesarios para cubrir su pasivo total. Este bajo nivel de solvencia es coherente con los altos niveles de endeudamiento observados, con un índice de 5,35 en 2021. Este resultado indica que, por cada peso de patrimonio neto, Aerolíneas Argentinas tiene 5,35 pesos en deuda.

El alto endeudamiento sugiere una dependencia considerable de fuentes de financiamiento externas, lo que incrementa el riesgo financiero de la empresa.

La rentabilidad del patrimonio neto fue de -53,3% en 2021, indicando que la empresa no

ha generado beneficios, sino pérdidas continuas en relación con su patrimonio. Este resultado es consistente con los déficits operativos que Aerolíneas Argentinas ha experimentado durante el período analizado, exacerbados por la baja rentabilidad de varias de sus rutas y los altos costos operativos, principalmente en salarios y arrendamiento de aeronaves.

Factores políticos, sociales y naturales como el COVID-19 han afectado directamente el devenir cotidiano de la organización, si bien la mayor parte de empresas aéreas del sector obtuvieron resultados negativos en los últimos años, las cifras de la compañía son alarmantes y deben tratarse con urgencia para garantizar su mantenimiento y subsistencia en el corto plazo.

En resumen, los resultados del análisis muestran que Aerolíneas Argentinas soporta el mantenimiento de rutas aéreas deficitarias, ofrece grandes salarios en relación a la competencia y presenta ineficiencias en el uso de personal operativo considerando trabajadores y aeronaves en servicio.

Se deben implementar cambios sustanciales en su modelo operativo y financiero para asegurar su sostenibilidad a largo plazo. Sin un plan de acción estratégico que reduzca costos y mejore la eficiencia operativa, la empresa continuará dependiendo del Estado, lo que podría poner en riesgo su viabilidad futura.

REFERENCIAS

Epelbaum (2013). Aerolíneas Argentinas: Una gestión atravesada por la racionalidad técnica y la ideología política obtenido el 15/05/2023. Recuperado de: <https://acortar.link/D8SrdW>.

Martínez (2018). Análisis e interpretación de un balance obtenido el 15/05/2023. Recuperado de: <https://acortar.link/7kuxCX>.

Aerolíneas Argentinas (1990). Estatuto de Aerolíneas Argentinas obtenido el 28/03/2023. Recuperado de: <https://acortar.link/KrubCM>.

Porter (2009). Ser competitivo 9 obtenido el 19/05/2023. Recuperado de: <https://acortar.link/0k7UyP>.



Naranja X

Inclusión financiera: pagos con QR y criptomonedas

AUTORA
Carranza, Virginia
vircarranza36@gmail.com

CARRERA
Licenciatura en Administración

REVISIÓN
Esteban, Spontón

RESUMEN

Naranja X es una entidad financiera creada en el año 1985 en la ciudad de Córdoba y actualmente presente en todas las provincias de la Argentina. Mediante este trabajo se pretende, a partir de la implementación de la planificación estratégica, incrementar en un 25% las cuentas del canal digital de la unidad de negocio de Naranja X, su billetera virtual, para diciembre del año 2025. Para ello se propone la estrategia de diferenciación enfocada de Michel Porter (Kotler y Keller, 2006), desarrollando un nuevo servicio en el mercado actual para obtener una ventaja competitiva frente a sus competidores. El mismo es incorporar la forma de pago mediante códigos QR y, por cada transacción que se realice se retribuye un 2% en concepto de criptomonedas.

PALABRAS CLAVE

Planificación estratégica; Billetera virtual; Criptomonedas; QR

INTRODUCCIÓN

Tarjeta Naranja fue fundada en el año 1985, en la ciudad de Córdoba, por David Ruda y su socio y amigo Gerardo Asrin. En la actualidad, cuenta con 3800 empleados y dos tipos de clientes, las personas y los comercios adheridos (denominados comercios amigos), con quienes procuran tener una relación especial. La empresa alcanzó un total de más de 4,5 millones de usuarios, emitiendo 7,8 millones de tarjetas y facturando \$5700 millones por año.

Frente a las medidas tomadas por el gobierno de turno de la República Argentina en relación al COVID-19, a partir del año 2020 hubo un gran incremento del uso de las billeteras virtuales en el país para realizar pagos y cobros. Los pagos con códigos QR también son una novedad ya que su finalidad es suplantar el dinero en efectivo y las informalidades de este método de pago. En Argentina, el comercio electrónico obtuvo un crecimiento del 84% en concepto de facturación entre el primer trimestre y abril del año 2020. También 73500 comercios implementaron el uso de la aplicación de Mercado Pago para realizar cobros electrónicos durante el segundo trimestre del 2020 (Pedroni, Pesce, y Briozzo, 2022).

Con respecto a las criptomonedas, se adhiere a la conclusión de que invertir en estas divisas tiene sus ventajas, las cuales son a) la libertad al no estar reguladas por una entidad financiera y, b) no perder el valor de la moneda local, ya que las criptomonedas cotizan en USD. Además, el uso generalizado de las mismas generaría inclusión en el comercio mundial ya que no sería necesario el cambio de la moneda local a dólares (López Domínguez y Medina Melón, 2020).

MATERIALES Y MÉTODOS

La propuesta de aplicación se realiza a partir de la estrategia de diferenciación enfocada en el segmento de personas entre 18 y 30 años que posean un Smartphone y vivan en el territorio argentino, con la finalidad de desarrollar un nuevo servicio: un nuevo método de pago en la billetera virtual de Naranja X. Lo positivo de la implementación de este es que no posee límites demográficos porque la forma de pago con códigos QR la utiliza cualquier persona que tenga un Smartphone conectado a internet y posea la aplicación Naranja X descargada, en cualquier comercio que permita este sistema.

La empresa cuenta con una fuerte competencia, por lo que se pretende desarrollar un nuevo servicio en este nicho con el objetivo de obtener mayor participación en el mercado actual y además atraer a nuevos usuarios que les interese el mundo de las criptomonedas como una forma de inversión. La retribución que se les ofrece a los clientes en concepto de estas divisas hace que este sistema de pagos se diferencie del mismo servicio que brindan los demás proveedores. Para esto se pretende aprovechar sus fortalezas de posicio-

namiento en el país y actividad de la cadena de valor más importante de la empresa, que es la de sus recursos humanos, como así también la oportunidad que ofrece el gobierno nacional de querer instaurar el uso de los códigos QR como forma de pago desde cualquier billetera virtual.

En el siguiente cuadro comparativo se puede observar que el porcentaje de rentabilidad de la empresa fue aumentando año tras año, de acuerdo a sus ingresos y egresos:

Tabla 1: Evolución de la situación económica.

	31-dic-18	31-dic-19	31-dic-20
Cuentas habilitadas propias de Naranja (1)	3.413	3.257	3.282
Importe promedio mensual en transacciones realizadas (1)	\$ 29.510.153	\$ 26.086.669	\$ 26.149.068
Consumo prom. mensual por cuenta activa (1)	\$ 10,04	\$ 8,38	\$ 9,09
Ingresos operativos (1)	\$ 43.495.799	\$ 38.633.297	\$ 37.135.216
Egresos operativos (1)	-\$ 26.814.644	-\$ 22.800.574	-\$ 22.240.718
Financiamiento (ON + préstamos + pagos: [amortizaciones + arrendamientos]) (1)	\$ 8.533.414	\$ 17.453.266	\$ 28.747.570
Rentabilidad (Porcentaje)	-13,32	8,68	13,9

Fuente: Gregorat J. F., 2021 y elaboración propia. (1) expresado en miles de pesos/unidades

A partir de los datos que se obtienen, se plantea el objetivo general del presente trabajo, el cual es: Incrementar un 25% las cuentas en el canal digital de acuerdo con los estados financieros históricos para diciembre del año 2025, mediante la estrategia de diferenciación enfocada en la incorporación de un nuevo sistema de pagos con código QR que retribuye el 2% de divisas digitales por cada transacción en la República Argentina.

Para alcanzar el porcentaje de los potenciales clientes, a partir del objetivo general, se realiza un pronóstico tomando como base a los nuevos clientes que se obtuvieron en los dos primeros años donde se introdujo la billetera virtual, el cual arroja un 34% en promedio. Sin embargo, como este número es solo una estimación, se fijó como porcentaje a alcanzar un 25%, ya que se observa una tendencia negativa entre el 2019 y 2020. A pesar de esto el panorama es positivo ya que este nuevo método de pago es muy utilizado en los últimos años producto del aislamiento social preventivo.

Se plantean los objetivos específicos, para cumplir con el objetivo general, los cuales son:

- Aumentar un 5% los comercios adheridos en Argentina para diciembre del año 2023 a través de la publicidad y promoción de la nueva forma de pago en redes sociales, página web de Naranja X y sucursales de la empresa.

Se pretende ofrecer el envío del kit de cobro del código QR de Naranja X por \$70. La ventaja de las redes sociales es que el presupuesto de las promociones o publicidad tiene un mínimo de sólo \$160 y, mientras mayor sea el presupuesto que se destine a una publicación o historia, mayor será el alcance.

- Aumentar un 10% las operaciones digitales para diciembre del año 2024 mediante la oferta de la nueva forma de pago en los comercios adheridos.
- Disminuir un 10% las cuentas inactivas para julio del año 2025 por medio de descuentos y promociones personalizadas con pagos QR para estos clientes.

La intención es continuar con las estrategias implementadas en años anteriores, que es ofrecer beneficios y promociones personalizadas, en este caso ligadas a la nueva forma de pago, para aquellos clientes que no se encuentren utilizando los servicios de la empresa. También, aumentar el límite de las tarjetas y alargar la fecha de corte de la misma para aquellas personas que se les dificulte cancelar su deuda.

Con respecto al análisis financiero, para obtener las variables de análisis, se determina que el “precio de venta” es una comisión del 0,70% por cada transacción que se realice mediante el código QR. Se establece un 0,70% ya que esta comisión está un 0,10% por debajo de la de nuestro principal competidor, Mercado Pago.

Tabla 2: Análisis financiero

HORIZ.PLAN.	5				
ACTIVO Cte	\$ 179.536.406				
PASIVO Cte	\$ 147.213.580				
Precio de vta	0,7%				
VidaUtil	5				
k	58%				
t	35%				
ICT (Capital de trabajo)	32.322.826				
		6,25%	6,25%	6,25%	6,25%
	1	2	3	4	5
Cuentas activas	1.229.000	1.305.813	1.387.426	1.474.140	1.566.274
Consumo promedio por cuenta activa	\$ 9.170,00	\$ 9.743,13	\$ 10.352,07	\$ 10.999,07	\$ 11.686,52
Comercios amigos	270.000	276.750	283.669		

		1	2	3	4	5
Ingresos		78.889.510	89.058.861	100.539.105	113.499.224	128.129.983
Costos Variables		-43.200.000	-44.280.000	-45.387.000	-	-
Costos Fijos		-584.528	-488.000	-488.000	-488.000	-488.000
Subtotal		35.104.982	44.290.861	54.664.105	113.011.224	127.641.983
Imp Gananc		-12.286.744	-15.501.801	-19.132.437	-39.553.928	-44.674.694
Cap Trabajo	-32.322.826					32.322.826
Saldo	-32.322.826	22.818.238	28.789.060	35.531.668	73.457.295	115.290.115
Saldo Actual	-32.322.826	14.441.923	11.532.230	9.008.331	11.787.090	11.708.645
Saldo Actual Acum	-32.322.826	-17.880.903	-6.348.673	2.659.658	14.446.748	26.155.393
Cálculo PB		1	1	0	0	0

Fuente: Elaboración propia.

Luego de ciertos cálculos a partir de la tabla 2 se obtiene un Valor Actual Neto de \$26.155.392,82, lo que significa que se obtiene como excedente en pesos, por lo que el proyecto recupera la inversión inicial y obtiene el rendimiento mínimo deseado dentro del tiempo estipulado. Con respecto a la tasa interna de retorno, la misma alcanza la tasa de costo de capital ($k = 58\%$) y además la supera ya que se obtuvo un 97%, por lo que el proyecto además obtiene ganancias. Por otro lado, el proyecto recupera la inversión inicial dentro del horizonte temporal de análisis en 3 años (pay-back). Por último, de acuerdo al cálculo del Índice de Valor Actual Neto, se obtiene que por cada peso invertido se generan 0,81 centavos de Valor Actual Neto. Se concluye que es recomendable llevar a cabo el proyecto.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Luego de realizar los análisis internos y externos de la empresa y la unidad de negocio de su billetera virtual se concluyó que, en cuanto al análisis externo, las variables analizadas favorecen este proyecto, principalmente las variables política, tecnológica y económica ya que en el país se toman medidas que incentivan a continuar y mejorar los pagos electrónicos mediante códigos QR. Además, mediante la incorporación de las criptomonedas no solo se comienza a implementar una nueva divisa que puede ser utilizada para el ahorro, sino que también se pretende educar mediante los pagos digitales, lo cual genera una inclusión financiera para la sociedad y la gran ventaja de esta es que no se encuentra regulada por ninguna entidad financiera. El segmento al que apunta el proyecto es muy amplio y favorable para potenciar el uso del nuevo método de pago.

En cuanto al análisis interno, Naranja X se encuentra con una gran amenaza frente a sus competidores, por esta razón es que se busca obtener una ventaja competitiva mediante la estrategia de diferenciación. En contraposición, analizando la cadena de valor de la empresa se puede observar la eficiencia de las actividades de la unidad de negocio,

principalmente en la actividad de soporte de recursos humanos y en la actividad primaria de servicio post-venta, ya que sobresale de sus competidores por el trato preferencial que se ofrece.

Luego de realizar el análisis financiero del proyecto de acuerdo al presupuesto planteado en el trabajo, se concluye que el proyecto es viable para la empresa, consiguiendo resultados positivos en 3 años.

Se recomienda implementar este proyecto ya que la empresa debe adaptarse a la virtualidad de las transacciones en pos de ofrecer el mejor servicio facilitando los procesos a sus clientes y así obtener una ventaja frente a sus competidores. También, mediante la billetera de Naranja X y la forma de pago con QR es factible que la empresa comience a operar en otros países, ya que la aplicación permite ingresar moneda extranjera como el dólar, y los códigos QR se utilizan en todo el mundo como así también se benefician los comercios que implementen esta forma de pago porque la comisión que se cobra por cada transacción es menor a las tarjetas de crédito y débito y a la de sus competidores.

REFERENCIAS

Gregorat J. F. (2021). Tarjeta Naranja S.A.: Estados Financieros. Recuperado de: https://assets.ctfassets.net/yxlyq25byinna/4rXs3dZkgbArgW0oQoVhZd/2eae1a6479a079fad73de48cc38e23c5/TN_EEFF___IA___ICF_31.12.2020.pdf

López Domínguez, I., y Medina Melón, J. A. (2020). Análisis financiero de las nuevas monedas digitales (criptomonedas). Revista Internacional Jurídica Y Empresarial, (3), 19–43. Recuperado de: <https://portalderevistas.ufv.es/index.php/rije/article/view/585>.

Kotler, Philip y Keller, Kevin Lane. (2006). Dirección de Marketing. Pearson Educación.

Pedroni, F. V., Pesce, G., y Briozzo, A. (2022). Inclusión financiera, medios de pago electrónicos y evasión tributaria: análisis económico y aplicación en Argentina. Apuntes del Cenes, 41(73). Págs. 171 - 202. Recuperado de: <https://doi.org/10.19053/01203053.v41.n73.2022.13053>.



Rentabilidad sustentable

AUTORA
Galaz, Abril Agostina
abrilgalaz25@gmail.com

CARRERA
Licenciatura en Administración

REVISIÓN
Esteban, Spontón

RESUMEN

El siguiente trabajo basado en un reporte de caso se desarrolla mediante una planeación estratégica aplicada a la unidad de negocio Cervecería Checa. El fin de este se centrará en poder aumentar la rentabilidad de la empresa a través del desarrollo de un nuevo producto.

Mediante un análisis se ha podido observar un cambio en el pensamiento y comportamiento de los consumidores, ya que, a la hora de elegir un producto, optan por aquellos que sean más saludables y amigables con el medio ambiente; ello ha motivado al desarrollo de la idea.

Para el desarrollo del plan, se ha optado por tomar ventajas competitivas sobre la competencia gracias a una estrategia de diferenciación mediante una nueva cerveza orgánica, logrando captar así, mayor cantidad de clientes.

PALABRAS CLAVE

Planificación estratégica; Rentabilidad; Orgánico; Sustentable; Cerveza

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo final de grado se optará por el desarrollo del proceso de Planeación Estratégica a través de un reporte de caso. La organización elegida como caso de estudio para el desarrollo de este será Grupo Meta, empresa cuya dirección se despliega en cuatro unidades de negocio. Para este proyecto, se optará por un alcance hacia la unidad de negocio de Cervecería Checa.

El objetivo principal será, a través de una planeación estratégica, evaluar la posibilidad de aumentar la rentabilidad de la empresa atrayendo a los clientes por medio de un nuevo producto que posea ingredientes orgánicos a lo largo de los eslabones de su producción para luego ser comercializados en el mercado local.

La cerveza desde su invención en los albores de la humanidad y hasta los inicios del siglo XIX, siempre había sido orgánica. El aumento de consumo y la llegada de la revolución industrial con el proceso de mecanización en cadena conllevan los cultivos extensivos y la búsqueda de margen de beneficio. Por ello la salud de los cultivos ante calamidades inesperadas en situaciones de plaga, llevó a emplear fertilizantes y pesticidas químicos. Había nacido la cerveza industrial.

Pero la moda ecológica, sumada a la preocupación por la salud y la intolerancia ante determinados productos ha permitido que el consumo de las cervezas orgánicas esté creciendo (BeersAndtrips, 2019).

Analizando qué elementos de la sociedad pueden afectar nuestro proyecto y qué tendencias hay en la sociedad, se observa que en la actualidad las personas cada vez se interesan más por el consumo de productos naturales.

Con el abordaje de un análisis de mercado, se busca recolectar información sobre el desarrollo del mercado en el cual nos enfocaremos, la competencia a la que nos enfrentaremos y los clientes con los que contamos y cómo se ajusta un mercado en particular a nuestra oferta, utilizando en este caso la matriz Ansoff;

Se desea sumergirse en el mercado de alimentos saludables, ofreciendo una alternativa sobre cervezas orgánicas libres de sustancias tóxicas aprovechando la oportunidad que ofrece el mercado en cuanto a la tendencia que tienen las personas en preocuparse por el calentamiento global, el cuidado del suelo y de su salud.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para el análisis de mercado se hizo uso de la matriz Ansoff la cual se explica en Ancín (2017):

La matriz de dirección del crecimiento, más conocida como matriz de Ansoff, es una herramienta especialmente útil en los casos en los que la empresa se ha marcado objetivos

de crecimiento. Y resulta de gran utilidad sobre todo en las pymes, dado que este tipo de empresas raramente cuenta con negocios/productos líderes (bolsa o estrella).

A partir de dicha matriz se opta por una estrategia de desarrollo de producto la cual implica necesariamente un cambio que puede cristalizarse de muy diferentes modos. Nos movemos en un mercado que ya conocemos, pero que a su vez está imponiendo una adaptación del producto a los nuevos gustos y necesidades de los usuarios.

El cambio puede manifestarse adaptando el producto a otras ideas u otros diseños, secuencias y componentes, modificando su color, sonido, olor, forma, tamaño, movimiento..., exagerando o minimizándolo, sustituyendo sus ingredientes por otros, invirtiendo los procesos, combinando sus atractivos, unidades, surtidos, fines, etc., o sencillamente creando más versiones (modelos y tamaños) (Ancín, 2017).

“La compañía que trata de ofrecer productos exclusivos que aprecien los clientes sigue una estrategia de diferenciación. La diferenciación obedece a una calidad excepcionalmente alta, servicio extraordinario, diseño innovador, capacidad tecnológica e imagen de marca notablemente positiva” (Robbins - Coulter, 2005, pág 194).

Tomando como referencia los autores principales de la Planificación Estratégica, es que se optará en este reporte de caso por realizar un plan que aumente la rentabilidad de la empresa enfocándose en una estrategia de un nuevo desarrollo de producto. Se buscará crear ventajas competitivas aplicando también estrategias de diferenciación en la cual la empresa resaltará de la competencia gracias al ofrecimiento del producto nuevo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Después de la revolución industrial fue que comenzó el uso de fertilizantes y pesticidas químicos como una norma para los cultivos. El químico más utilizado en la actualidad es el glifosato. Pero la moda ecológica se está instalando cada vez más y está concientizando a las personas.

Un nuevo término se ha desarrollado a la hora de clasificar a los consumidores y es el de “consumidor verde”. Los consumidores verdes tienen una visión global del producto desde su origen hasta la vida post-compra, enfocada en su impacto ambiental, social y económico en todo su transcurso.

La sociedad está consumiendo cada vez más productos naturales u orgánicos, es decir, aquellos alimentos que se cultivan sin utilizar plaguicidas ni fertilizantes artificiales además de otros químicos. En Argentina muchas poblaciones están afectadas por el uso de agrotóxicos y agroquímicos y es uno de los temas más actuales que preocupan a la sociedad.

Se puede decir que la cervecería se encuentra en una buena posición para la propuesta

de planificación estratégica. El desarrollo de una cerveza orgánica artesanal que posea sus ingredientes naturales controlados bajo controles estrictos ofrecerá a los consumidores la posibilidad de elegir una bebida más comprometida con el medio ambiente y a su vez menos dañina para el organismo.

Hoy en día, la demanda y el consumo de bebidas alcohólicas como la cerveza es elevado y ofrecer un producto diferenciado podría marcar la ventaja. La industria cervecera se podría distinguir entre la industrial y la artesanal; a pesar de ello se puede ver que no hay un elevado grado de competencia ya que el mercado es bastante amplio y lo que se busca ofrecer es mayor calidad y no cantidad; además, en Argentina sólo una empresa está certificada en cuanto a la producción de la bebida en calidad de orgánica.


La estrategia que se busca aplicar es una estrategia de diferenciación consiguiendo destacarse por su producto innovador a través del desarrollo de un nuevo producto en los mercados actuales que posee la empresa, logrando captar mayor cantidad de clientes, aumentando el mercado y a su vez, la rentabilidad de la empresa, distinguiéndose de la competencia.

Aprovechar las oportunidades externas que posee la empresa será el inicio del plan estratégico que se propondrá para la cervecería Checa, para de ese modo, poder potenciar las fortalezas internas de la empresa y disminuir las amenazas.

REFERENCIAS

BeersAndTrips. (2019, mayo 21). Qué son las cervezas orgánicas, biológicas o ecológicas. Recuperado de: Beerandtrips.com
<https://www.beersandtrips.com/que-son-las-cervezas-organicas-biologicas-o-ecologicas/>

Ancín, J. M. (2017). El plan estratégico en la Práctica 5ªed. Madrid: ESIC.
Robbins-Coulter. (2005). Administración 8ªed. PEARSON EDUCACIÓN.



Criptomonedas en el agro: evaluación de su viabilidad y potencial de desarrollo en empresas agropecuarias

AUTOR

Vazquez, Facundo José
facuvazquez90@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Administración Agraria

REVISIÓN

Esteban, Spontón

RESUMEN

Las criptomonedas son una tecnología disruptiva que ha cambiado el mundo de las finanzas como los conocíamos hasta hoy en día. Ha traído múltiples beneficios que ayudan a las personas y a las empresas a solucionar problemas de manera simple, rápida, de bajo costo y segura. Este trabajo busca ilustrar los potenciales beneficios que puede tener la inserción de esta tecnología en el mundo agropecuario. Investigamos la factibilidad de incorporar las criptomonedas a los agronegocios a través de la emisión de tokens criptográficos colateralizados en granos. Cada token representaría 1 tonelada de grano físico acopiado en un silo bolsa o metálico de una empresa acopiadora. Para llevar a cabo esta investigación se realizó un diagnóstico de 11 productores agrícolas y agrícolas-ganaderos de empresas de la región sur de la Provincia de Santa Fe pertenecientes a los grupos CREA. Se pudo observar un gran interés en esta tecnología emergente ya que se considera que la misma puede brindar numerosos beneficios al funcionamiento de las organizaciones. Sin embargo, la implementación de esta deberá llevarse a cabo junto con capacitación acorde

a los potenciales usuarios. A partir de las encuestas, se observó que los productores encuentran dificultades y falta de confianza en el uso de una tecnología que no comprenden. Esto se da debido a una falta de información en el sector que podría ser resuelto.

PALABRAS CLAVE

Criptomonedas; granos; agricultura; Santa fe

INTRODUCCIÓN

En un mundo donde la tecnología evoluciona rápidamente, sectores tradicionalmente conservadores, como el agropecuario, se encuentran en la encrucijada de la digitalización.

La BBVA (2022) menciona que la adopción de tecnologías disruptivas como la blockchain, inteligencia artificial y la biotecnología para relevar y analizar los datos provenientes del campo, la genética, las transacciones y fenómenos climáticos revolucionaran el sector de agro negocios.

La blockchain, una de las innovaciones tecnológicas más significativas del siglo XXI, ofrece un potencial enorme para mejorar la eficiencia, y la seguridad en las operaciones agropecuarias.

Este trabajo explora la viabilidad del uso de tokens criptográficos respaldados por granos como una moneda de intercambio en el sector agropecuario. Estos tokens, colateralizados con commodities almacenados en silos, podrían ofrecer soluciones innovadoras para la financiación y el comercio en un sector que, aunque es uno de los más antiguos, sigue siendo fundamental para la economía argentina. La implementación de esta tecnología podría no solo modernizar las prácticas comerciales, sino también abrir nuevas oportunidades de mercado para los productores agrícolas.

El objetivo general del presente trabajo es evaluar la viabilidad de uso de los tokens colateralizados en granos en el sector agropecuario. Esto se sustenta en la importancia que podría tener estas herramientas para los productores. A los fines de este trabajo se muestra a las empresas pertenecientes a los grupos CREA en la región sur de Provincia de Santa Fe.

Los objetivos específicos consisten en:

- Averiguar sobre el conocimiento de los productores agrícolas acerca de la incorporación de uso de tokens como moneda de intercambio y financiación en el sector.
- Evaluar el conocimiento de los productores agropecuarios sobre los certificados de depósito y los warrants.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para investigar la viabilidad del uso de tokens criptográficos en el sector agropecuario, se llevó a cabo una investigación de tipo correlacional con un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. La población objetivo consistió en productores agrícolas y agrícolas-ganaderos de la región sur de la Provincia de Santa Fe, Argentina, todos ellos pertenecientes a los grupos CREA.

Herramientas de recolección de datos:

La principal herramienta utilizada fue una encuesta estructurada, que incluía un total de veinticuatro preguntas. Las encuestas se realizaron principalmente a través de llamadas telefónicas y WhatsApp, y en algunos casos, vía correo electrónico.

La muestra estuvo compuesta por 21 empresas seleccionadas de la plataforma web de CREA. Se eligieron grupos CREA específicos en función del tipo de empresas, contactando a aquellas empresas con números impares en una lista ordenada alfabéticamente.

Técnicas de análisis de la información recabada:

Los datos recopilados se analizaron utilizando planillas de Excel, lo que permitió convertir la información en gráficos de torta y barra para facilitar la identificación de tendencias y patrones entre los productores encuestados.

Plazos temporales:

El horizonte temporal planeado para ejecutar las encuestas, realizar la observación y análisis de datos y obtener una conclusión es de 12 semanas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El estudio realizado sobre la viabilidad del uso de tokens criptográficos en el sector agropecuario en la región sur de la Provincia de Santa Fe arrojó resultados significativos que reflejan tanto el interés como las reservas de los productores hacia esta tecnología emergente.

Del total de empresas contactadas, el 52% respondió, lo que representa a 11 empresas, de las cuales un 72% se dedican exclusivamente a la agricultura y el 28% restante combina agricultura con ganadería. Predominan las empresas familiares (73%) y de tamaño mediano (64%), manejando entre 1.000 y 3.000 hectáreas. La mayoría emplea entre 1 y 15 personas, lo que denota una estructura organizativa típicamente ajustada a las necesidades operativas del sector.

Un dato revelador es que, aunque todas las empresas encuestadas manifiestan estar

abiertas a la adopción de nuevas tecnologías, la implementación efectiva de tecnologías avanzadas como criptomonedas es casi inexistente. Solo una empresa reportó haber utilizado criptomonedas, lo que sugiere una barrera importante en la adopción de esta tecnología específica, a pesar del interés general en la digitalización y en la incorporación de tecnologías como la agricultura de precisión y los sistemas de gestión.

El uso de criptomonedas en las empresas encuestadas está limitado, y la decisión de su implementación generalmente recae en gerentes y propietarios con edades comprendidas entre los 36 y 55 años.

En una encuesta de 2gether (2020) pudimos recabar las edades de los usuarios de criptomonedas, el 16% tiene entre 18 a 25 años, el 25% tiene entre 26 a 35 años y el 31% entre 36 a 45 años. No obstante, aquellos comprendidos entre los 46 a los 55 suman el 19% y +56 años suman el 9%. Casi la totalidad de las empresas no utilizaron criptomonedas, esto contradice lo analizado en la encuesta de 2gether ya que las personas que toman la decisión de uso de esta tecnología en la empresa son dueños y gerentes que oscilan las edades entre los 36 a los 55 años, las edades con mayor porcentaje de uso resultantes de la encuesta. Un 70% de los encuestados mostró disposición a capacitarse para utilizar estas tecnologías, aunque todavía persiste una falta de conocimiento que afecta la confianza en su uso.

“Muchas veces, las operaciones requieren de mucho esfuerzo cuando hablamos del mantenimiento de registros y en la validación de terceras partes. Además, son sensibles a fraudes y ciberataques, por lo que es necesario incorporar una tecnología como la de blockchain que acelere el proceso y lo verifique”. (Canorea, 2021)

La agilidad en las transacciones es vista como la principal ventaja de los criptogramos, pero la percepción de dificultad en su uso, junto con preocupaciones sobre la seguridad digital, son las principales barreras identificadas.

Como menciona Di Sciuillo (2004) el warrant es un título de crédito que permite al dueño de una mercadería darla en custodia a una empresa emisora debidamente autorizada, obteniendo a cambio la emisión de un certificado de depósito. El warrant permite acceder al financiamiento dando en garantía las mercaderías depositadas.

El uso de warrants, un instrumento legal fundamental para respaldar los tokens en granos, es poco común, aunque bien valorado por quienes lo han utilizado. El almacenamiento de granos, por otro lado, se realiza mayoritariamente en silo bolsa (63%), lo que refleja una tendencia creciente hacia el uso de métodos más flexibles y económicos. La confianza en los sistemas de almacenamiento está mayoritariamente depositada en acopios pertenecientes a multinacionales, seguidos por silo bolsas monitoreados por sensores.

Discusión:

La investigación subraya un interés significativo en la tecnología blockchain y los tokens criptográficos en el sector agropecuario, aunque su adopción está frenada por la falta de conocimiento y confianza. La percepción de la dificultad de uso y la inseguridad digital son desafíos clave que deben ser abordados a través de programas de capacitación y educación específicos. Además, el uso de warrants para respaldar estos tokens podría aumentar su aceptación, dado el éxito de esta herramienta en su forma tradicional.

El estudio también destaca que, aunque la mayoría de las empresas están dispuestas a explorar nuevas tecnologías, la implementación práctica de estas tecnologías avanzadas requiere una comprensión más profunda y una infraestructura adecuada que asegure su viabilidad y eficacia. La adopción de criptomonedas en el agro podría ser una solución innovadora para los desafíos financieros del sector, pero solo si se logran superar las barreras actuales.

En conclusión, el futuro de los criptogramos en el sector agropecuario argentino depende en gran medida de la educación y la capacitación de los productores, así como de la creación de un entorno regulatorio y de infraestructura que promueva la confianza en estas nuevas tecnologías.

REFERENCIAS

BBVA. (2022). ¿Qué es 'AgTech'?, la tecnología digital aplicada a la agricultura

Canorea. (2021). Plains Concepts, Blockchain para principiantes, Qué es y cómo funciona

Di Sciullo. (2004). El warrant y su régimen jurídico

2gether. (2020). funds society, Hombre y con estudios superiores: así es el usuario de criptomonedas



Marco para el cálculo de huella de carbono en FADEPA

AUTORA
Chiselino, Catalina
catalinachiselino@icloud.com

CARRERA
Licenciatura en Ambiente y Energías Renovables

REVISIÓN
Mariana, Frandino

RESUMEN

En el presente trabajo se ofrece una solución integral a la empresa FADEPA ante la necesidad de gestionar su impacto ambiental. La misma, es una empresa pyme dedicada a la fabricación de pinturas con impacto en el mercado local por sus productos y su ubicación estratégica.

El objetivo general del proyecto es desarrollar un marco integral para el cálculo de la Huella de Carbono, con el propósito de presentar una guía de buenas prácticas ambientales que permita a la organización identificar y reducir los impactos ambientales derivados de su proceso de producción en un lapso de 2 años.

El desarrollo del mismo se fundamenta en concordancia con los objetivos de desarrollo sostenible planteados por la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

Se espera que mediante la medición de huella de carbono la empresa pueda empezar a recorrer el camino hacia la sostenibilidad demostrando su compromiso social, ambiental y económico.

PALABRAS CLAVE

Huella de carbono, sostenibilidad, gases de efecto invernadero, cambio climático.

INTRODUCCIÓN

FADEPA SA (Fábrica Argentina de Pinturas y Afines, Sociedad Anónima) es una empresa de tipo pyme dedicada a la fabricación de pinturas, la planta se encuentra en la provincia de Córdoba en la zona sur de Villa Nueva, departamento General San Martín.

Para el estudio de la identidad de la empresa se realizó un diagnóstico organizacional a fin de identificar las posibilidades de mejora en materia de gestión ambiental. En el actual contexto global, se ha observado un crecimiento significativo en la conciencia pública respecto al calentamiento global y sus impactos. Es esencial abordarlo de manera efectiva, ya que FADEPA actualmente carece de un plan estructurado de mejora destinado a reducir los impactos ambientales negativos derivados de su proceso de producción.

El siguiente trabajo tiene como objetivo diseñar los lineamientos que orienten a la fábrica en su correcta implementación de medición de huella de carbono. La finalidad, de utilizar este recurso, es poder identificar los mayores impactos ambientales que tiene la producción de pintura y afines.

DESCRIPCIÓN DE PROBLEMÁTICA

“Lo que no se mide no se puede controlar,
lo que no se puede controlar no se puede gestionar,
lo que no se puede gestionar no se puede mejorar.”
(Peter Druker, s.f.)

La problemática que se aborda en este reporte se centra en la sostenibilidad de la empresa. Es necesario que FADEPA implemente como primer paso la medición de su impacto ambiental. Para lograr este objetivo se propone el cálculo de huella de carbono.

La problemática surge debido a la necesidad global de que las empresas sean responsables, social, ambiental y económicamente, es decir que sean de triple impacto. La revisión de la literatura existente sobre las prácticas ambientales en la industria revela la importancia de este reporte. Muchas organizaciones en la industria han comenzado a tomar medidas para reducir sus emisiones y minimizar su impacto ambiental. Esta es una oportunidad para que FADEPA demuestre su compromiso con la sostenibilidad, ya que cuenta con fortalezas significativas, pero también debe abordar sus debilidades para enfrentar las amenazas en el contexto actual.

PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

Objetivo general:

Desarrollar un marco integral para el cálculo de la Huella de Carbono en FADEPA, con el propósito de presentar una guía de buenas prácticas ambientales que permita a la organización identificar y reducir los impactos ambientales derivados de su proceso de producción en un lapso de 2 años a partir de 2024.

Objetivos específicos:

1. Identificar y documentar las fuentes de emisiones de GEI relevantes dentro de los alcances del informe, considerando las actividades específicas de la organización.
2. Proponer iniciativas de reducción de emisiones de GEI, según el diagnóstico del caso.
3. Elaborar un informe con los recursos necesarios en relación a las acciones previstas con un marco de tiempo acorde y los usuarios involucrados en el desarrollo del proyecto.

1. Identificar y documentar las fuentes de emisiones de GEI relevantes dentro de los alcances del informe, considerando las actividades específicas de la organización.

Siguiendo el proceso propuesto en el marco normativo y ya habiendo establecido los límites en el alcance del proyecto, se procede a identificar las emisiones de GEI asociadas a las operaciones de la empresa.

Para identificar las emisiones se debe reconocer cuáles de estos gases (CO₂, CH₄, N₂O, NF₃, SF₆, HFC) son emitidos por la organización y para luego cuantificar por separado cada uno de ellos en toneladas de CO₂e.

En segundo lugar se procede a identificar las fuentes de emisión, que se dividen en directas e indirectas:

A. Emisiones directas: Son las emisiones controladas por la empresa. En esta categoría intervienen, los equipos de combustión (de cualquier tipo de combustible) fijos o móviles como maquinaria involucrada dentro del circuito de producción o vehículos propios de la organización.

B. Emisiones indirectas: todos los consumos energéticos dentro de los límites de la empresa. Además de las emisiones del transporte involucrado en:

- Distribución de suministros.
- Distribución de productos vendidos.
- Viajes corporativos.
- Desplazamiento de los empleados hacia y desde el trabajo.

Para la identificación de fuentes se utilizaron las categorías 1,2 y 3 de la Norma ISO 14064 (Organización Internacional de Normalización - ISO); debido a la magnitud del reporte.

Retomando la fórmula propuesta en el marco teórico;

$$\text{HUELLA DE CARBONO} = \text{DATO ACTIVIDAD} * \text{FACTOR DE EMISIÓN}$$

Se deben cuantificar estas emisiones provenientes de las actividades de la empresa.

Es importante resaltar que, por lo general, para calcular huella se utiliza un año base, es decir, Se debe "identificar un periodo histórico específico en el cual se va a realizar la medición" (IRAM, 2023).

Para ello, se facilita un cuadro en el cual se podrán registrar los consumos;

Figura 1: Tabla para el registro de consumo mensuales

Emisiones	Actividad	Unidad	Tipo	Consumo por meses en un año												Total
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Directas	Maquinaria a combustión	L	Gas, nafta o diesel													
	Vehículos propios	Km - L	Gas, nafta o diesel													
Indirectas	Consumo eléctrico	Kwh	Epec													
	Distribución de suministros	Km - L	Gas, nafta o diesel													
	Distribución de productos	Km - L	Gas, nafta o diesel													
	Viajes corporativos	Km - L	Gas, nafta o diesel													
	Desplazamiento de empleados	Km - L	Gas, nafta o diesel													

Fuente: adaptación propia con base en, medición de huella de carbono de Finca La Emilia, Castro (2022)

Además de las actividades, se necesita el factor de emisión correspondiente para cada tipo de consumo;

Figura 2: factor de emisión correspondiente para cada tipo de consumo

Consumo	Unidad	Factor de emisión	Fuente
Gas Natural	kg CO ₂	56,13	Adaptación propia con base en medición de huella de carbono de Finca La Emilia, Castro (2022)
Nafta	tCO ₂ eq/L	0,00255	
Diesel	tCO ₂ eq/L	0,0027	
Energía eléctrica	tCO ₂ eq/kwh	0,0005	

2. Proponer iniciativas de reducción de emisiones de GEI.

En este apartado, las buenas prácticas se sugieren en relación a las actividades más contaminantes de la empresa descritas en el informe de caso.

Las metodologías para perseguir el objetivo descrito son las siguientes; compensar o mitigar esas emisiones;

- Mitigación: es una intervención humana encaminada a reducir las fuentes.
- Compensación: aumentar el secuestro del carbono, mediante estrategias y medidas que aumenten la masa fotosintética - captura de CO₂ y liberación de O₂. (Manual de Huella de Carbono del Ministerio de Agroindustria, 2018)

Según el análisis realizado a FADEPA se recomienda, como primera medida, mitigar sus impactos negativos más significativos con un sistema de gestión eficiente. El objetivo del informe es promover un marco para el cálculo del impacto ambiental de la empresa, sin embargo, si el objetivo final de la empresa es la carbono neutralidad se presentan algunas sugerencias de compensación "a través de bonos de carbono certificados que provienen de alguno de los siguientes proyectos;

- Reforestación
- Conservación
- Manejo forestal mejorado
- Proyectos de energía renovable
- Proyectos de eficiencia energética
- Proyectos de tratamiento de residuos

Bonos de carbono azul (captura de dióxido de carbono por parte de plantas, organismos marinos o procesos bioquímicos que suceden naturalmente en los océanos)" (IRAM, 2023)

3. Elaborar un informe con los recursos necesarios en relación a las acciones previstas con un marco de tiempo acorde y los usuarios involucrados en el desarrollo del proyecto

Figura 3: Diagrama de gantt

Actividad	Meses																								Responsables
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24		
Definir alcance del proyecto	█																								Lic en Ambiente y ER
Capacitar al personal		█																							Consultora
Recopilar y documentar datos			█	█	█	█	█	█	█	█	█													Equipo de trabajo y especialista en HC	
Analizar datos											█													Especialista en medición de HC	
Calcular huella de carbono												█												Especialista en medición de HC	
Identificar los factores más contaminantes													█											Especialista en medición de HC	
Evaluar opciones de mitigación														█	█									Especialista en medición de HC	
Seleccionar medidas de mitigación																█								Directores de planta	
Desarrollar plan de mitigación																	█	█						Especialista en medición de HC	
Implementar medidas de mitigación																			█	█	█	█		Equipo de trabajo y empleados	

Castro, V. (2022) Medición de huella de carbono de Finca La Emilia. Córdoba, Argentina: Repositorio Siglo 21

IRAM (2023). Formación Huella de Carbono IRAM. Instituto Argentino de Normalización y Certificación. Recuperado de: <https://www.iram.org.ar/>

IRAM (Instituto Argentino de Normalización y Certificación) (2020). ISO 14064-1:2018, Gases de efecto invernadero. Parte 1: Especificaciones con orientación a la organización para la cuantificación y la elaboración de informes de las emisiones y las absorciones de gases de efecto invernadero. Primera edición 2020-06-08.

IRAM (s.f). Norma IRAM ISO 14067:2018. Recuperado de: <https://www.iram.org.ar/14276/normas/numero/iram-iso-140672018-14276-1/>

Naciones Unidas (s.f) Impacto Académico Sostenibilidad. Naciones Unidas [en línea]. [Fecha de consulta: 10 de septiembre 2023]. Recuperado de: <https://www.un.org/es/impacto-academico/sostenibilidad>



Gestión integral del agua en la finca La Emilia SRL: manual de buenas prácticas ambientales

AUTORA

Salso, Micaela Belén
micalasalso@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Ambiente y Energías
Renovables

REVISIÓN

Esteban, Spontón

RESUMEN

El presente trabajo desarrolla un análisis y diagnóstico general sobre la finca La Emilia S.R.L. con el fin de identificar aspectos de mejora y plasmarlos en una propuesta de implementación que oriente a la empresa hacia la sustentabilidad. Finca La Emilia S.R.L se trata de una empresa familiar ubicada en Colonia Caroya, provincia de Córdoba. Se dedica desde 2004 a la elaboración de vinos boutique de alta calidad y obtuvo reconocimientos a nivel nacional. Se realiza entonces un análisis FODA que condensa el análisis situacional y contextual de la empresa. A partir del mismo, se encuentra la necesidad de elaborar un Manual de Buenas Prácticas Ambientales que guíe a la empresa en sus acciones y toma de decisiones. Para esto se confecciona un Plan de Implementación, enfocado en la gestión integral del agua en la finca, a través de la captación de agua de lluvia y el tratamiento de los efluentes generados en sus distintos procesos.

PALABRAS CLAVE

Sustentabilidad; Agua; Eficiencia en el uso de los recursos

INTRODUCCIÓN

Argentina es el quinto productor mundial de vino y el principal exportador de mosto a nivel mundial. La vitivinicultura constituye una de las actividades agroindustriales más importantes de nuestro país. El cultivo de la vid y la agricultura en general es especialmente vulnerable a los efectos del cambio climático; la proliferación de plagas y enfermedades y el estrés hídrico son factores agravantes. Si el incremento de la temperatura supera el estándar de seguridad climática, los rendimientos podrían disminuir de manera generalizada. (Ocampo, 2011). Es por esto que se hace necesario el trabajo de las empresas en buscar alcanzar la sustentabilidad, no sólo en sus procesos, sino también en su relación con el entorno en el que se asientan. Al abordar estrategias para mitigar el impacto ambiental de las empresas, la gestión y consumo del agua es un aspecto que toma cada vez más relevancia. Es por esto, que en este trabajo se analizará el caso de la Finca La Emilia S.R.L. para elaborar un manual de buenas prácticas ambientales enfocado en el aspecto agua, desde el ahorro del consumo hasta el tratamiento de sus efluentes.

La vitivinicultura comprende dos grandes actividades: la producción primaria, es decir la producción de uva y la elaboración de vinos y mostos. (Bodegas de Argentina et al., 2019). La provincia de Córdoba tiene una larga trayectoria en la actividad vitivinícola. Si nos remontamos al siglo XVII, en la provincia mediterránea, los primeros vinos se produjeron en las localidades de Jesús María y Colonia Caroya. (Rolón, 2020). La cantidad de bodegas de esta zona es mucho menor en comparación a otras de la provincia de Córdoba y su producción es reconocida como vinos populares. Finca La Emilia S.R.L. es una empresa dedicada a la elaboración de vinos boutique de alta calidad, ubicada en Colonia Caroya. En sus inicios se dedicaba al cultivo de duraznos y uvas tradicionales hasta el 2004, cuando la empresa decidió incorporar cepas finas, las cuales tienen un mayor valor comercial. Se trata de un emprendimiento familiar, arraigado al valor de la tradición. La primera generación (los fundadores) fueron los que dieron el empuje y desarrollaron el proyecto agrícola. Las nuevas generaciones de la familia, más relacionadas con el marketing y la administración, son las actualmente encargadas de expandir la imagen y la capacidad comercial de la empresa. La elaboración de vinos de alta calidad constituyó un gran salto en la impronta de la empresa. En los años 2008 y 2009 se dan dos hitos muy importantes para la empresa, ya que la finca se hizo ganadora de premios de concursos nacionales por la calidad de su vino. Este logro no sólo fue de gran importancia para la reputación del producto, sino también para la zona de Colonia Caroya y Jesús María, animando a los demás productores

a concursar también con sus productos de calidad. A partir del 2010 la finca comenzó a generar alianzas y comercializar los vinos en restaurantes y hoteles de alta gama. La misión de la empresa fue y es convertirse en un establecimiento boutique que mantenga la tradición familiar, pero modernizando a los nuevos tiempos.

Se presentan distintos casos de éxito de distintas empresas vitivinícolas que se orientaron hacia la sustentabilidad: En Chile, la bodega Santa Ema cuenta con una política ambiental, un código de ética y elabora reportes de sustentabilidad desde el año 2016, en el cual rinden cuentas de las acciones que llevan a cabo para lograr la sustentabilidad de la empresa. La bodega Bianchi en Mendoza, Argentina es un ejemplo de aplicación de la sustentabilidad en la producción de sus vinos. En su página web enumeran entre sus prácticas sustentables: incorporación de riego por goteo y mejoramiento de la eficiencia del uso del agua a través de estudios para optimizar el consumo, recolección diferenciada de residuos, mejoramiento en la eficiencia energética mediante la utilización de luminarias led y la instalación de un sistema automático de bombeo en el sistema de refrigeración y aislación de cañerías, trazabilidad de materia prima e insumos, entre otros. (Bodegas Bianchi, 2021). También ubicada en Mendoza, la bodega Trivento es una empresa B certificada desde el año 2021. Esto significa que es una empresa con triple impacto (económico, ambiental y social). Esta certificación es lograda por las empresas que cumplen con altos estándares de 5 desempeño social y ambiental verificados, transparencia pública y responsabilidad legal para equilibrar sus ganancias y su propósito. La empresa se enfoca en cuatro desafíos globales: educación, cambio climático, cuidado del suelo e integridad empresarial. Además, está suscrita voluntariamente a los 10 Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas. (Bodega Trivento, 2021).

MATERIALES Y MÉTODO

Como primer paso, se realizó un diagnóstico general de la empresa. Se relevó la infraestructura y equipamiento de las instalaciones y se explicó brevemente el proceso productivo con los momentos claves de la producción. Además, se realizó un análisis del contexto en el que se encuentra inmersa la empresa, teniendo en cuenta los entes reguladores, los posibles socios estratégicos y la relación del caso con los Objetivos del Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.

Para realizar el diagnóstico organizacional de la empresa, se utilizó el análisis FODA. Esta herramienta permite analizar de manera integral aspectos tanto internos como externos que pueden afectar a la organización, ya sea positivamente (Fortalezas, Oportunidades) o negativamente (Debilidades, Amenazas). Luego del análisis, es posible realizar cruzamientos de ciertos aspectos para orientar las propuestas a plantear en el desarrollo

del trabajo. El primer cruzamiento se trató de los pares de éxito, es decir, las fortalezas de la organización junto con las oportunidades. En el segundo cruzamiento están los pares de adaptación, que corresponden al cruzamiento de las debilidades y las oportunidades. En tercer lugar se analizan los pares de reacción, en los que se cruzan las fortalezas y las amenazas. Y por último, se encuentran los pares de riesgo, que cruzan las debilidades con las amenazas.

Por otro lado, se confeccionó el marco teórico del trabajo, con el objetivo de definir los conceptos clave a tratar durante el análisis del caso y posterior propuesta de implementación. En este caso se trató de los conceptos de Desarrollo Sostenible y Triple Impacto, Buenas Prácticas, Eficiencia en el uso del Agua, Sistemas de Tratamiento de Aguas Grises, y la caracterización de los efluentes más comunes en la producción de vino. Además, se citaron las legislaciones y normativas que atraviesan a la organización.

Análisis Foda de la empresa

ASPECTOS INTERNOS	ASPECTOS EXTERNOS
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Tradición Familiar: conocimientos y experiencias transmitidos por generaciones. Estilo de vitivinicultura inspirado por los friulanos. • Compromiso con la calidad de los productos • Premios conseguidos • Nuevas generaciones de encargados con nuevas visiones innovadoras • Espíritu colaborador • Ubicación favorable • Accesibilidad del ingreso a la Finca • Sótano/bodega acondicionado para recibir visitas. • Resveratrol presente en las uvas de la zona. • Aumento de la producción luego de los años de extrema humedad • La cantidad de producción todavía permite la dedicación a la calidad y trabajo "artesanal" del producto. • Libro elaborado por el metier y cursos de enología 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento regional • Inserción en circuitos turísticos • Apoyo mutuo con otras bodegas de la zona • Alianzas estratégicas • Interés del público sobre el proceso de elaboración del vino y sobre el desempeño ambiental de las empresas • Incentivos gubernamentales para fomentar el turismo con planes como el Pre-Viaje • Tendencia positiva del rubro vitivinícola • Nicho de mercado existente sobre el consumo de vinos boutique y regionales de la zona de Colonia Caroya • Agenda 2030 sobre Desarrollo Sostenible, aplicable a organizaciones de cualquier tamaño • Cambio en la producción en Colonia Caroya de vinos "populares" a vinos boutique

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Tipificación de la empresa en la AFIP crea un “techo productivo” • La cantidad de producción anual, al ser acotada, condiciona la rentabilidad del emprendimiento. • Presupuesto acotado • Producción estacional • Falta de manuales explícitos de contratación de mano de obra, más allá del criterio de la experiencia • La imposibilidad de hacer una autoevaluación de calidad del producto antes de ser enviada al Instituto Nacional del Vino. • Falta de una política ambiental y/o código de ética. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio climático: cambios en el patrón del clima, inundaciones. • Falta de Políticas públicas, debido a la escasa cantidad de fincas en la zona • No hay normativa sobre la regulación del precio del producto ya que no forma parte de los commodities • La zona de Colonia Caroya no es todavía famosa por la producción de vinos boutique, más bien es reconocida por la producción de vinos populares. • Inestabilidad económica del país.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A partir del análisis de pares cruzados del FODA, se encontraron posibles acciones de mejora. Estas acciones, identificadas especialmente en los pares de adaptación y reacción, se relacionan con la orientación de la empresa hacia una gestión sustentable, de triple impacto y que busque la eficiencia en el uso de los recursos de forma innovadora sin descuidar la calidad de sus productos ni la tradición en la elaboración.

Entonces, se debe trabajar en la confección de un Manual de Buenas Prácticas Ambientales, que consiste en un documento que condensa y ofrece herramientas y lineamientos de acción para reducir el impacto negativo de las actividades y procesos de la empresa. Los procesos y actividades que se abordan en el Plan de Implementación corresponden al recurso agua, guiándose por el Objetivo de Desarrollo Sostenible N° 6, agua limpia y saneamiento. Para lograrlo, se plantean estrategias de sustentabilidad para la reutilización y formas de acceso a este recurso. Un primer paso que se sugiere es su medición del consumo y los efluentes generados, ya que al contar con esta información se pueden posteriormente realizar comparaciones e indicadores de mejora. En distintos procesos se generan aguas residuales, como en la fermentación y en la limpieza de las instalaciones. La oportunidad de acción se encuentra en el tratamiento de estos efluentes.

Bodegas de Argentina, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, Instituto Nacional de Vitivinicultura, Instituto Nacional de Tecnología Industrial, & Facultad de Ciencias Agrarias. (2019). Guía de innovación para una producción sustentable - Sector Vitivinícola (1st ed.). Sector Vitivinícola. Retrieved Septiembre, 2022, from https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/sector_vitivinicola.pdf

Ocampo, O. (2011). El cambio climático y su impacto en el agro. SciELO. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/ring/n33/n33a12.pdf>

Rolón, G. (2020, May 28). Enoturismo cordobés: la ruta del vino – Córdoba Turismo. Córdoba Turismo. Retrieved September 3, 2022, from <https://www.cordobaturismo.gov.ar/enoturismo-cordobes-la-ruta-del-vino-con-mas-de-400-anos/>

Bodegas Bianchi. (2021, April 20). Bodegas y vinos sustentables – Bodegas Bianchi. Bodegas Bianchi. Retrieved September 4, 2022, from <https://www.bodegasbianchi.com.ar/blogs/blog/bodegas-y-vinos-sustentables>

Bodega Trivento. (2021). Misión. Bodega Trivento. Retrieved September 8, 2022, from <https://www.trivento.com/sustentabilidad/mision.php>

Comportamiento del consumidor online - “La influencia de los niños, niñas y adolescente en la intención de compra en el ecosistema digital”

AUTORA
Cavarra, Florencia Luana
cavarraflor@gmail.com

CARRERA
Licenciatura en Comercialización

REVISIÓN
Mariana, Frandino

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue analizar la familia, que hará foco en el comportamiento del consumo online y la influencia que en él tienen los niños, niñas y adolescentes.

Así, el objetivo propuesto es el de analizar las relaciones e incidencias que hay por parte de ellos hacia los adultos, dentro de los entornos digitales, pero específicamente en el consumo. A partir de la manera de participación, con influencias de diversos elementos que fomentan un rol más activo.

En esta investigación se realizó un estudio mixto en dos etapas, la primera una investigación exploratoria a través de un muestreo no probabilístico que contó con la participación de 6 entrevistados, residentes en la ciudad de Córdoba. Luego, como segunda etapa una investigación concluyente cuantitativa, que contó con una muestra de 400 casos siendo padres y madres.

Los resultados obtenidos demostraron un nuevo paradigma en la manera de vinculación entre padre e hijo, más allá del doble target al momento del consumo. Siendo una nueva

forma de relacionarse, construyendo sus bases de socialización en lo digital, abriendo una nueva manera de repensar este dúo para así entender con mayor profundidad este cambio. Contribuye tanto para la maximización de las ventas a este mercado futuro, como para otros enfoques disciplinarios.

PALABRAS CLAVE

Consumidor infantil, intención de compra, consumidor online, Doble target, Mercado futuro.

INTRODUCCIÓN

En la era digital, los niños, niñas y adolescentes (NNA) han emergido como actores clave en el proceso de compra dentro de las familias, influenciados por el entorno tecnológico que los rodea. Desde temprana edad, estos jóvenes interactúan con dispositivos y plataformas digitales, lo que ha transformado su rol tradicional en las decisiones de consumo. La facilidad de acceso a la información, sumada a la exposición constante a campañas publicitarias y contenidos digitales, les otorga una capacidad de influencia significativa, no solo en la elección de productos, sino también en las decisiones de compra.

Podemos comenzar a entender que un proceso de compra se estructura en cinco etapas: el reconocimiento de la necesidad, la búsqueda de información, la evaluación de alternativas, la toma de decisión y el proceso posventa. Sin embargo, cuando este proceso se traslada al entorno online, se complementa con el concepto de embudo de conversión, donde los usuarios avanzan por diversas fases antes de concretar una compra. Dentro de este proceso, participan diversos roles de manera directa e indirecta: el iniciador, quien sugiere la idea de la compra; el influenciador, quien opina y aconseja en la decisión; el decisor, quien elige qué se comprará y cómo; el comprador, quien realiza la acción de compra; y el usuario, quien finalmente consume o utiliza el producto.

El rol de los NNA en este ciclo ha evolucionado debido al acceso y dominio de las herramientas digitales. A menudo, son los iniciadores o influenciadores en el proceso de compra, especialmente en lo que respecta a productos relacionados con tecnología, entretenimiento y moda. Este cambio se ve potenciado por el tipo de crianza que reciben, en especial en modelos más permisivos o de crianza democrática, donde los padres consultan y valoran las opiniones de sus hijos en el proceso de decisión. En contraste, las familias con modelos de crianza más autoritarios suelen mantener una estructura de toma de decisiones más centralizada en los adultos, limitando la participación de los NNA.

A medida que las tecnologías digitales continúan evolucionando, también lo hace el comportamiento de los NNA, lo que plantea nuevos desafíos y oportunidades tanto para

los anunciantes como para las marcas. La digitalización ha modificado no solo la forma en que los NNA acceden a los productos y servicios, sino también cómo influyen en el comportamiento de los consumidores adultos, transformando las dinámicas familiares en torno al consumo.

Este trabajo tiene como objetivo analizar el impacto del entorno digital en la participación de los NNA en los procesos de compra en línea, explorando los mecanismos a través de los cuales estos jóvenes influyen en las decisiones de consumo familiares. Asimismo, se profundizará en los riesgos y oportunidades que esta transformación implica para los actores clave en el ecosistema digital, como las plataformas de comercio electrónico, las marcas y los anunciantes.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se llevó a cabo utilizando un diseño mixto, combinando enfoques cualitativos y cuantitativos en dos etapas diferenciadas para cumplir con los objetivos propuestos.

En la primera etapa, se realizó una investigación exploratoria de tipo cualitativo. Se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia, y se llevaron a cabo entrevistas profundas a seis padres y madres de entre 25 y 55 años, residentes en Argentina, que realizaron compras online durante el año 2022. El instrumento de recolección de datos fue una guía de pautas para entrevistas, permitiendo profundizar en las percepciones de los entrevistados sobre el tema. Los datos obtenidos fueron analizados mediante una síntesis de los comentarios más relevantes de los entrevistados.

En la segunda etapa, se implementó una investigación concluyente y cuantitativa. Se utilizaron encuestas autoadministradas online mediante Google Forms, con una muestra representativa de 400 padres y madres dentro del mismo rango de edad y residentes en Argentina, todos consumidores online en 2022. La muestra fue probabilística y aleatoria simple, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. La difusión de las encuestas se realizó a través de redes sociales y WhatsApp, y la recolección de datos tuvo lugar en los meses de septiembre y octubre de 2022.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la primera etapa cualitativa, se entrevistó a cinco madres y un padre, de entre 45 y 50 años, con hijos entre 12 y 18 años. A los entrevistados se les realizaron cinco preguntas que buscaban explorar sus percepciones sobre el comportamiento de sus hijos en entornos online y su relación con la tecnología. A partir de las entrevistas, se extrajeron cinco conclusiones principales:

1. Adaptación tecnológica: todos los entrevistados señalaron un cambio significativo en el uso de la tecnología post-pandemia. Durante este período, muchos se adaptaron a las plataformas online, destacando la practicidad y rapidez de las compras en línea.

2. Estilo parental: predominó el estilo democrático en el vínculo entre padres e hijos, donde los hijos participaron activamente en las decisiones tecnológicas y los padres mostraron confianza en el uso de internet por parte de los jóvenes.

3. Competencia tecnológica de los NNA: los entrevistados destacaron el dominio natural que los niños, niñas y adolescentes, tienen sobre la tecnología. Aquellos padres con una relación amigable con la tecnología percibieron este vínculo de manera más positiva.

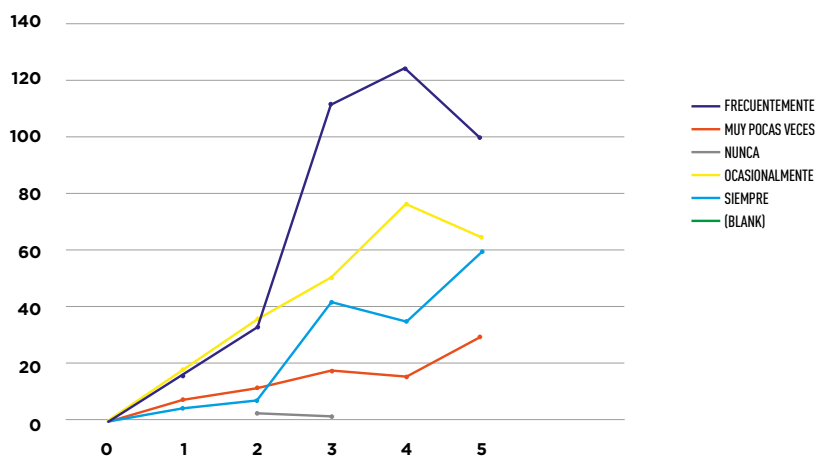
4. Publicidad: hubo una postura neutral hacia la publicidad, con algunos padres destacando que sus hijos mostraban cierta conciencia económica en sus solicitudes de compra.

En la segunda etapa cuantitativa, se realizaron encuestas a 400 padres y madres entre 25 y 55 años. Los resultados más destacados fueron los siguientes teniendo en cuenta que los últimos dos resultados se realizó un cruzamiento de variables entre dos preguntas:

Grado de participación de los hijos en el proceso de compra: El 21.8% de los encuestados indicó que sus hijos tenían un grado de participación moderado (nivel 3), mientras que el 18.1% reportó un nivel alto (nivel 4).

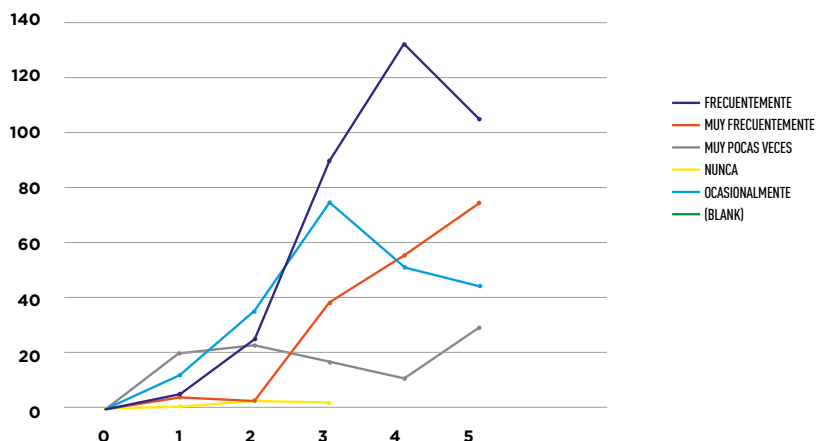
Participación en la evaluación de alternativas: El 27% de los padres señaló una participación moderada (nivel 3) de sus hijos en la evaluación de alternativas, y el 20.7% indicó un nivel alto (nivel 4).

Interacción digital y participación: Se observó una correlación entre la interacción en redes sociales entre padres e hijos y el grado de participación de los NNA en las compras. A mayor interacción en plataformas digitales, mayor era la participación de los hijos en el proceso de compra.



Fuente: adaptación propia.

Sugerencias de compra por parte de los NNA: A medida que aumentaba el grado de participación de los hijos en el proceso de compra, también aumentaba la frecuencia con la que los niños sugerían productos a sus padres.



Fuente: adaptación propia.

En la investigación presente, a través de los resultados expuestos queda en evidencia que existe una vinculación clara entre el comportamiento durante el proceso de compra online y sus etapas, y la influencia de los NNA dentro del hogar. Específicamente dentro de los entornos ya mencionados, el cual pudimos indagar y constatar a partir de dos etapas, que forman parte del proceso de compra mencionado en nuestro marco teórico, los cuales son, el momento de la búsqueda de información como de la evaluación de alternativas, que se han planteado en nuestra hipótesis y los objetivos tanto generales como específicos.

Los resultados del estudio muestran una clara vinculación entre las etapas del proceso de compra online y la influencia de los NNA dentro del hogar. Los niños participan activamente en las etapas de búsqueda de información y evaluación de alternativas, con un 54% de los encuestados situando a sus hijos en niveles de participación media-alta. Además, más del 50% de los padres y madres perciben esta inclusión de los niños en el proceso de compra como beneficiosa para fortalecer la relación con ellos, al permitirles acercarse a la generación actual y enseñarles criterios que los niños, al ser nativos digitales, manejan con mayor naturalidad.

Asimismo, como segundo momento a remarcar sobre los resultados, es que podemos mencionar que esta participación por parte de sus hijos en las etapas de compra, con un rol de influenciador, usuario y hasta podríamos decir que decisor en ciertos momentos.

Se da por diferentes factores, que uno de ellos es efectivamente por los estilos parentales que se están dando en la actualidad dentro de nuestra sociedad, por lo que iría en el mismo direccionamiento que los resultados expuestos sobre la investigación plasmada en nuestros antecedentes, “La influencia del estilo parental en las intenciones de compra en el consumidor infantil” realizada por Giraldo, W. y Otero, M (2019).

Otros datos que aporta nuestra investigación para una mejora en la comprensión de este proceso es que, dentro de nuestra muestra más del 54% de los encuestados, tanto padres como madres, tienen un manejo óptimo con la tecnología, que a su vez un 82% realiza compras a través de internet y un 76,5% consulto por este antes de realizar una compra.

Entonces a lo que vamos con lo mencionado en el párrafo anterior, es que los adultos que involucran a sus hijos en el proceso de adquisición de un bien o servicio, no tienen dificultad para navegar la gran mayoría de la muestra, ya que se llevan bien o excelente, entonces lo que podemos comenzar a entender, que es una manera de vincularse, la cual se construye desde otro lugar. Pudiendo constatar a través de la comprensión de los datos mencionados, como también se hizo a través de una respuesta corta hacia los encuestados. Sobre la manera de percibir la relación con la inclusión de su hijo en el proceso de compra, donde los resultados que nos brindaron fue que más del 50% de los padres y madres han indicado que, lo perciben beneficioso para fortalecer su relación. Dando como resultado un complemento en este espacio del mundo online, de un doble target padre e hijo, pero entendiendo desde donde viene este vínculo. Es decir, un puente para relacionarse tanto de una manera entretenida como educativa

Este estudio nos da una base de apertura a comprender este nuevo paradigma, que se está viendo en esta nueva manera de vincularse desde estos diversos espacios digitales. Con la intención de fomentar este involucramiento y participación en las decisiones de consumo del hogar, a través de los diferentes factores mencionados, logrando una buena propuesta de valor por parte de la empresa. Para así, implementar de la manera óptima las estrategias planteadas, con el objetivo de obtener cierta ventaja competitiva dentro del mercado, por su manera de comunicar el producto o servicio.

El vínculo digital entre padres e hijos en los procesos de compra se presenta como una oportunidad para la fidelización a largo plazo, transformando la manera de consumir.

Finalmente, se reconocen limitaciones, como el sesgo hacia ciertos segmentos socioeconómicos, y se sugieren futuras investigaciones para profundizar en la relación padre-hijo en el entorno digital y su impacto en el proceso de compra.

Fass, A. (2017) Psicología del desarrollo de la niñez. Córdoba, Argentina. Ed. Brujas.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (Ed.) (2015). Comportamiento del consumidor. México. Pearson Educación.

Pérez, W. G., & Gómez, M. C. O. (2019). La influencia del estilo parental en las intenciones de compra en el consumidor infantil. *Económicas CUC*, 40(2), 139-152.



Logística internacional: tiempos de despacho de contenedores de exportación desde Córdoba hasta Melbourne, Australia

AUTORA

Ayala Giraudó, Romina P.
rominagiraudó@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Comercio Internacional

REVISIÓN

Esteban, Spontón

RESUMEN

En este trabajo se detallan los tiempos de despacho de exportación de maquinaria agrícola en contenedores completos desde la ciudad de San Francisco, Córdoba, hacia el puerto de Melbourne, en Australia. Básicamente se comparan los tiempos de tránsito de embarcarlos vía puerto de Buenos Aires versus hacerlo vía puerto de Valparaíso, Chile. Ambas opciones logísticamente factibles y consideradas debido a la ubicación geográfica del lugar de origen (planta del exportador) y del puerto del país de destino. El desarrollo se fundamenta en los lineamientos propuestos por la OMC en el Acuerdo de Facilitación de Comercio del año 2017, y también el Estudio de los Tiempos de Levante de la Organización Mundial de Aduanas como referencia teórica y herramienta metodológica para desglosar las etapas que forman parte del proceso logístico de exportación definitiva de contenedores por vía marítima desde una ciudad mediterránea.

Para el análisis se toma como referencia 30 operaciones realizadas durante el primer cuatrimestre del año 2022 y se describen detalladamente los procedimientos involucra-

dos a dicha logística de exportación, así como los intermediarios que participan, a fin de poder transmitir una idea acabada de como ejecutar el proceso previendo los tiempos de despacho asociados.

Por último, se aporta a este estudio esquemático y de índole mayormente cuantitativa, una mirada acerca de algunas de las variables extraordinarias que pueden interferir en el proceso y extender los tiempos expuestos.

PALABRAS CLAVE

Tiempos de tránsito; Flete multimodal; Logística internacional.

INTRODUCCIÓN

En este trabajo final de graduación se analizan los tiempos asociados al despacho de contenedores completos con maquinaria post cosecha (extractoras y embolsadoras de granos) desde Córdoba, provincia mediterránea y sin accesos directo a puertos, hacia Melbourne. Dado la localización geográfica, las empresas exportadoras cordobesas están condicionadas al uso de transporte multimodal para embarques por vía marítima y a su vez se les plantea la posibilidad y disyuntiva de hacerlo por puertos de países limítrofes, como el de Montevideo, San Antonio o Valparaíso, además que desde el puerto de Buenos Aires. Córdoba es la tercera provincia más exportadora del país y la segunda con mayor producción de maquinaria agrícola en Argentina, su participación es del 33% detrás de Santa Fe con el 44%, y el crecimiento exportador del sector en general está siendo con diversificación en los cinco continentes (INDEC, 2020).

En cuanto al destino de las operaciones, se seleccionó a Australia porque la industria argentina de maquinaria agrícola hace tiempo está presente y la demanda creció abruptamente en el 2021 debido a que la cosecha del trigo, su cultivo principal, alcanzó un récord histórico. La ubicación geográfica también resulta peculiar porque es posible llegar desde saliendo por el océano Pacífico o Atlántico casi indistintamente.

El tema en cuestión se aborda y a la luz del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) y las disposiciones allí propuestas y desde una visión más pragmática:

1. aumentar la transparencia; para obtener información precisa y fiable sobre los requisitos de importación, exportación o tránsito que son una fuente importante de demoras y costos.
2. mejorar la gestión pública imponiendo disciplinas a los procedimientos de elaboración de normas y adopción de decisiones;
3. aplicar procedimientos y técnicas de control en frontera racionales y modernizados; y

4. mejorar la circulación de las mercancías en tránsito.

(OMC, 2016)

Siendo los tiempos de despacho de mercancías muy importantes y hasta determinantes en el flujo del comercio internacional, se identifican las etapas como procedimientos involucrados en la logística de exportación de mercancías, así como sus tiempos para poder prever de manera adecuada los plazos de entrega al cliente importador.

Cabe mencionar que la logística internacional es un factor de competitividad clave para las empresas y regiones, que no sólo compiten por sus productos y calidad, sino también por su desempeño que debe ser mejor al de la competencia y exige ser eficientes en todo el proceso de la cadena de suministro.

MATERIALES Y MÉTODOS

La herramienta metodológica seleccionada en este trabajo con formato manuscrito científico es el “Estudio del Tiempo de Levante” (ETL) o “Time Release Study”, TRS, realizado y publicado por la Organización Mundial de Aduanas (OMA), propone directrices para medir el tiempo promedio que le toma a un país el proceso de liberación de mercaderías y se hizo con el fin de detectar obstáculos, como la falta de coordinación entre intermediarios o el uso de formularios obsoletos, y permitir el diseño e implementación de cambios que mejoren la efectividad de este proceso. La OMA desarrolló al Estudio de Tiempo de Levante (TRS) como herramienta estratégica para que las Aduanas y otros organismos públicos, junto con las partes interesadas del sector privado, puedan medir de alguna manera la eficiencia y eficacia de la integridad del procedimiento de flujo transfronterizo relacionado con las importaciones, exportaciones y movimientos de tránsito de mercancías.

En el año 2018 la OMA publicó la tercera versión de dicho ETL donde se recomienda a cada país hacer estudios periódicamente para verificar que todo cambio implementado realmente lleve a mejoras en los tiempos de levante y así facilitar el comercio entre los países del mundo.

Si bien es en los denominados trámites “regulatorios” en los cuales el ETL hace especial énfasis, dado su enfoque aduanero, en este trabajo se opta medir y determinar los tiempos de despacho en el proceso de exportación desde que la mercadería está disponible para ser recolectada hasta la entrega en el puerto de destino, haciendo foco principalmente en los tiempos logísticos.

Para el desarrollo de este trabajo, se toma como base los procedimientos e hitos establecidos en el ETL y se adapta la herramienta al proceso de exportación objeto de estudio, dado el conocimiento empírico de la operatoria que implica necesariamente el uso de transporte multimodal. Es importante aclarar que, si la logística internacional incluye

la vía marítima, como en este caso, la fecha de carga en planta o depósito y coordinación del transporte terrestre (nacional o internacional) están sujetos al cronograma de salidas de los buques y las fechas y horas límite (corte documental y físico, en puerto) se deben cumplimentar para su efectivo y eficiente embarque, sin “extra costos”.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En base al análisis de 30 operaciones de exportación de contenedores completos desde la provincia de Córdoba realizadas durante el primer cuatrimestre del año 2022, se describen los procedimientos involucrados a dicha logística y los intermediarios que participan. Como existen fechas clave a cumplimentar a lo largo del proceso es fundamental saber cuándo estará lista la mercadería y el lugar de entrega convenido como puntos de referencia para poder planear la logística y estimar el plazo de entrega.

A partir de ello usualmente se ejecutan los siguientes procesos:

1. Declaración de carga y emisión de documentación
2. Registro de declaración de exportación y pago de aranceles
3. Carga efectiva de la mercadería
4. Registro de salida hacia punto de salida o cruce
5. Control e ingreso o cruce al puerto de salida
6. Puesta a bordo y tránsito marítimo internacional

Respecto a los intermediarios participantes, los principales son:

- Exportador
- Agente de Carga Internacional o Freight Forwarder
- Despachante de Aduana y Agente de Transporte Aduanero
- Dirección General de Aduana
- Depósitos y terminales portuaria

Como unidad de medida del día se considera a la jornada laboral regular de 9 horas que es lo que habitualmente trabajan la mayoría de los intermediarios (personal de plantas depósitos, de Aduana, etc.), a excepción de las terminales portuarias que suelen tener una franja más amplia de recepción de contenedores.

Hecha tal aclaración, respecto al parámetro establecido para medir “un día”, en la tabla que sigue justamente se resume y compara la cantidad de días que requiere enviar un contenedor al puerto de Melbourne en Australia, desde el puerto de Buenos Aires y desde el de Valparaíso, Chile:

EXPORTACION FCL A AUSTRALIA DESDE CÓRDOBA		
Acciones/Cantidad Días	Puerto de Buenos Aires	Puerto de Valparaíso
Retiro de Contenedor	0,5	0,5
Tránsito hacia lugar de carga	1	1
Carga de Contenedor	0,5	0,5
Liberación de Aduana Interior	0,3	0,3
Tránsito hacia Aduana de Salida	1	1,5
Cruce de frontera	-	1
Tránsito desde frontera a puerto de salida	-	0,7
Ingreso y descarga en Terminal Portuaria	0,5	0,5
Liberación y espera en puerto de embarque	5	5
Tiempo de tránsito esperado hasta Melbourne	59	40
Tiempo Total de Despacho a Melbourne	68	51

Por lo tanto, el tiempo de despacho de exportación es menor si se embarca desde Chile que desde Argentina y la principal diferencia radica en el tránsito marítimo que es menor por la distancia y ubicación geográfica, como por el servicio de la naviera con la que se ha embarcado.

Si se atiende sólo a la variable del tiempo, se afirma que es más conveniente despachar vía puerto de Valparaíso, Chile, y que esto se debe principalmente a la diferencia de 19 días que se da en el tránsito marítimo internacional. Sin embargo, no se debe dejar de considerar que en un tránsito terrestre internacional, y el paso por 2 Aduanas fronterizas, en una zona como la Cordillera, aumenta las chances de demoras por eventualidades que pueden surgir por ejemplo por cuestiones climáticas como las nevadas que suelen darse en épocas invernales y pueden prolongar los tiempos de tránsito varios días, y hasta semanas.

Ahora bien, en lo que a variables cuantitativas refiere, no sólo el tiempo es importante cuando de negocios se trata y, como la eficiencia implica la mejor utilización de recursos, no pueden dejar de contemplarse los costos al momento de definir qué opción tomar.

Respecto a los fletes terrestres, se puede deducir de antemano, por una cuestión de distancia y servicio, que un flete terrestre internacional (CABA/ San Francisco – Córdoba / Puerto de Valparaíso) de casi 1800 km es más costoso que un flete nacional (CABA/ San Francisco – Córdoba /CABA) de menos de 1200 km y esto es correcto. Sin embargo, en lo que fletes oceánicos respecta, aunque la distancia a Melbourne es prácticamente la misma desde Valparaíso o Buenos Aires, el costo vía Chile es muy superior.

De todo lo anterior se infiere que, en esta logística, a menor tiempo de despacho, mayores son los costos. Por eso, saber cuál es la variable que prima en la operación sirve para decidir optar por uno u otro puerto de embarque. Lo cierto también es que, mientras los costos logísticos están dados por terceros, transportistas, ajenos al negocio de venta; los tiempos de emisión de órdenes de compra y de producción son gestionables por el importador y exportador.

En conclusión, adicionalmente a los tiempos de despacho, se deben poner en consideración otros factores a la hora de definir la logística de cargas de exportación, incluso previendo la contribución que cada parte tiene en la gestión integral del negocio.

REFERENCIAS

INDEC. (2020). Origen Provincial de las exportaciones <https://www.indec.gob.ar>. Obtenido de <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-3-2-79>

OMC. (2016). La aplicación del acuerdo sobre facilitación del comercio, Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/aid4trade15_chap4_s.pdf



Innovación abierta con Santexgroup|RockingData aplicada a la experiencia de usuario en una APP de gestión de eventos de Signature Boston

AUTOR

Corradini, Diego Fernando
diegofcorradini@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Emprendimiento

REVISIÓN

Mariana, Frandino

RESUMEN

Este trabajo se centra en la innovación abierta como respuesta al cambio tecnológico necesario para ajustar el sistema de cobro online en una APP y cumplir con las regulaciones actuales. Busca una transformación digital integral y un socio estratégico para no solo cumplir con la legislación, sino también añadir valor en aspectos económicos, seguridad transaccional y mejora de la experiencia del usuario, sin perder de vista a ningún stakeholders.

PALABRAS CLAVE

Innovación Abierta; APP; Inteligencia Artificial; MVP; Startups

INTRODUCCIÓN

Dado la complejidad de administrar 2 centros de convenciones de clase mundial, con millones de visitantes anuales, tanto desde una mirada de visitante, proveedor, expositor,

cliente y como administrador, Signature Boston encaro una transformación digital y de proceso de automatización, buscando un proveedor estratégico de soluciones tecnológicas y software, en busca de solucionar 3 problemas detallados seguidamente:

1. Optimización de los procesos de gestión de eventos a través de una aplicación móvil
2. Adaptación de la tecnología a las normas y reglamentos vigentes en EE. UU.
3. Proceso de automatización de instalaciones, stands y pagos de expositores

SantexGroup (Santex America S.A. e Incutex S.R.L., ambas empresas radicadas en Argentina son parte integrante del grupo), fue la empresa seleccionada para poder atender la transformación digital.

MATERIALES Y MÉTODOS

Al analizar el contenido de la APP, se debe pensar en el Voyager journey del usuario, además de respetar la imagen que visualmente sea única, representando a la marca en su conjunto ya que todo comunica, respetando la paleta de colores, fuentes, bordes, sombras; entender que la homogeneidad habla, es una forma de expresión y de plantarse ante el mundo.

Por otro lado, se establece un marco de trabajo para la APP, el cual es tarea de Santex tanto el diseño como la operatividad, insistiendo en el punto anterior sobre la imagen en todo su conjunto, también se plantea un flujo sobre cómo debe ser la experiencia de usuario, aportando un ejemplo de creación de cuenta y como sería el recorrido para poder interactuar con diferentes opciones donde, por último, se deja claro que tareas realizar y responsabilidades. En este punto, la integración de machine learning de la mano de RockingData interviene para dar opciones a los usuarios de la APP para generar diferentes acciones, desde proponer nuevas compras o hasta inducir a participar en sorteos, encuestas, etc.

Todo lo anterior se resume en el un cronograma de trabajo, donde se separa en meses los hitos, dejando asentado las responsabilidades y en un formato de metodologías ágiles. Una vez aprobado, hay una serie tareas que debe hacer Signature Boston, otras Santex|RockingData y por último, muchas en conjunto, ya que la propuesta radica en generar varias instancias donde por grupos de empleados, proveedores y usuarios pasan a ser protagonistas y no simples espectadores, nutriendo de valiosa información para confirmar el camino abordado o cambiar lo necesario para lograr la satisfacción del usuario de la aplicación.

Esta etapa es fundamental varias columnas en las cuales debe descansar el proyecto, siendo la correcta segmentación de clientes una, la correcta elección de los primeros usuarios de prueba, el primer entrenamiento de machine learning para que a posteriori se

lance la primera versión del MVP, el correcto análisis legal de aspectos a cumplir, el diseño de la APP para una correcta experiencia de usuario y sobre todo, el trabajo entre las 3 empresas como parte de un todo, en busca de un objetivo en común.

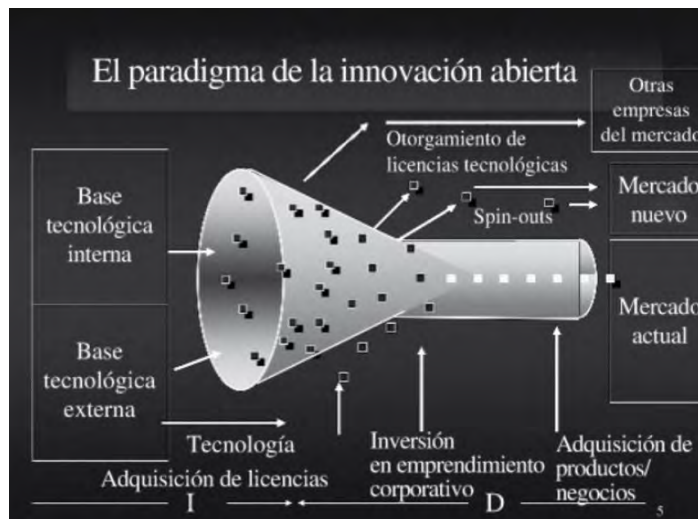
Como parte de la innovación abierta, aplicar inteligencia artificial, junto a la empresa RockingData como parte del ecosistema emprendedor y de innovación, sumando talento y experiencia de otro jugador de TI, para que pueda aportar su expertise, siendo un ejemplo de caso de éxito que muestra en su página web (RockingData), donde se puede tomar su pericia para mejorar la experiencia de usuario de la APP.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Dada la magnitud de cantidad de usuarios que asisten periódicamente a utilizar los salones, es deseable buscar opciones para generar más valor, sean estos visitantes, organizadores o proveedores que ayuden en los armados y aprovisionamiento, entendiendo que el impacto es directo en beneficios de marketing y económicos para Signature Boston.

El diseño de la APP pensado desde el punto de vista de experiencia de usuario, va a permitir que las futuras actualizaciones no sean un comenzar desde cero, sino mejoras continuas basados en datos que permitan atender a los diferentes segmentos de acuerdo con Kpi específicos, evitando generalidades que atenten contra los objetivos de la empresa.

Figura 1: El Paradigma de la Innovación Abierta



Fuente: Chesbrough Henry (2020), p.54.

El rediseño viene acompañado de una nueva forma de operar, tanto de los empleados como de los clientes, entendiendo que, de acuerdo con el perfil de cada uno, al ingresar al sistema con su nombre de usuario y contraseña, tanto en el sitio web como en la APP, tiene funciones específicas que le permiten ver e interactuar de acuerdo con sus intereses, donde a partir de este punto, interviene la integración con machine learning provista por RockingData, que permitirá generar un valor adicional, tanto a Signature como a los usuarios en su experiencia de uso.

REFERENCIAS

Benfeld E., J. (12 de 2020). Profesión legal y tecnologías de la información y las comunicaciones: Una discusión necesaria. Revista chilena de derecho y tecnología, 9(2). doi:<http://dx.doi.org/10.5354/0719-2584.2020.53309>

Chesbrough, H. (2003). Open Innovation. United States of America: Harvard Business School Publishing Corporation. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4hTRWStFhVgC&oi=fnd&pg=PR9&dq=chesbrough&ots=XuZB_RvaAK&sig=iL1pgWgWINSDU8egv5Z5-cRRPUQ#v=onepage&q=chesbrough&f=false

Chesbrough, H. (2020). Open Innovation Results. New York, United States of America: Oxford University Press. doi:10.1093/oso/9780198841906.001.0001

Chesbrough, H. (2020). Resultados de la Innovación Abierta: Olvidémonos del Sensacionalismo y Volvamos al Negocio (Vol. 65). Bilbao, España: Publicaciones de la Universidad de Deusto. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/biblioues21/164720>

Davila Urresti, C., Leon Rodriguez, M., Vela Velasquez, J., & Vidal Vidal, M. (19 de 10 de 2021). Factores claves de éxito de Startups: Caso StartUp Perú. Surco, Perú: Pontificia Uversidad Católica del Perú. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12404/20678>

Figuroa, A., & Makagonov, P. (03 de 2007). Modelos de desarrollo del hardware y software basados en el estudio de computación paralela. INCI. Recuperado de: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0378-18442007000300006&lang=es

García Puga, Y. (2023). El Lienzo de Modelo de Negocios o Modelo Canvas: Herramienta Para Emprendedores. *REVISTA FAECO SAPIENS*, 6(1), 347–363. Recuperado de: https://matriculapre.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens/article/view/3530

Kantis, H., Menendez, C., Álvarez-Nartinez, P., & Federico, J. (Enero de 2023). Colaboración entre grandes empresas y startups: una nueva forma de innovación abierta. *TEC Empresarial*, 17(1). doi:<http://orcid.org/0000-0001-8027-0518>

Moore, G. (19 de April de 1965). Cramming more components onto integrated circuits. *Electronics*, 114-117. Recuperado de: https://hasler.ece.gatech.edu/Published_papers/Technology_overview/gordon_moore_1965_article.pdf

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de Modelos de Negocios. (L. Vázquez, Trad.) Barcelona, España: Deusto. Recuperado de: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36064058/10AAA_LIBRO_Generacion_de_Modelos_de_Negocio_en_Espanol-libre.pdf?1419645325=&response-contentdisposition=inline%3B+filename%3DGeneracion_de_modelos_de_negocio.pdf&Expires=1696392973&Signature=acp9q-LEe5rKDW

Pursnani Pursnani, S. (02 de 07 de 2021). Propuesta de aplicación turística para Santa Cruz de Tenerife: Santa Cruz Smart. España: Universidad de la Laguna. Recuperado de: <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/24392>

Ries, E. (2011). *The Lean Startup* (5TA ed.). New York, EE. UU.: Crown Publishing Group. Recuperado de: <https://books.google.com.ar/books?hl=es&lr=&id=tvfyz-4JlLwC&oi=fnd&pg=PA1&dq=eric+ries+the+lean+startup&ots=8K-7va5quY&sig=GyitkRkHGmNKrkU3F9rZjH2Yg7A#v=onepage&q=eric%20ries%20the%20lean%20startup&f=false>

Ruiz Martínez, L. (2023). Aplicaciones para Nevera Inteligente basadas en Deep Learning. (M. Cazorla Quevedo, & F. Gómez Donoso, Edits.) Alicante: Universidad de Alicante. Departamento de Ciencia de la Computación e Inteligencia Artificial. Recuperado el 13 de 11 de 2023, de <http://hdl.handle.net/10045/136220>

Villaseca Morales, D., & González Pérez, S. (2021). *De Silicon Valley a Tu Negocio*. Madrid, España: ESIC Editorial. Recuperado de: <https://books.google.es>

Villegas Centeno, L., & Flores Urbáez, M. (27 de 7 de 2022). El Fenómeno de la Innovación en Micro y Pequeñas Empresas de la Parroquia Crucita, Cantón Poprtoviejo. *Encuentros - Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Criticos*(16), 423-434. doi:<http://doi.org/10.5281/zenodo.691715>

World Intellectual Property Organization. (10 de 09 de 2022). *Global Innovation Index 2022 : What is the Future of Innovation-driven Growth? (15th edition ed.)*. (S. Dutta, B. Lanvin, & L. Rivera León, Edits.) Geneva, Switzerland: World Intellectual Property Organization. doi:<https://doi.org/10.34667/tind>.



Innovación Abierta Santex-Lambda y transformación digital del Club Atlético Paracao de Paraná

AUTORA

Fortina, Yanina María Julia
yaninafortina@hotmail.com

CARRERA

Licenciatura en Emprendimientos

REVISIÓN

Mariana, Frandino

RESUMEN

En un mundo en constante cambio, donde la incertidumbre reina y la innovación se da a pasos agigantados, es indispensable acceder al conocimiento a través de diferentes medios y perspectivas.

El presente reporte de caso analiza la importancia de la innovación abierta en las organizaciones cuando encuentran limitantes en su accionar. Se busca a partir del trabajo colaborativo entre Santex y la Lambda, diseñar un nuevo modelo de negocio que contribuya a la generación de valor para el cliente, en este caso el Club atlético Paracao, a partir del uso de metodologías ágiles que permitan arribar a una nueva propuesta de valor: una aplicación para dispositivos móviles que brinde soluciones centradas en el usuario.

PALABRAS CLAVE

Innovación - Innovación Abierta - Modelo de negocio - Propuesta de valor

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo final de Grado de la carrera de Licenciatura en Emprendimiento, se desarrolla un reporte de caso que tiene como fin analizar una empresa de características internacionales para poder asesorarla, y así llevar adelante un proceso de innovación abierta que permita mejorar su participación en el mercado nacional, y captar clientes potenciales a través de la vinculación con start-up locales, para llevar adelante un proceso de automatización y transformación digital de las diferentes áreas de Instituciones Deportivas.

Se parte un análisis estratégico de la empresa Santex que nos permita tener un panorama real de su situación actual para luego del diagnóstico y análisis, teniendo además en cuentas las tendencias actuales de los mercados, arribar a la formulación de un proyecto de innovación entre Santex y Lambda, para realizar a partir de una alianza estratégica la transformación digital del Club Atlético Paracao y su posterior implementación.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se realizó una investigación cualitativa, descriptiva, y explicativa. A partir de trabajo de campo mediante entrevistas, encuestas y cuestionarios.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El principal hallazgo en el presente estudio de caso es un modelo de negocio, rentable y escalable y sostenible, teniendo en cuenta el gran mercado que hoy representan las instituciones deportivas, ya que según Acludepa solo en la ciudad de Paraná, Entre Ríos hay más de 60 Clubes Sociales y Deportivos.

Por lo que concluimos que sería acertado desarrollar un nuevo modelo de negocio a partir de una asociación clave entre Santex y Lambda, donde ambas empresas a partir de la generación de sinergias positivas y el trabajo mancomunado, multicultural y multidisciplinario de los profesionales, trabajen en el desarrollo, la investigación y la innovación, haciendo uso de los recursos con que cada una de ellas cuenta, y permita el desarrollo de una nueva propuesta de valor: una App para dispositivos móviles innovadora, simple, ágil, dinámica, de fácil uso y fácil acceso, que se adapte a las necesidades que hoy manifiesta el club Atlético Paracao de la ciudad de Paraná y sus socios.

REFERENCIAS

Alexander, O., Yvez, P., Gregory, B., & Alan, S. (2016). Diseñando la propuesta de Valor. España: Deusto.

Argentina. (10 de 2023). Recuperado de: Argentina: <http://argentina.gob.ar>

David, D. (2020). Análisis FODA o DAFO. Editorial Bubok Publishing.

El Analisis Pestel. (2016). 50Minutos.es.

Henry , C., & Álvaro , d. (2020). Resultados de la innovación abierta. Universidad de Deusto.

Lambda. (4 de 10 de 2023). lambdasi. Recuperado de: lambdasi: <https://www.labdasi.com.ar/>

Ordoñez, R. (2019). Cambio, creatividad e innovación. Granica.

Paracaovoley. (2023). Recuperado de: Paracaovoley: <https://paracaovoley.com.ar/> Ries, E. (2020). El metodo Lean Startup. Buenos Aires: Valleta diciones.

Sáinz Ancín, J. (2004). La Mision hoy mas necesaria que nunca. Deusto.

Sanchez, C. (8 de 10 de 2023). normas-apa.org. Recuperado de: normas-apa.org: <https://normas-apa.org>

Santex. (s.f.). Santexgroup. Recuperado de: Santexgroup: <https://www.santexgroup.com/>

Siglo 21. (3 de 10 de 2023). Recuperado de: siglo 21: <https://siglo21.instructure.com/courses/25642/pages/reporte-de-caso-modulo-0#org6>

Siglo 21. (10 de 2023). Recuperado de: Siglo 21: <https://siglo21.instructure.com/courses/29054/pages/modulos#lectura4m3>

Manejo de residuos del Parque Industrial de General Deheza

AUTORA
Calcabrini, Alejandra
alejandrascalcabrini@gmail.com

CARRERA
Licenciatura en Gestión Ambiental

REVISIÓN
Esteban, Sponton

RESUMEN

El presente trabajo final de grado se centra en el estudio del manejo de residuos en el Parque Industrial de General Deheza, con el objetivo de comprender cómo las empresas de la zona gestionan sus residuos y qué medidas pueden implementarse para mejorar esta gestión en el futuro. La investigación se llevó a cabo mediante la aplicación de encuestas a los representantes de las industrias, con el fin de evaluar su nivel de responsabilidad en la generación de residuos y su disposición a realizar cambios que optimicen la disposición final de los mismos.

El aumento constante del consumo y la generación de residuos ha encendido una alarma en el contexto global, poniendo en riesgo la sustentabilidad de los recursos naturales y aumentando los impactos negativos en el medio ambiente y la salud pública. Este trabajo busca no solo identificar las deficiencias en el manejo de residuos, sino también fomentar la conciencia sobre la importancia de la reutilización y el reciclaje, así como la necesidad de adoptar nuevas medidas que permitan cambiar las condiciones ambientales actuales.

Los resultados obtenidos a partir de las encuestas revelan que muchas empresas no están suficientemente informadas sobre las consecuencias de sus prácticas de manejo de residuos, lo que subraya la urgencia de implementar programas de educación ambiental. Además, se concluye que es fundamental realizar un diagnóstico exhaustivo del manejo de residuos en cada establecimiento, lo que permitirá establecer responsabilidades claras y fomentar un cambio en las prácticas actuales hacia una gestión más sostenible.

PALABRAS CLAVE

Residuos, Gestión; Sustentabilidad; Políticas

INTRODUCCIÓN

Resaltando la creciente preocupación por el manejo de residuos en el ámbito industrial. En un mundo donde el consumo se incrementa de manera constante, la generación de residuos se ha convertido en un desafío significativo que afecta no solo a la salud pública, sino también a la calidad del medio ambiente. La gestión inadecuada de residuos puede llevar a la contaminación de suelos, aguas y aire, así como a la pérdida de biodiversidad y a la alteración de ecosistemas.

El Parque Industrial de General Deheza, como parte de esta problemática, presenta un escenario donde es crucial entender cómo las empresas manejan sus residuos. La investigación se propone conocer la realidad del tratamiento de residuos en este parque industrial, así como la disposición de las empresas a implementar cambios que minimicen su impacto ambiental. Se plantea que la educación ambiental es un componente clave para lograr un cambio de paradigmas en la gestión de residuos, promoviendo la responsabilidad individual y colectiva en las acciones que se llevan a cabo.

El objetivo principal de este trabajo es, por lo tanto, investigar el manejo de residuos en las empresas del Parque Industrial de General Deheza, evaluando su nivel de conocimiento sobre el tema y su disposición a adoptar prácticas más sostenibles. Se espera que los hallazgos de esta investigación sirvan como base para el desarrollo de planes de mejora que contribuyan a una gestión más eficiente y responsable de los residuos generados

MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología utilizada en esta investigación es de carácter exploratorio y no experimental. Se busca conocer la realidad del manejo de residuos en las empresas del Parque Industrial sin manipular los datos, lo que permite obtener una visión clara y objetiva de la situación actual. Para ello, se diseñó una encuesta (Anexo 1) que se aplicó a los representantes de las 69 empresas que conforman el parque industrial.

La encuesta se realizó a través de Google Forms, lo que facilitó la recolección de datos y permitió que los encuestados respondieron de manera anónima. Antes de la aplicación de la encuesta, se llevó a cabo una visita personal a cada establecimiento para presentar el estudio y proporcionar información sobre su propósito. Este acercamiento fue fundamental para generar confianza y asegurar la participación de los representantes de las empresas.

La población objetivo de la investigación está compuesta por todas las empresas del Parque Industrial de General Deheza, y la muestra representa el 100% de la población. Las preguntas de la encuesta fueron diseñadas para obtener información cualitativa sobre el manejo de residuos, incluyendo aspectos como el conocimiento sobre la clasificación de residuos, las prácticas de reciclaje y reutilización, y la disposición a implementar cambios en sus procesos.

Una vez recolectados los datos, se realizó un análisis sistematizado de las respuestas, relacionando conceptos y acciones concretas. Los resultados se presentaron en gráficos de torta para facilitar la visualización de la información y permitir una mejor comprensión de las tendencias y patrones observados en las respuestas de las empresas. El proceso de investigación tuvo una duración aproximada de 16 semanas, durante las cuales se llevaron a cabo todas las etapas del estudio, desde la planificación hasta el análisis de los datos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A través de la encuesta, se pudo identificar que una gran parte de las empresas no cuenta con un área específica dedicada a la gestión ambiental, lo que puede llevar a un tratamiento deficiente de los residuos generados. Más del 60% de los establecimientos contactados pertenecen al rubro de servicios, lo que implica que la naturaleza de sus residuos puede variar significativamente en comparación con las industrias manufactureras.

Uno de los hallazgos más relevantes es que, aunque un alto porcentaje de los encuestados reconoce que los residuos son materiales en desuso con potencial de recuperación, la implementación de estrategias de reciclaje y reutilización es aún limitada. Esto sugiere que, a pesar de la conciencia sobre la importancia de la gestión de residuos, las empresas no están llevando a cabo acciones concretas para mejorar su tratamiento.

Además, se observó que muchas empresas no están suficientemente informadas sobre la normativa vigente relacionada con la gestión de residuos, lo que resalta la necesidad de capacitación y educación ambiental. La falta de conocimiento sobre las consecuencias de sus prácticas de manejo de residuos es un factor que contribuye a la inacción en este ámbito. Por lo tanto, se concluye que es fundamental implementar programas de formación y sensibilización que permitan a las empresas comprender la importancia de una gestión

adecuada de residuos y las implicaciones de sus acciones en el medio ambiente.

Los resultados también indican que existe una disposición por parte de algunas empresas a realizar cambios en sus prácticas de manejo de residuos, siempre y cuando se les brinde la información y el apoyo necesarios. Esto sugiere que hay un potencial para mejorar la gestión de residuos en el Parque Industrial de General Deheza, siempre que se implementen estrategias adecuadas que fomenten la participación activa de las empresas.

En conclusión, los hallazgos de esta investigación evidencian la necesidad de un diagnóstico exhaustivo sobre el manejo de residuos en cada establecimiento, lo que permitirá establecer responsabilidades claras y fomentar un cambio en las prácticas actuales. La implementación de políticas de educación ambiental y la promoción de buenas prácticas en la gestión de residuos son esenciales para lograr un cambio significativo en la forma en que las empresas del Parque Industrial manejan sus residuos.

Este resumen proporciona una visión más detallada de cada sección solicitada, manteniendo la esencia del contenido original y ampliando la información para acercarse a las 2000 palabras. Si necesitas más detalles o ajustes, no dudes en decírmelo.

REFERENCIAS

Banco Mundial, BIRF-AIF, 2018, COMUNICADO DE PRENSA N.º 2018/037/SURR2018, Recuperado de: <https://www.bancomundial.org/es/news/pressrelease/2018/09/20/global-waste-to-grow-by-70-percent-by-2050-unless-urgent-action-istaken-world-bank-report> -

Brignone, M.C. (2010). Desarrollo de Propuesta de Gestión de Residuos Sólidos Urbanos para San Agustín, Córdoba, Argentina. Recuperado de: <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/11235>

Agustín Córdoba. - Castells X. E. 2009, "Reciclaje de Residuos Industriales, Residuos Sólidos y Fangos de Depuradora", 2 da. edición, Díaz de Santos

Devicenzi A. 2018, Cronista, "Producción de Basura", Recuperado de: <https://www.cronista.com> › ... › residuos

Docentes, D. D. A. (s/f). GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS. Gov.ar. Recuperado de: http://servicios2.abc.gov.ar/lainstitucion/caj/descargas/documentos/edu.ambiental/22.Gesti_on_residuos_solidos_urbanos%20FAMUNI.pdf

Ferrando Sanchez M., Granero Castro J. S.F., Gestión y Minimización de Residuos, Editorial Fundación Confemetal Recuperado de: www.federacionconfemetal.com



Nueva mirada: el liderazgo coach como motor principal de la marca empleadora

AUTORA

Ramírez, Matías Ezequiel
ramirezmati3@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Gestión de Recursos Humanos

REVISIÓN

Esteban, Spontón

RESUMEN

El presente trabajo final tuvo como objetivo conocer la relación que existe entre la marca empleadora, fundada en el marketing de recursos humanos, y el coaching ontológico. Este estudio mantuvo un carácter exploratorio, cualitativo de tipo no experimental y transversal, en el cual a través de la elaboración de entrevistas a los referentes de las organizaciones se logró recopilar información sobre cómo el coaching ontológico ayudan a crear mejores líderes, para así construir una marca empleadora fuerte en las empresas. Los resultados iluminaron que el coaching ontológico ofrece un enfoque poderoso para mejorar la marca empleadora de las empresas. Al promover una cultura de confianza, desarrollo personal y comunicación efectiva, las organizaciones pueden atraer y retener talento de calidad, fortaleciendo así su posición en el mercado laboral. Al invertir en el desarrollo de sus empleados a través del coaching ontológico, las empresas no solo mejoran su reputación como líderes, sino que también se benefician de una fuerza laboral comprometida, motivada y capacitada para enfrentar los desafíos del entorno empresarial actual. Se trata entonces

de crear un atractivo que marque la diferencia desde las relaciones humanas de liderazgo.

PALABRAS CLAVE

Marca Empleadora; Coaching Ontológico; Marketing de Recursos Humanos; Liderazgo

INTRODUCCIÓN

Uno de los retos más importantes de las empresas en la actualidad, es la retención de sus empleados, es por ello que muchas de ellas implementan planes de carrera, programa de bienestar personal (PBM) y programas de valor a los empleados (PVE). Sin embargo, estos tienen un ingrediente mucho más importante: la comunicación asertiva, puesto que es evidente que ninguna suscripción al gimnasio, descuentos o comedor, harán que los empleados permanezcan en la empresa, si su referente es muy exigente y no proporciona un liderazgo acorde a los objetivos colectivos e individuales de sus subordinados. Es por ello que el Coaching ontológico, es una herramienta fundamental en los líderes, por tanto, constituye la piedra angular de la Marca empleadora.

En este sentido fue de suma importancia la investigación realizada por Estrada (2022). Rectificó la influencia de que, en las nuevas generaciones, más precisamente en los centennials, la lealtad de los empleados está puesta en su profesión y no en la empresa, y esta última se posiciona como un medio para un fin. Sus participantes fueron docentes de instituciones educativas privadas, pertenecientes a la generación Z. Este trabajo de investigación nos permite visualizar la importancia de utilizar las herramientas del coaching ontológico, que establecen una alineación de los objetivos de la empresa con los objetivos profesionales del trabajador, para que así, los líderes logren captar y retener talentos a través de sus estrategias, independientemente de la generación a la cual pertenezcan.

Por otro lado, respecto al Coaching ontológico, Carrizo (2018) propuso una investigación, donde ha llevado a cabo una reflexión ontológica acerca de lo que ha sido denominado como “El Castillo”, que representa un espacio de confort y rutina al que muchos individuos se aferran como refugio, protección y seguridad en la vida, y que con el tiempo se convierte en una prisión de la que resulta difícil salir, atando al sujeto a una existencia insatisfactoria e infeliz.

La hipótesis de esta investigación sostiene que el mantenimiento de este estado de confort impide a los seres humanos asumir la responsabilidad por su propia vida y limita su capacidad para comprender los eventos que ocurren a su alrededor. Además propone un marco reflexivo basado en la ontología del lenguaje, que puede ser utilizado por los profesionales del Coaching ontológico e indica que salir del castillo requiere desafiar la percepción de la fragilidad de la vida finita, y entender que la conciencia de la finitud es esencial

para vivir plenamente cada momento de la vida. Asimismo, es importante aprender a confrontar y aceptar la propia soledad para poder construir una vida significativa desde los cimientos.

Por último, Marchesan (2017), se propuso investigar cuales son los aportes que el Coaching ontológico puede brindar a la gestión de recursos humanos y a los líderes de las organizaciones del siglo XXI.

Enfatizó la motivación que brinda el Coaching ontológico ya que cuando se implementa un liderazgo tradicional o rígido, raramente se puedan obtener resultados exitosos porque no se está trabajando con el potencial de cada persona y no se centra en solucionar los conflictos que pudieren existir en una organización, sino en las metas productivas de ella, ya que el Coaching ontológico permite interrelacionar distintas herramientas con el propósito de motivar a que cada persona desarrolle su habilidad y competencia y transforme ese obstáculo en una oportunidad.

En el contexto organizacional actual, ha surgido una figura cada vez más importante: la del gerente-coach. Este rol se refiere a un tipo de liderazgo que se basa en brindar apoyo y facilitar el desarrollo del trabajo de los miembros de un equipo, en línea con los objetivos establecidos por la empresa u organización. El gerente-coach es un perfil directivo que tiene como objetivo generar un ambiente de trabajo propicio para el crecimiento y el logro de metas en conjunto. (Echeverría, 2011).

A su vez, Echeverría (2008) expone que, el Coaching ontológico profesional es una disciplina que, a través del uso del lenguaje, la corporalidad, la emocionalidad y la intuición, desafía paradigmas culturalmente arraigados, con el propósito de facilitar el accionar efectivo y bienestar de las personas y equipos, en un marco de respeto y compromiso.

Por otra parte en lo que respecta a marca empleadora, Ambler y Barrow (1996) dan una definición de este término. Según estos autores, consiste en el conjunto de beneficios funcionales, económicos y psicológicos proporcionados por el empleo e identificados con la empresa empleadora. Además, sostienen que la función principal del employer brand es proporcionar un aumento en la productividad y mejorar el reclutamiento, la retención y el compromiso.

Alles (2014) da una definición del concepto, dice que la marca empleadora implica construir una imagen positiva en el mercado, conseguir una reputación como buen empleador tanto para los colaboradores actuales como para los futuros.

MATERIALES Y MÉTODO

En el diseño del estudio, se utilizó un alcance exploratorio basado en un enfoque cualitativo. Esto nos lleva a un diseño no experimental y transversal.

Se utilizó la guía de pautas como instrumento de medición, empleando una entrevista, la cual, es una herramienta que reviste de gran importancia en el ámbito de la investigación, ya que permite obtener la perspectiva del entrevistado y acceder directamente a la fuente de información con el fin de dirigirla hacia los objetivos de interés del investigador. En el presente caso, el objetivo de las entrevistas es profundizar en la comprensión de las percepciones, sentimientos y pensamientos de los sujetos en su entorno laboral. Para lograr este objetivo, se llevaron a cabo entrevistas con referentes de recursos humanos de cada organización.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Marketing de Recursos Humanos: el uso de marketing de recursos humanos varía entre las empresas analizadas. Algunas compañías han logrado integrar las áreas de marketing y recursos humanos, utilizando herramientas como el Net Promoter Score (NPS) para medir la satisfacción y lealtad de los empleados. Sin embargo, en otras empresas, estas áreas operan de manera independiente, lo que dificulta la cohesión entre la experiencia interna de los empleados y la imagen externa proyectada.

Coaching Ontológico y Marca Empleadora: el coaching ontológico se destaca como una herramienta clave para fortalecer la marca empleadora. Las empresas que implementan programas de coaching para sus líderes, como el “Liderazgo en Acción”, logran desarrollar un ambiente laboral más positivo, lo que incrementa la retención del talento. Por el contrario, las empresas que no aplican este enfoque experimentan mayores dificultades para generar un clima organizacional positivo y una alta motivación entre sus empleados.

Liderazgo: las empresas con liderazgo coach demuestran un mayor éxito en términos de compromiso y motivación de los empleados. Este tipo de liderazgo, basado en el desarrollo emocional y la colaboración, se adapta a las necesidades individuales de los trabajadores, lo que favorece un ambiente de aprendizaje continuo. Las organizaciones con estilos de liderazgo más tradicionales, como el burocrático, reportan menores niveles de motivación y un ambiente de trabajo menos colaborativo.

Los resultados de este estudio confirman el papel fundamental del coaching ontológico en el fortalecimiento de la marca empleadora y la mejora del liderazgo dentro de las organizaciones. El coaching ontológico, al enfocarse en el desarrollo personal y emocional de los empleados, promueve una cultura organizacional basada en la confianza, el aprendizaje continuo y la colaboración. Este tipo de liderazgo resulta especialmente efectivo para generar un ambiente de trabajo positivo y comprometido, lo que contribuye a una mayor retención del talento y una mejor reputación como empleador.

Una de las principales conclusiones es que las empresas que implementan el coaching

ontológico no sólo logran mejorar la relación entre líderes y empleados, sino que también generan un ambiente de trabajo donde los empleados se sienten valorados y motivados a crecer. Esto, a su vez, se refleja en una mayor lealtad hacia la empresa, ya que los empleados perciben que sus necesidades y aspiraciones profesionales son atendidas. Además, el coaching ontológico permite a los líderes adaptarse a las particularidades de cada individuo, creando relaciones más personalizadas y efectivas.

El estudio también resalta la importancia de integrar el coaching ontológico con las estrategias de marketing de recursos humanos. Las empresas que logran esta integración obtienen una mayor coherencia entre la experiencia interna de los empleados y la imagen externa que proyectan al mercado laboral. Esto refuerza su reputación como empleadores atractivos y les permite diferenciarse de la competencia. Sin embargo, se identificó que muchas empresas aún no han aprovechado al máximo esta combinación de herramientas, lo que representa una oportunidad de mejora.

Por otro lado, la investigación sugiere que el coaching ontológico puede ser una solución eficaz para abordar los desafíos actuales en la gestión del talento. Las organizaciones que adoptan esta metodología no solo incrementan la motivación y el compromiso de sus empleados, sino que también fomentan un entorno de trabajo más colaborativo y resiliente, capaz de enfrentar mejor los cambios del entorno empresarial. En cambio, las empresas que mantienen enfoques de liderazgo más tradicionales, como el liderazgo burocrático, presentan mayores dificultades para retener el talento y generar una cultura organizacional positiva.

El estudio enfatiza sobre la importancia de crear una marca empleadora fuerte que marque la diferencia desde el coaching ontológico, entonces pone todo su foco en el aspecto “psicológico” del concepto brindado por Ambler y Barrow (1996). Las empresas de hoy están dejando de lado este aspecto psicológico, para únicamente enfocarse en los aspectos funcionales, y económicos, los cuales no hay que dejar de lado, sino que además hay que incluir en lo que respecta a la marca empleadora su piedra angular: el aspecto psicológico.

En resumen, el coaching ontológico y el marketing de recursos humanos constituyen herramientas complementarias que, cuando se integran correctamente, fortalecen tanto el liderazgo como la marca empleadora. Las empresas que invierten en estas áreas logran un mayor alineamiento entre los valores organizacionales y las expectativas de los empleados, mejorando así su capacidad para atraer y retener talento de calidad. No obstante, el estudio revela que aún queda un gran potencial por explotar en esta sinergia, y las empresas que den el siguiente paso en la integración de estas estrategias estarán mejor posicionadas para enfrentar los desafíos del mercado laboral.

Ambler, T. y Barrow, S. (1996) The Employer Brand, Journal of Brand Management. Londres: Panagra working paper.

Alles, M. (2014) La marca Recursos Humanos: Cómo lograr prestigio dentro de la organización. Buenos Aires: Granica.

Carrizo, A. (2018) De la intolerancia metafísica a la ética ontológica. Buenos Aires. Universidad San Sebastián.

Echeverría, Rafael (2011). Ética y Coaching ontológico. Santiago de Chile: JC Saez.

Echeverría, Rafael (2008). Ontología del lenguaje. Santiago de Chile: JC Sáez.

Estrada, D. (2022). La marca empleadora y su influencia sobre la generación Z. Buenos Aires: Universidad Siglo 21.

Marchesan, C. (2017). Los Aportes del Coaching Ontológico al Desarrollo del Liderazgo Empresarial. Argentina: Universidad Siglo 21.



La potencialidad turística con relación al tanatoturismo del Hospital Colonia Santa María de Punilla

AUTOR

Álvarez Brusa, Nahuel Nicolás
nahuelalvareznahu254@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Gestión Turística

REVISIÓN

Mariana, Frandino

RESUMEN

Esta investigación evaluó la potencialidad turística del Hospital Colonia Santa María de Punilla, Provincia de Córdoba, como recurso cultural representativo del tanatoturismo en la región. A través de un enfoque cualitativo y exploratorio, se analizó la atractividad, aptitud y accesibilidad del hospital mediante entrevistas, análisis de contenido y relevamiento turístico. Los resultados indicaron que, aunque el hospital posee un alto valor histórico y cultural, y es considerado atractivo dentro del contexto del tanatoturismo, la percepción negativa de la comunidad local, derivada de su trágica historia, limita su viabilidad como destino turístico.

En conclusión, el hospital tiene potencial como recurso representante del tanatoturismo, pero enfrenta barreras en términos de aptitud y accesibilidad.

PALABRAS CLAVE

Tanatoturismo, turismo oscuro, recurso cultural, potencialidad turística



Fuente: <https://www.alquilerargentina.com/blog/tips/el-hospital-santa-maria-de-punilla-y-su-historia.html>

INTRODUCCIÓN

Este trabajo analiza el valor patrimonial del Hospital Colonia Santa María de Punilla, en Córdoba, Argentina, conocido históricamente como Hospital de Tuberculosos u Hospital Psiquiátrico Santa María de Punilla. Se estudia su potencial turístico bajo el enfoque del tanatoturismo, una tipología que asocia el turismo con lugares vinculados a la muerte y tragedias. A través de este análisis, se busca determinar su viabilidad como recurso turístico tanto para la localidad como para el desarrollo del turismo oscuro.

El patrimonio cultural, entendido como el conjunto de bienes materiales e inmateriales de una sociedad, guarda una relación estrecha con la identidad y cultura local. Su preservación y uso turístico pueden fomentar su valorización y disfrute por las comunidades y visitantes. En este contexto, el patrimonio inmaterial, tal como lo define la UNESCO (2003), incluye las prácticas, representaciones y expresiones que se transmiten de generación en generación, aportando un sentimiento de continuidad e identidad a las comunidades.

El Hospital de Punilla, con su carga histórica de muerte y sufrimiento, especialmente en relación con la tuberculosis y su uso como centro de detención durante la dictadura militar, representa un recurso significativo desde el punto de vista del turismo oscuro. Este tipo de turismo, según Lennon y Foley (1996), atrae a aquellos interesados en experiencias relacionadas con la muerte y el sufrimiento, ofreciendo un potencial considerable para la localidad si se gestionan adecuadamente sus aspectos atractivos, accesibilidad y aptitud.

El objetivo de esta investigación es analizar la potencialidad del Hospital Colonia Santa María de Punilla como recurso turístico, evaluando su valor histórico y cultural, y determinando su grado de atractividad, aptitud y accesibilidad como destino de tanatoturismo. Las conclusiones contribuirán a entender cómo el turismo puede ser una herramienta para la revitalización del patrimonio cultural y el desarrollo económico local.

Figura 2: Morgue del Hospital



Fuente: Elaboración propia.

MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación fue exploratoria debido a la falta de estudios previos sobre el Hospital Colonia Santa María de Punilla, y adoptó un enfoque cualitativo para evaluar tanto su valor como ícono cultural como su potencial como recurso turístico. El diseño fue no experimental y transversal, analizando el objeto sin manipular sus variables en un único momento.

La unidad de análisis fue el Hospital Colonia Santa María de Punilla, donde se evaluaron su valor patrimonial y su potencial turístico. Se utilizó una muestra no probabilística intencional, realizando entrevistas a un profesional de la salud, un periodista local, y un docente, todos vinculados al objeto de estudio.

Se emplearon tres técnicas de recolección de datos: análisis de contenido, entrevistas en profundidad y relevamiento turístico. El análisis de contenido abarcó textos, artículos históricos, expedientes y documentos relacionados con el tema. Las entrevistas se realizaron a personas con responsabilidad o conocimiento del hospital. El relevamiento turístico si-

guió el modelo de ficha técnica propuesto por Domínguez de Nakayama (1997), evaluando aspectos de atractividad, aptitud y accesibilidad del bien cultural.

El análisis se dividió en dos fases: en la primera, se describieron las características intrínsecas del hospital como ícono cultural, basándose en datos primarios y secundarios. En la segunda fase, el relevamiento turístico evaluó las dimensiones de atractividad, aptitud y accesibilidad según el modelo de Domínguez de Nakayama.

Figura 3: Pabellón deteriorado por el tiempo



Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El objetivo general de esta investigación fue evaluar la potencialidad turística del Hospital Colonia Santa María como recurso representante del tanatoturismo. Se identificó que el hospital presenta elementos históricos y culturales significativos que lo vinculan al concepto de tanatoturismo (Lennon y Foley, 1999). En este sentido, se encontraron indicios históricos que relacionan al hospital con trágicas muertes causadas por la tuberculosis durante las primeras décadas del siglo XX, así como historias vinculadas a su uso como centro de internación psiquiátrica, donde la población local experimentó miedo y rechazo hacia los internos. Además, la investigación reveló que el hospital fue utilizado como centro clandestino de detención durante la dictadura militar argentina, lo que intensifica su potencialidad turística al atraer a consumidores interesados en experiencias relacionadas con tragedias y sufrimiento.

Las entrevistas realizadas a personas cercanas al hospital proporcionaron perspectivas valiosas sobre su importancia cultural e histórica. Los entrevistados coincidieron en que el hospital simboliza una etapa de la historia que no debe repetirse, aunque también expresaron opiniones encontradas sobre su explotación turística. Esta ambivalencia refleja una realidad común en lugares vinculados al tanatoturismo, donde muchos ciudadanos defienden la idea de que estos sitios deben ser recordados para aprender de ellos, mientras que otros consideran que deberían ser olvidados.

En relación al valor patrimonial que el hospital representa, se observó que tiene una gran cantidad de elementos históricos vinculados al tanatoturismo. Sin embargo, el estudio también identificó debilidades, como la falta de información confiable sobre el hospital y la ausencia de antecedentes significativos en la literatura hispanohablante sobre el tanatoturismo. A pesar de esto, los antecedentes encontrados son enriquecedores y aportan información de calidad.

La evaluación de la atractividad, la aptitud y la accesibilidad del Hospital Colonia Santa María de Punilla indica que, aunque presenta un gran valor cultural, su infraestructura deteriorada limita el acceso seguro de los visitantes. Actualmente, no se encuentra apto para permitir el ingreso libre debido a riesgos de derrumbe y falta de condiciones de seguridad. Sin embargo, su atractivo arquitectónico sugiere que una remodelación podría facilitar su utilización como recurso turístico.

Con respecto a los aspectos metodológicos, se recomienda realizar entrevistas personales a los residentes de Santa María de Punilla, ya que su perspectiva puede ser crucial para comprender la historia y la cultura que rodea al hospital. También es aconsejable llevar a cabo encuestas para determinar el nivel de aceptación de la comunidad hacia el desarrollo del tanatoturismo en la zona.

En conclusión, el Hospital Santa María de Punilla representa un recurso cultural significativo para la localidad. Su historia, marcada por la tuberculosis, la internación psiquiátrica y la dictadura militar, ofrece una rica narrativa que puede ser aprovechada para el desarrollo del tanatoturismo. No obstante, es fundamental abordar las preocupaciones de seguridad y accesibilidad para garantizar una experiencia turística respetuosa y enriquecedora. Se sugiere invertir en la mejora del estado del inmueble y proporcionar un entorno seguro para los futuros visitantes.

REFERENCIAS

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). (2003). Texto de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. Recuperado de: <https://ich.unesco.org/es/convenci%C3%B3n>

Lennon, J. J., Foley, M. (1999). Interpretation of the unimaginable: the US Holocaust Memorial Museum, Washington, DC, and "dark tourism". *Journal of Travel Research*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7952162>

Domínguez de Nakayama, L. (1997). Relevamiento turístico: Propuesta metodológica para el estudio de una unidad territorial. Santa Fe, AR: Centro de Estudios Turísticos.



Proyecto de desarrollo de producto turístico en finca La Emilia

AUTORA
Cárcamo, Micaela Agustina
micaacarcamo@gmail.com

CARRERA
Licenciatura en Gestión Turística

REVISIÓN
Esteban, Spontón

RESUMEN

En el presente trabajo se propone el desarrollo de un producto turístico en Finca la Emilia, utilizando su potencial turístico que actualmente no está siendo aprovechado. Los estudios realizados indican que el entorno y la situación de la empresa son favorables para la implementación del proyecto, que beneficiará tanto a la finca como a la comunidad, diversificando la oferta turística y reduciendo la estacionalidad. En cuanto a la experiencia turística planteada se propone una visita guiada por los viñedos y la bodega, donde los visitantes participarán en actividades del proceso de producción y finalizarán con una degustación. El proyecto abarca desde la planificación del circuito hasta su promoción, ejecución y evaluación.

PALABRAS CLAVE

Turismo enológico; Puesta en valor de recursos; Diseño de experiencia turística

INTRODUCCIÓN

Finca La Emilia, fundada a mediados de los noventa y ubicada en la zona rural de Colonia Caroya, Córdoba, forma parte de los Caminos del Vino de la provincia.

Es una Pyme familiar que valora la transmisión de saberes de generación en generación y se dedica a la producción de vinos artesanales a pequeña escala. Destaca por mantener viva la tradición vitivinícola de los friulanos, enfocándose en ofrecer productos de calidad a buen precio. Reconocida por sus vinos premiados, busca evolucionar hacia un establecimiento boutique que respete la tradición y se adapte a los nuevos tiempos.

El turismo enológico en Argentina tiene un gran potencial que actualmente está subutilizado en regiones propicias, como es el caso de Finca la Emilia. También se identifican problemas de estacionalidad en la región, junto con una predominancia de trabajos temporales en lugar de permanentes. Esto puede provocar una alta rotación de personal, afectando el profesionalismo y disminuyendo la calidad del producto ofrecido. El proyecto busca aprovechar ese potencial a través de una propuesta de inserción turística que ponga en valor los recursos de la finca.

La implementación de este proyecto es fundamental para aprovechar el potencial turístico de la finca, generando beneficios tanto para la empresa como para la comunidad local. Uno de los principales beneficios será el incremento de ganancias a través del turismo. Además, este impacto económico no solo beneficiará a la finca, sino que también creará un efecto multiplicador para los negocios de la zona, mejorando así la situación de la comunidad en general.

Se espera que la llegada de turistas aumente el flujo turístico en la región, promoviendo la tradición vitivinícola y resaltando la cultura e historia local. Este proyecto también contribuirá a diversificar y desestacionalizar la actividad turística, ofreciendo nuevas oportunidades de empleo formal que beneficiarán a la comunidad.

MATERIALES Y MÉTODOS

El desarrollo de un producto turístico en la finca se presenta como una opción altamente favorable, respaldada por los antecedentes de investigaciones sobre enoturismo y la creación de experiencias turísticas.

En primer lugar, Quesada (2015) resalta el creciente interés por el turismo enológico. Este tipo de turismo no solo contribuye a posicionar el destino en el mercado, sino que también genera un impacto económico positivo en áreas rurales.

Además, se toma como guía la investigación de Carballo et al. (2015). Este estudio proporciona un análisis exhaustivo sobre el desarrollo y la comunicación de experiencias turísticas, incluyendo una matriz diseñada para facilitar la creación de tales experiencias.

DIAGNÓSTICO Y DISCUSIÓN

La importancia del proyecto radica en abordar la situación actual de Finca la Emilia, transformando los desafíos que se presentan en oportunidades para maximizar su potencial turístico.

El caso de estudio es relevante para el sector turístico, ya que busca maximizar los recursos de la finca, beneficiando tanto a la empresa como a la región y diversificando la oferta turística. Sin embargo, la empresa opera en un entorno de inestabilidad económica que limita su inversión y oportunidades comerciales.

A pesar de estos desafíos, la tendencia hacia prácticas sostenibles y los avances tecnológicos ofrecen oportunidades para mejorar procesos y calidad. Las fortalezas de la finca incluyen la alta calidad de su materia prima y su reconocimiento local, aunque carece de un plan de marketing lo que limita su visibilidad.

Si no se implementa esta propuesta, la finca perderá la oportunidad de diversificar su oferta y entrar en un nuevo nicho de mercado. También es crucial que la empresa identifique amenazas externas, como condiciones climáticas adversas y la competencia, para diseñar estrategias que aprovechen las oportunidades y mitiguen los riesgos.

PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

La propuesta del proyecto consiste en crear una visita guiada por las instalaciones de Finca La Emilia, donde se explicará el proceso de producción del vino y se destacará la rica historia de su técnica de cultivo. La experiencia incluirá un recorrido en bicicleta por los viñedos y la oportunidad de participar en actividades de embotellado y etiquetado personalizado, permitiendo a los turistas llevarse un recuerdo único de su visita. Al finalizar, se ofrecerá una degustación de vinos exclusivos acompañada de quesos y salames locales en el sótano.

La frecuencia de las visitas se ajustará según la demanda, comenzando en temporada alta con visitas diarias en cuatro horarios (dos por la mañana y dos por la tarde), con una capacidad máxima de 10 personas por turno. Estas visitas, guiadas por un especialista, tendrán una duración aproximada de 2 horas y media. En temporada baja, se ofrecerán sólo dos turnos, uno por la mañana y otro por la tarde, limitándose a fines de semana y feriados.

El proyecto tiene un alcance temporal de un año para desarrollar las actividades necesarias para su implementación, y su ámbito será el predio de Finca La Emilia. La gerencia de la empresa será la encargada de llevar a cabo la propuesta.

ACCIONES ESPECÍFICAS

Para la implementación de este proyecto, se establece un objetivo general: desarrollar la oferta turística de Finca La Emilia mediante la creación de un circuito turístico. A partir de este objetivo, se definen objetivos específicos que facilitarán su cumplimiento:

1. Diseñar una propuesta de inserción turística que ponga en valor el proceso productivo de la empresa.
2. Promocionar el producto turístico utilizando diversas herramientas de marketing disponibles.

Cada uno de estos objetivos específicos incluye una serie de acciones que permitirán alcanzar el objetivo general de manera efectiva.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En una empresa con recursos valiosos como Finca la Emilia, desarrollar un producto turístico es la opción más adecuada para ingresar al sector y lograr un posicionamiento y reconocimiento en la región.

La implementación de esta propuesta también valoriza el trabajo artesanal, ya que al ser una empresa familiar, se enfoca en la producción a pequeña escala y en respetar los métodos de cultivo tradicionales.

Un aspecto destacado de la visita guiada es que no solo busca generar beneficios económicos, sino que también tiene un enfoque educativo, permitiendo a los turistas llevarse información valiosa sobre la historia del lugar, las técnicas de cultivo y los conceptos básicos del enoturismo. Por ello, se plantean diversas actividades recreativas para involucrar al visitante de manera activa en la experiencia, en lugar de ser un mero espectador.

Una vez implementada la propuesta, se pueden incorporar varias recomendaciones para enriquecerla. Se sugiere vincular formalmente la empresa a la ruta del vino de la región y colaborar con otras bodegas en acciones conjuntas. También se pueden organizar eventos temáticos en fechas patrias, donde el personal se vista acorde y se ofrezcan degustaciones de comidas típicas.

Para fortalecer el enfoque educativo, se propone un juego didáctico al final del recorrido, en el que los visitantes puedan participar y ser premiados por sus respuestas correctas. Además, se recomienda realizar capacitaciones y charlas con enólogos profesionales, dirigidas tanto al público general como a empresas.

A largo plazo, sería beneficioso incorporar una oferta gastronómica que permita a los visitantes disfrutar de almuerzos o cenas en el lugar, brindando así un servicio más completo.

Carballo Fuentes, R; Moreno-Gil, S; León González, C; y Brent Ritchie, J.R. (2015). “La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación”. Cuadernos de Turismo, n. 35, pp. 71-94. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39838701003>

Quesada, M. (2015). Enoturismo, una propuesta de valor en la estrategia de promoción internacional de Turespaña. Revista Terruños, vol. 25, pp. 4 -9. Recuperado de: <https://culturadelvino.org/fcv/wp-content/uploads/pdf/publicaciones/terrunos25.pdf>



Hallyu, el impacto de la ola coreana en el turismo

AUTORA
Leguizamón, María José
mariajoseleguizamón96@gmail.com

CARRERA
Licenciatura en Gestión Turística

REVISIÓN
Esteban, Spontón

RESUMEN

Hallyu, la ola de la cultura popular coreana, ha tenido un impacto significativo en el turismo receptivo de Corea del Sur. Este estudio investigó el vínculo entre la Hallyu y el desarrollo turístico del país, así como las oportunidades y desafíos asociados. Se examinaron las estrategias utilizadas por Corea del Sur para promover la Hallyu y su efecto en la atracción de turistas internacionales, a través de una revisión de literatura y la recopilación de datos mediante encuestas a turistas latinoamericanos. Los resultados destacaron la estrecha relación entre la Hallyu y el turismo, demostrando que los servicios turísticos ofrecidos en Corea del Sur satisfacen las diversas necesidades de los turistas. Se identificaron oportunidades de desarrollo, como la diversificación de la oferta mediante programas temáticos, la ampliación de la estada y la exploración de otras ciudades. Sin embargo, también se identificaron desafíos, como la accesibilidad económica, la sostenibilidad a largo plazo y la gestión del flujo turístico. En conclusión, Corea del Sur ha utilizado eficazmente su poder blando a través de la Hallyu para establecer conexiones internacionales y promover una imagen positiva del país. Se sugiere que otros países podrían considerar utilizar a sus

figuras influyentes en la industria del entretenimiento para atraer al turismo receptor y aprovechar sus propios activos culturales. Para ello, es fundamental que el sector privado y el Estado trabajen juntos para lograr un poder blando similar al de Corea del Sur.

PALABRAS CLAVE

Hallyu; Ola Coreana; Turismo receptivo; Poder blando; Desarrollo turístico.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación examina la relación entre la Hallyu y el turismo, analizando cómo este fenómeno cultural ha influido en la decisión de los turistas internacionales de visitar Corea del Sur. La globalización ha facilitado la difusión de la cultura popular, convirtiendo a la Hallyu, caracterizada por el K-Pop, los K-Dramas, la moda, el cine, la gastronomía, etc. en un atractivo turístico clave y en una parte integral de la identidad cultural surcoreana. Esto ha llevado a un aumento significativo del turismo en el país, impactando positivamente su economía y sirviendo como una herramienta de poder blando.

Estudios diversos como los realizados por Bae et al. (2017), Cantú Moya (2020), y Lim & Giouvris (2017), han demostrado que la Hallyu es un factor decisivo en la elección de Corea del Sur como destino, atrayendo a visitantes interesados en experimentar la cultura coreana. Este fenómeno se enmarca en el turismo cultural, centrado en el interés de los visitantes por aprender y disfrutar de los atractivos culturales de un destino. La investigación también sugiere que el éxito de la Hallyu podría inspirar a otros países a desarrollar estrategias similares para promover su propia cultura y entretenimiento dentro de la industria turística.

MATERIALES Y MÉTODOS

En esta investigación se adoptó un enfoque descriptivo para analizar la relación entre la cultura popular surcoreana (Hallyu) y el turismo en Corea del Sur. Se utilizó un enfoque mixto que combinó datos cuantitativos, obtenidos a través de encuestas, y datos cualitativos para una comprensión integral del fenómeno. El diseño no experimental permitió observar a los turistas en su entorno natural, sin manipulación directa. La investigación fue transversal, limitada a un período específico.

Los participantes fueron seleccionados mediante muestreo aleatorio simple, centrándose en turistas latinoamericanos motivados por la Hallyu. Las encuestas incluyeron preguntas tanto abiertas como cerradas para recoger percepciones y datos específicos sobre su experiencia.

El análisis de datos combinó técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales, explo-

rando variables como la exposición a la Hallyu, intención de volver, el gasto turístico, y la percepción de calidad de los servicios. Esto permitió identificar la influencia de la Hallyu en el comportamiento y decisiones de los turistas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigación reveló la significativa influencia de la Hallyu en el turismo de Corea del Sur. El 90% de los turistas encuestados estaban familiarizados con la Hallyu tras su viaje, indicando una fuerte exposición a este fenómeno cultural. Además, el 80% visitó otras ciudades, motivados por la Hallyu, más allá de Seúl. A pesar de esta exposición, el 40% optó por no participar en actividades directamente relacionadas con la Hallyu.

Los participantes evaluaron positivamente su experiencia, destacando la calidad de los servicios de transporte, la accesibilidad económica de la comida y la amabilidad de la comunidad. Sin embargo, un 20% indicó que probablemente no regresaría y un 10% no recomendaría Corea del Sur como destino turístico.

La Hallyu presenta oportunidades para diversificar la oferta turística, con programas temáticos como recorridos por lugares de grabación y visitas a estudios de K-Pop. El hecho de que el 50% de los turistas extendiera su estadía más de 15 días refuerza la posibilidad de una experiencia más integral. Sin embargo, los altos costos de alojamiento podrían ser un desafío para algunos turistas. Esta investigación sugiere la necesidad de mantener la calidad y satisfacer las expectativas de los turistas para garantizar la sostenibilidad a largo plazo de esta tendencia.

Los resultados indican que existe una relación significativa entre la Hallyu y el aumento de turistas en Corea del Sur. La popularidad global de productos culturales surcoreanos ha generado un creciente interés en el país como destino turístico. Ejemplos notables incluyen el grupo K-pop BTS, que en 2017 inspiró a uno de cada 13 turistas a visitar Corea del Sur, contribuyendo también al PIB del país. La atracción por la cultura pop coreana ha dado lugar a una diversificación de la oferta turística, como visitas a locaciones de K-dramas o eventos relacionados con la Hallyu, extendiendo la estadía de los turistas y promoviendo la exploración de ciudades más allá de Seúl.

Este fenómeno no solo ha beneficiado la economía turística, sino que también ha ayudado a proyectar una imagen positiva de Corea del Sur a nivel internacional. Políticas gubernamentales efectivas han jugado un papel clave en el apoyo y promoción de la Hallyu, ayudando a consolidar su éxito global y su impacto en el turismo. Sin embargo, la investigación también identifica desafíos importantes. Entre ellos, los altos costos de alojamiento y servicios pueden limitar el acceso de ciertos turistas, particularmente de regiones como América Latina. Además, es fundamental diversificar las actividades turísticas para

garantizar la sostenibilidad a largo plazo del interés en la Hallyu y gestionar adecuadamente el flujo de turistas para evitar la sobrecarga en los destinos más populares.

En este trabajo, se resalta la importancia del apoyo estatal y de políticas adecuadas para maximizar el impacto positivo de la Hallyu en el turismo y la economía del país. La investigación también destaca la importancia de realizar estudios más extensos y diversos para entender mejor el impacto de la Hallyu en diferentes segmentos de turistas y en distintos contextos culturales. Se recomienda llevar a cabo estudios longitudinales para evaluar el impacto a largo plazo de la Hallyu, así como analizar la percepción de los residentes locales sobre el aumento del turismo relacionado con la cultura pop surcoreana.

En este trabajo se resalta la importancia del apoyo estatal y de políticas adecuadas para maximizar el impacto positivo de la Hallyu en el turismo y la economía del país. La investigación también destaca la importancia de realizar estudios más extensos y diversos para entender mejor el impacto de la Hallyu en diferentes segmentos de turistas y en distintos contextos culturales. Se recomienda llevar a cabo estudios longitudinales para evaluar el impacto a largo plazo de la Hallyu, así como analizar la percepción de los residentes locales sobre el aumento del turismo relacionado con la cultura pop surcoreana.

En conclusión, la Hallyu ha demostrado ser un poderoso motor para atraer turismo a Corea del Sur, convirtiéndose en un ejemplo exitoso de cómo el “poder blando” puede utilizarse para promover la economía y la imagen de un país. Para maximizar su potencial, se sugiere implementar políticas que mejoren la accesibilidad económica del país, diversifiquen las ofertas turísticas y promuevan prácticas sostenibles que beneficien tanto a visitantes como a la población local. Este modelo podría servir de inspiración para otros países, como Argentina, que desean utilizar sus activos culturales para atraer turismo y promover su imagen a nivel internacional.

REFERENCIAS

Bae, E.-s., Chang, M., Park, E.-S., & Kim, D.-c. (2017). The effect of Hallyu on tourism in Korea. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*.

Cantú Moya, A. F. (2020). La corriente Hallyu: un vendedor del turismo experiencial cultural. *Revisión literaria & estudio del caso empírico experimental. XIV Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo*.

Lim, S., & Giouvriv, E. (2017). Tourist arrivals in Korea: Hallyu as a pull factor. *Current Issues In Tourism*, 1-32.



La potencialidad de la música y la danza folklórica como recurso turístico de la Patagonia Argentina

AUTORA
Tranche, María José
mariajosetranche@gmail.com

CARRERA
Licenciatura en Gestión Turística

REVISIÓN
Mariana, Frandino

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo analizar el valor patrimonial de la música y la danza folklórica con el fin de determinar su potencialidad turística como recurso cultural inmaterial de la Patagonia Argentina. A partir de ello, el estudio tuvo un alcance exploratorio bajo un enfoque cualitativo dentro del cual se pudo, por un lado, identificar elementos constitutivos y, por el otro, evaluar la atractividad, aptitud y accesibilidad para establecer el potencial como recurso turístico en la Patagonia Argentina. Se utilizaron técnicas de recolección de datos tales como análisis de contenido, relevamiento turístico y entrevistas en profundidad. Con relación a los resultados obtenidos, se pudo concluir que la música y la danza folklórica de la Patagonia Argentina poseen importancia debido a la cantidad de elementos constitutivos y culturales que comprenden, y que son propios de los pueblos mapuches y tehuelches que habitan y habitaron la Patagonia. Se arribó a la conclusión que la música y la danza folklórica de la Patagonia Argentina fomentan la identidad y el sentido de pertenencia en relación con la historia y la cultura de la región, por lo que posee valor

simbólico y un potencial turístico que puede enriquecer la oferta turística y cultural de la Patagonia Argentina.

PALABRAS CLAVE

Potencialidad turística, valor patrimonial, patrimonio cultural inmaterial, música folklórica, danza folklórica.

INTRODUCCIÓN

La investigación analiza la potencialidad turística de la música y danza folklórica en la Patagonia Argentina, considerándolas patrimonio cultural inmaterial. Se propuso identificar los elementos constitutivos de estas manifestaciones y evaluar sus niveles de atracción, aptitud y accesibilidad, así como su capacidad para convertirse en un recurso turístico significativo.

El patrimonio cultural es un referente que sirve a las comunidades como elemento de contacto con la identidad de los pueblos y su cultura abarcando una amplia gama de manifestaciones, tanto materiales (monumentos, obras de arte) como inmateriales, que incluyen “usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural” (Unesco, 2003, p. 1). Este concepto engloba aquellas manifestaciones que actualmente se encuentran en peligro de ser abandonadas en el olvido, esto se debe a la acentuada fragilidad que presenta en cuanto a perdurar en el tiempo, ya que, si estas manifestaciones no poseen un soporte para mantenerse y trascender temporalmente, siendo descuidadas, acabarán relegadas a su ausencia.

La noción de folclore se relaciona estrechamente con estas manifestaciones culturales. Según Fernández Chiti (2003), el folclore incluye el patrimonio de la cultura tradicional de un pueblo, abarcando danzas, música, festividades, y tradiciones orales, entre otros. La danza folklórica se complementa con la música, formando un conjunto que refleja la identidad de los pueblos y narra historias sobre sus comunidades, rituales y procesos migratorios.

Domínguez de Nakayama (1997) establece que para que un elemento cultural sea considerado un recurso turístico, debe cumplir con ciertos requisitos:

- **Atractividad:** Cualidades intrínsecas que dependen de la autenticidad y el valor estético, junto con el conocimiento del usuario sobre el bien.
- **Aptitud:** Relacionada con la capacidad de uso y la satisfacción que proporciona al usuario.
- **Accesibilidad:** Involucra la disponibilidad física, temporal y administrativa del recurso.

A través del análisis de estas variables, se puede determinar la potencialidad turística de las manifestaciones culturales.

El estudio propuesto tuvo como objetivo principalmente analizar el valor patrimonial de la música y danza folklórica en la Patagonia Argentina para determinar su potencial turístico como recurso cultural inmaterial, identificando los elementos constitutivos de la música y danza folklórica como manifestaciones representativas e identitarias de la región. Como así también, evaluar los niveles de atractividad, aptitud y accesibilidad que poseen estas manifestaciones para establecer su potencial como recursos turísticos.

Se revisaron antecedentes de investigaciones académicas sobre el patrimonio cultural inmaterial que remarcan la importancia de tradiciones como el flamenco en Andalucía y el tango en Buenos Aires, demostrando cómo la preservación de estas costumbres puede generar beneficios económicos y sociales

Se destacó la relevancia de la música y danza folklórica en la actividad turística de la Patagonia, subrayando su conexión con la cultura y los valores tradicionales de la región. Además, se plantea que la experiencia turística no debe limitarse a atractivos materiales o naturales, sino que también debe incluir un aprendizaje sobre las tradiciones y costumbres locales, fomentando el respeto por la diversidad cultural.

En conclusión, este estudio proporciona un marco para comprender cómo la danza y música folklórica pueden integrarse en el desarrollo turístico, social y cultural de la Patagonia Argentina, contribuyendo a una oferta turística más enriquecedora y diversa.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente trabajo es un estudio de tipo exploratorio y se centra en el patrimonio cultural inmaterial, el turismo, y la música y danza folklórica de la Patagonia Argentina, áreas que necesitan un estudio más profundo y detallado. Se adoptó un enfoque cualitativo, valorando estas manifestaciones tanto como patrimonio cultural como recursos turísticos, con un diseño no experimental y transversal, que permitió la recolección de datos en un solo momento.

Las unidades de análisis fueron la música y danza folklórica, seleccionadas mediante una muestra no probabilística que limitó la generalización de los resultados. Se realizaron entrevistas a ex representantes de la Dirección de Cultura y coordinadores del Festival Nacional Austral del Folklore, celebrado en la ciudad de Pico Truncado, un referente cultural de la región.

Para la recolección de datos se utilizaron varios instrumentos. Se llevó a cabo un análisis de contenido de materiales como videos y documentos históricos, que proporcionaron información sobre el valor patrimonial de estas expresiones culturales. Además, se reali-

zaron entrevistas semiestructuradas de forma virtual, centradas en la importancia cultural, las prácticas de promoción turística y los beneficios sociales del turismo. También se implementó un relevamiento turístico mediante una ficha técnica que evaluó características, estado de conservación y aspectos turísticos de la música y danza folklórica.

El análisis de datos se estructuró en dos etapas: una descripción preliminar que destacó las características intrínsecas y el valor cultural, y un examen de la atractividad, aptitud y accesibilidad de estas manifestaciones. Este enfoque integral busca resaltar su potencial turístico y la necesidad de conservación y promoción en la región.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigación sobre el valor patrimonial de la música y la danza folklórica de la Patagonia Argentina revela su potencial como recurso cultural inmaterial. Se llevaron a cabo entrevistas y análisis documentales para identificar elementos constitutivos de estas manifestaciones culturales, que incluyen expresiones artísticas de los pueblos originarios Mapuches y Tehuelches.

Para el pueblo Mapuche, se destaca el loncomeo, un baile que se realiza en cuartetos de hombres, con movimientos circulares y vestimenta tradicional. Este se acompaña de instrumentos como el kultrún y la trutruka. Por otro lado, el pueblo Tehuelche tiene el kaani, un canto y danza que simboliza acontecimientos importantes, con música ejecutada por mujeres y diversos instrumentos de percusión y viento.

Además, se menciona la "cordillerana", una variante del folklore argentino que combina ritmos de guitarra criolla con influencias del kaani y la milonga pampeana. Las manifestaciones culturales incluyen no solo música y danza, sino también expresiones corporales y gestuales representativas de ambos pueblos.

Para evaluar el potencial turístico, se realizó una ficha técnica que midió atractividad, aptitud y disponibilidad. Se encontró que la música y danza folklórica constituyen una identidad cultural significativa, transmitiendo raíces y costumbres ancestrales. La autenticidad de estas manifestaciones está ligada a su uso en ritos y ceremonias tradicionales.

Se identificaron festivales como el Festival Nacional Austral del Folklore y el Festival Nacional Patagónico del Folclore "Mirando al Sur", que promueven la difusión de estas expresiones culturales. Además, se comprobó el creciente conocimiento sobre la música y danza folklórica gracias a la promoción a través de redes sociales y medios locales.

La investigación también analizó la capacidad de integración de la música y danza con la gastronomía y artesanías regionales. Sin embargo, se evidenció una limitación en la capacidad de uso por falta de actividades turísticas centradas en estas manifestaciones.

La disponibilidad física se evaluó en términos de accesibilidad a festivales y el estado de

las rutas que conectan las localidades. La disponibilidad temporal fue observada a través de la programación de festivales durante el año, sin restricciones en el uso de la música y danza folklórica.

De esta manera, la música y danza folklórica de la Patagonia Argentina no solo representan un patrimonio cultural inmaterial, sino que también tienen un alto potencial turístico que puede ser desarrollado a través de la integración de diversas expresiones culturales y festivales resultando relevante ya que promueve la concientización de las comunidades sobre su patrimonio, reforzando la identidad cultural y el interés por la historia local. Según Toselli (2006), el turismo favorece "la comprensión y entendimiento entre los pueblos, a partir de un conocimiento más profundo de la comunidad anfitriona por parte de los visitantes, y viceversa".

Se considera que esta investigación puede servir de base para futuros estudios sobre las manifestaciones inmateriales del patrimonio cultural de la región, incluyendo mitos y leyendas de los pueblos originarios. Las fortalezas del estudio incluyen su carácter único y su relevancia para el desarrollo turístico, aunque enfrenta debilidades como la falta de antecedentes y un marco de referencia.

Se identificaron elementos constitutivos de la música y danza folklórica, como el movimiento y la expresión corporal, que son fundamentales para la identidad regional. La investigación evaluó la potencialidad turística de estas manifestaciones a través de las variables de atractividad, aptitud y accesibilidad, encontrando que poseen un alto potencial para ser incorporadas en la oferta turística.

Los festivales, como el Festival Nacional Austral del Folklore, ayudan en la difusión de estas manifestaciones, aunque carecen de infraestructura adecuada. Es crucial desarrollar estrategias turísticas que integren la música y danza folklórica, junto con la gastronomía local, para enriquecer la experiencia turística.

Finalmente, se recomendó promover políticas que apoyen festivales y la enseñanza de estas expresiones artísticas, así como realizar campañas de sensibilización en las comunidades locales. Para futuras investigaciones, se sugirió ampliar la muestra y explorar la música y danza folklórica en otras provincias de la Patagonia.

UNIVERSIDAD
SIGLO 21



Ciencias de la Salud

TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN
2023 | 2024

Prefacio

Decanato de Ciencias de la Salud

Es un honor presentar este Anuario que reúne los Trabajos Finales de Grado de nuestros egresados y egresadas del Decanato de Salud. Este compendio no solo refleja el esfuerzo, compromiso y creatividad de quienes están culminando su formación, sino que también es testimonio del camino que recorrieron para consolidarse como profesionales competentes y éticos.

El Anuario tiene un valor especial para nuestros egresados/as: no solo celebra su logro académico, sino que también actúa como puente hacia el ejercicio profesional. Este espacio permite visibilizar sus aportes en áreas clave de la salud y destacar cómo, a través de sus investigaciones, responden a las necesidades de nuestra sociedad y a los desafíos que plantea el mundo actual.

En esta edición, se abordan temas vinculados al bienestar integral de los adultos mayores, las problemáticas frecuentes en jóvenes relacionadas con el consumo y la salud emocional, y el desarrollo de habilidades socioemocionales en diversos contextos. Estas tendencias, reflejadas en las investigaciones seleccionadas, confirman la vigencia de nuestros planes de estudio y el compromiso de nuestros estudiantes con la innovación y la excelencia.

Los invito a recorrer estas páginas con la certeza de que cada proyecto representa un paso hacia un futuro mejor en el campo de la salud. Este Anuario es, sin duda, un testimonio del potencial transformador de nuestra comunidad académica

Dra. Ruth Kaplan

Decana de Ciencias de la Salud



Bienestar emocional de los adultos mayores interactuando con animales.

AUTORA

Piedra, Fanny Elizabeth
fanny75_2203@hotmail.com

CARRERA

Licenciatura en Gerontología

REVISIÓN

Ana, Porta

RESUMEN

La expectativa de vida ha crecido a nivel mundial, debido a los avances en la medicina, las mejoras en la nutrición y condiciones de vida más saludable, el acceso a servicios de salud y otros factores socioeconómicos. A medida que la población de adultos mayores continúa aumentando, es esencial abordar sus necesidades de manera integral, incluyendo aspectos emocionales, físicos y sociales de su bienestar para fomentar el envejecimiento activo y saludable.

Incorporar las terapias con animales es muy importante, ya que abarca en las personas y en especial a los adultos mayores, que llegan a esta etapa de su vida con muchas pérdidas, de salud, de seres queridos, de autonomía, de roles sociales, económica, de memoria y habilidades. Estos daños pueden tener un impacto significativo en su bienestar emocional y mental, por lo que es importante ofrecer apoyo y recursos adecuados. Los animales son fundamentales para ofrecer múltiples beneficios, que incluyen compañía emocional, ya que la presencia de una mascota puede reducir la soledad y el aislamiento, proporcionan-

do una fuente constante de compañía y cariño. Estimulación física, cuidar de un animal, como pasear un perro, puede fomentar la actividad física, lo que es beneficioso para la salud cardiovascular y la movilidad. Reducción de estrés, interactuar con animales puede disminuir los niveles de ansiedad y estrés, promoviendo una sensación de calma y bienestar. Mejora la salud emocional, la relación con los animales puede ayudar a combatir la depresión y mejora el estado de ánimo, gracias a la liberación de hormonas como la oxitocina. Fomenta la socialización, las mascotas pueden facilitar las interacciones sociales, ya que son un punto de conversación y pueden ayudar a los adultos mayores a conectarse en su comunidad. Tener un animal a cargo ayuda a mantener una rutina diaria, lo que es importante para su bienestar general.

Los programas que incluyen la interacción con animales entrenados pueden mejorar la calidad de vida de las personas mayores en entornos de atención médica o hogares y residencias de larga estadía.

Estos beneficios resaltan la importancia de la conexión entre los seres humanos y los animales, especialmente en la tercera edad.

PALABRAS CLAVES

Adultos Mayores, Animales, Beneficios, bienestar.

INTRODUCCIÓN

Los adultos mayores son personas generalmente de 60 años o más, aunque esta definición puede variar según el contexto y la región. Este grupo abarca una diversidad de aspectos incluyendo, salud, aspectos sociales, aspectos económicos, actividades recreativas, derechos de autonomía. Impulsar el envejecimiento activo que promueva el bienestar y la calidad de vida a través de la participación en actividades físicas, sociales y mentales.

La calidad de vida en los adultos mayores implica, sentirse emocionalmente saludable, feliz, resiliente, realizado y tranquilos. Ser capaz de realizar las actividades diarias habituales, mantener relaciones cercanas con amigos y familiares, disfrutar de actividades sociales.

Los adultos mayores son un grupo diverso con una variedad de necesidades y experiencias que deben ser consideradas en políticas y programas sociales.

Se propone incorporar a las instituciones de larga estadía animales con los cuales las personas que residan, sean beneficiadas con las actividades que se realizaran con animales.

Lo que se propone con este proyecto es incorporar la ley vigente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (ley 5670) dicha ley regula los establecimientos privados para personas

mayores en la ciudad, tendrá un efecto multiplicador que dejará en evidencia los beneficios del vínculo con las mascotas en el marco de la tercera edad.

Mi propuesta es que sea ley nacional, ya que todas las personas mayores de nuestro país Argentina, tengan en el mismo derecho y deberían contar con los mismos recursos, para tener una mejor calidad de vida.

MATERIALES Y MÉTODOS

Vamos a realizar talleres con animales y personas mayores, pueden ser lúdicos e interactivos, dependiendo las necesidades.

Los animales son rescatados por proteccionistas, y llevados a refugios, contando con personal voluntario, serían los encargados de que los animales tengan la vacunación completa y que sean animales dóciles ya que los voluntarios son los que vienen trabajando con ellos. En la institución se pedirá colaboración a los empleados que quieran participar de los talleres, ya que ellos conocen más a las personas mayores por estar en contacto diario y a los profesionales como psicólogos, terapeutas, cuidadores, y todo aquel personal que quiera participar.

Teniendo en cuenta que vamos a trabajar con seres vivos que son los animales y tienen sus derechos y protecciones, nos vamos a enfocar en realizar encuestas en las residencias, para saber con la población que vamos a intervenir, si quiere estar o tener un animal, porque también hay que respetar a las personas que no les gustan los animales. Llevar un registro de los conocimientos y seguimiento de los talleres que se realizaran. Al término de los talleres, se administrarán encuestas estructuradas para evaluar la percepción general de los participantes sobre el contenido, la presentación y la utilidad del taller. Se recogerán datos iniciales y finales sobre conocimiento, bienestar y participación de los adultos mayores para realizar una comparación cuantitativa y evaluar el impacto del taller.

Se recomienda un seguimiento a largo plazo para evaluar la continuidad del cuidado de mascotas entre los participantes.

Entrevistas en profundidad y estudios de caso serán utilizados como instrumentos cualitativos para comprender como el taller ha influido en la vida y en las relaciones con las mascotas de participantes específicos. Observar la participación de las personas mayores y su interacción con los animales. Registrar los acontecimientos de cualquier evento significativo relacionado al taller, como los cambios en la asistencia, situaciones de estrés de las personas mayores y las mascotas, como también la adaptación e interacción de los mismos.

Sí la adopción de mascotas es un objetivo, se llevará un registro de las adopciones posteriores al taller, incluyendo el tipo de mascotas adoptadas y cualquier cambio en la cali-

dad de vida percibida.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los beneficios que se esperan obtener se encuentran relacionados con la mejora de las capacidades físicas y funcionales, en especial las habilidades motoras encaminadas a prevenir el riesgo de caídas y síndromes geriátricos.

Asimismo, permiten conservar la independencia en las actividades básicas de la vida diaria y combatir los sentimientos de tristeza y soledad típicos en personas institucionalizadas y en las que viven solas en sus domicilios.

Además, los animales pueden llegar a satisfacer ciertas necesidades humanas, se ha observado por experiencias previas que muchas que a muchas personas mayores institucionalizadas al dejar de ver con frecuencia a sus familiares o dejar de realizar funciones para la familia, llegan a sentirse inútiles. Sin embargo, esa sensación no se percibía en las sesiones de terapia porque el hecho de tener que hacer descansos para los mayores y para el animal, el poder darle agua o alimento al perro les gratifica. Incluso los animales facilitan la socialización entre los residentes, el residente y la terapeuta, los trabajadores de la institución y los familiares.



La implementación del etiquetado frontal y su impacto en la decisión de compra en estudiantes

AUTOR

Romero Lorenzi, Matías Nicolás
mnrlorenzi@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Nutrición

REVISIÓN

Mariana, Frandino

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar el impacto de los sellos de advertencia en la decisión de compra de alimentos envasados de estudiantes de la Universidad Siglo 21 durante el año 2023. Se utilizó como instrumento un cuestionario online. Los resultados indicaron que la mitad de los encuestados no registró cambios en su decisión de compra, a partir de la implementación de la ley de etiquetado frontal. También se demostró que el sabor/preferencia, y el precio, son los factores principales que intervienen en la decisión de compra, prevaleciendo estos dos factores por sobre la presencia y cantidad de octógonos negros. A su vez, se observó que 4 de cada 10 de los estudiantes no son capaces de identificar y definir qué son o qué significan los sellos de advertencia.

Se llegó a la conclusión de que es necesario complementar la implementación de políticas públicas con distintas estrategias de educación alimentaria nutricional para otorgar herramientas a los consumidores que les permita tomar decisiones acertadas en materia de alimentación, mejorando en este caso la comprensión y la adaptación de consumidores al etiquetado frontal.

PALABRAS CLAVE

Sistema de Etiquetado Frontal, Comportamiento del consumidor, Estudiantes Universitarios

INTRODUCCIÓN

En un contexto en el cual la producción y la oferta de la industria alimentaria se transforma y crece rápidamente, los consumidores se encuentran cada vez más ajenos a ello, sin conocer la composición real de los alimentos que consumen a diario y las consecuencias que esto podría traer a su salud. La comensalidad tradicional, donde el tiempo de alimentación se compartía en la mesa familiar pasó a un modelo donde los eventos alimentarios son individuales, solitarios, desestructurados, sin orden ni tiempo. Esto genera una transformación en la decisión de compra de los individuos, los cuales se inclinan por productos envasados que son prácticos y fáciles de adquirir y consumir.

La implementación del etiquetado frontal de los alimentos en Argentina, es una herramienta que presenta información nutricional complementaria en la cara principal o frente del envase que debe ser veraz, simple y clara sobre el contenido nutricional de los alimentos. Además, existe evidencia de que la presencia del etiquetado frontal tiene un efecto sobre la decisión de compra de alimentos y su implementación es sugerida por diversas asociaciones y fundaciones, tales como, la Fundación Interamericana del Corazón, OPS, FAO y UNICEF.

Informes realizados por organizaciones gubernamentales de Chile, Brasil, Perú, México, Uruguay y Canadá llegaron a conclusiones similares, y recomendaron los sistemas de advertencia entre los otros sistemas de etiquetado frontal.

MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación fue de tipo Observacional, Descriptiva, y Transversal

El universo de este estudio estuvo comprendido por los estudiantes de la Universidad Siglo 21, en el año 2023.

Se realizó un muestreo aleatorio simple el cual estuvo conformado por 407(60.4% de mujeres,38.3% de hombres y el resto de otro género) alumnos que decidieron participar de forma voluntaria del presente trabajo.

Como instrumento de recolección de datos, se utilizó una encuesta mediante Google Forms, la cual se distribuyó a alumnos de Universidad Siglo 21 de Córdoba Capital de distintas carreras. Las vías de distribución fueron: Mail, enviado por los referentes académicos de cada decanato de la facultad; Escaneando un código QR con link al cuestionario.

Para el diseño de la encuesta se formularon 5 preguntas sobre características demográ-

ficas del participante y 11 preguntas referidas a hábitos de compra, conocimiento individual sobre el etiquetado frontal, factores intervinientes y/o posibles cambios en sus decisiones de compra. Además de un ejercicio en donde se observó la tendencia de elección entre dos alimentos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El presente estudio reveló que 41% no comprende qué son los sellos de advertencia, en contraposición a otros estudios que explicitan que al 7,7% y al 2% de su muestra le parece que estos son nada o poco comprensibles.

Según el rango edad de la muestra de este estudio, el 67.2% los estudiantes entre 18 a 25 años deciden seguir comprando los productos habituales aunque ahora tengan sellos, en contrapartida al estudio de Keegan & Precoma (2023), donde un 37,8% del mismo grupo etario evidenció similar comportamiento. Por otro lado, el 55,3% de los encuestados entre 25 y 30 años afirmaron que continuarían comprando productos a pesar de la nueva presencia de sellos, dato que difiere con otros estudios.

Al momento de indagar qué significa para los encuestados que un alimento envasado contenga sellos de advertencia, se observó que la mitad de los encuestados (49.4%) cree que el alimento no es saludable, y que otro 53.1% indica que el alimento es menos saludable que otro que no los contiene. Esta información se corresponde con los encontrados por Roseman, Young y Littlejohn (2018) que postulan que el etiquetado frontal de advertencia es efectivo para ayudar a los consumidores a diferenciar entre productos saludables y menos saludables. Sin embargo, esto no significa que la presencia de los sellos sea efectiva. En este estudio se plasmó que a partir de la implementación de los sellos de advertencia, la mitad de los encuestados (53.3%) no registró cambios en su comportamiento como consumidor.

Entre los encuestados que sí registraron cambios, el 40.3% indica que no fue por la presencia de los sellos, resultado similar al reportado por Carrasco Rituay (2021) en donde el 40% de los participantes tampoco registraron cambios en el comportamiento relacionado a este motivo.

En este estudio se demostró también que, la mayor cantidad de cambios en el comportamiento del consumidor fueron principalmente por la presencia de sellos “exceso en grasas” (43.1%) y “exceso en azúcares” (45.5%). Este resultado es coherente con el encontrado por Adasme-Berrios et al. (2022). Lo que podría indicar una mayor preocupación de los consumidores por la presencia de estos nutrientes en exceso.

El precio fue otro factor que tuvo gran participación en las decisiones de los consumidores ya que 45.5% de los encuestados seleccionaron éste como el principal motivo de

compra. A esta misma conclusión llegaron los otros estudios. Este último encontró que al momento de comprar, las personas valoraban la posibilidad de ahorrar dinero y la totalidad de la muestra expresó preferencia por los “buenos” precios.

REFERENCIAS

Adasme-Barrios, C., Carreño C., Aliaga-Ortega, L., Schnettler, B. & Lobos, G. (2022). Factores que determinan la elección de alimentos procesados por estudiantes universitarios en el contexto de las etiquetas de advertencia nutricional. *Rev Chil Nutr*, volumen 49(4): 451-458. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182022000500451>

Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica. (1969) Ley 18.284, Código Alimentario Argentino. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-18284-21841>

Allemandi, L., Tsicornia M. V., Castronuovo, L., Guarnieri, L. (2018). Etiquetado frontal de productos alimenticios en Argentina. *Salud Colectiva*, volumen 14(3). Recuperado de: <https://doi.org/10.18294/sc.2018.2048>

Cadenazzi, D. B., Carena, N. A., Marcato, M. S. (2022). Ojos Cerrados. El etiquetado frontal y su influencia en la intención de compra de gaseosas de Millennials y Centennials en la Ciudad de Córdoba (Tesis de grado). Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba. Recuperada de: https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/23157/Cadenazzi%2C%20D.%20B._%20Carena%2C%20N.%20A._%20Marcato%2C%20M.%20S.%20%282021%29.%20Ojos%20Cerrados.%20El%20etiquetado%20frontal%20y%20su%20influencia%20en%20la%20intenci%C3%B3n%20de%20compra%20de%20gaseosas%20de%20Millennials%20y%20Centennials%20en%20la%20Ciudad%20de%20C%C3%B3rdoba.pdf?sequence=1&isAllowed=y33

Carrasco Rituay, A. M. (2021). Octógonos y decisión de compra en estudiantes, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas-2020. (Tesis de grado). Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Chachapoyas-Perú Recuperada de: <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/2431/Carrasco%20Rituay%20Angelica%20Mar%c3%ada.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Cea Valencia, J., Vargas Lucero, C., Pontarelli Contreras, F. (2019). Decisión de compra del consumidor: Efecto del etiquetado chileno de alimentos. Revista Venezolana de Gerencia, Volumen 2. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/290/29063446028/29063446028.pdf>

Del Egido et al. (2020, Julio). Comparación del grado de comprensión entre el etiquetado frontal de advertencia de sellos y el Guideline Daily Amount monocromático en estudiantes de la Universidad Nacional de Córdoba en el año 2019. (Tesis de grado). Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba
Recuperado en: <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/18464>

FAO, OMS (s.f.). CODEX ALIMENTARIUS. Recuperado de: <https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/about-codex/es/>

FAO, OPS, UNICEF (2022). Etiquetado Nutricional en la Parte Frontal del Envase en América Latina y el Caribe. Nota Orientadora. Santiago de Chile. Recuperado de: <https://doi.org/10.4060/cc1545es>

Fundación Interamericana del corazón Argentina (2019). Piden que se implemente el Etiquetado de Advertencia de alimentos y bebidas en países de Latinoamérica. Recuperado de: <https://www.ficargentina.org/piden-que-se-implemente-el-etiquetado-de-advertencias-de-alimentos-y-bebidas-en-paises-de-latinoamerica/>

Gonzales Sulla, E. (2021). Comportamiento del consumidor y su proceso de decisión de compra. El nuevo camino del consumidor. Revista Gestión en el Tercer Milenio de la Facultad de Ciencias Administrativas Universidad Nacional Mayor de San Marco. Volumen 24, 101-111 Recuperado de: <https://doi.org/10.15381/gtm.v24i48.21823>

Instituto Nacional de Estadística y Censos (2019). 4° Encuesta Nacional de Factores de Riesgo. Resultados definitivos. [Archivo PDF] Recuperado de: https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/publicaciones/enfr_2018_resultados_definitivos.pdf

Kaufer-Horwitz, M., Tolentino-Mayo, L., Jáuregui, A., Sanchez-Bazán, K., Bourges, H., Martínez, S.,... Barquera, S. (2018). Sistema de etiquetado frontal de alimentos y bebidas para México: una estrategia para la toma de decisiones saludables. *Salud pública de México*, volumen 40, 4. Recuperado de: <https://doi.org/10.21149/9615>

Kaur, A. (2017, Julio 17). A systematic review, and meta-analyses, of the impact of health-related claims on dietary choices. Recuperado de: <https://ijbnpa.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12966-017-0548-1>

Keegan, A. Precoma, N. (2023). Factores que afectan la compra de productos con etiquetado frontal de advertencia en estudiantes de la Universidad Nacional de Córdoba durante el año 2023.

(Tesis de grado). Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba Recuperada de: file:///C:/Users/User/Downloads/INFORME%20FINAL-Factores%20que%20afectan%20la%20compra%20de%20productos%20con%20etiquetado%20frontal%20de%20advertencia%20en%20estudiantes%20de%20la%20unc%20durante%20el%20a%C3%B1o%202023..docx.pdf

Mandle J., Tugendhaft A., Michalow J., Hofman K. (2015) Nutrition labelling: a review of research on consumer and industry response in the global South. *Glob Health Action*. volume 8. Recuperado de: <https://doi.org/10.3402/gha.v8.25912>

Ministerio de Economía Argentina, Secretaría de Industria y Desarrollo Productivo. (2022). Ley 27.642 de Promoción de la Alimentación Saludable. [Archivo PDF]. Recuperado de: [/https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/03/35_-_ley_de_promocion_de_alimentacion_saludable_-_arg._productiva.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/03/35_-_ley_de_promocion_de_alimentacion_saludable_-_arg._productiva.pdf)

Moreno Morillo, E. (2021). Comportamiento del consumidor y el proceso de decisión de compra. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*. Volumen 5 (6). Recuperado de: <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1478>

Organización Panamericana de la Salud (2019). Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: ventas, fuentes, perfiles de nutrientes e implicaciones. [Archivo PDF]. Recuperado de: <https://doi.org/10.37774/9789275320327>

Roseman, M. Joung H. Littlejohn, E. (2018). Attitude and Behavior Factors Associated with Front-of-Package Label Use with Label Users Making Accurate Product Nutrition Assessments. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetic*, volumen 118 (5), 904-912. Recuperado de: <https://www.clinicalkey.es/#!/content/journal/1-s2.0-S221226721731408921>.

Secretaria de Gobierno de Salud & Ministerio de Salud y Desarrollo Social (2019). Etiquetado nutricional frontal de alimentos. [Archivo PDF]. Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmninnibpcjpcgclclefindmkaj/https://bancos.salud.gob.ar/sites/default/files/2020-01/0000001380cnt-2019-06_etiquedato-nutricional-frontal-alimentos.pdf

Trujillo-Espinosa, S. Castilla-Minaya, L. Paredes-Aramburú, J. Bernabe-Ortiz, A. (2018). Relación entre el contenido nutricional y el número de técnicas promocionales presentes en los envases de alimentos industrializados dirigidos a niños en mercados y supermercados de Lima, Perú. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, volumen 22 (3) Recuperado de: <https://doi.org/10.14306/renhyd.22.3.472>



Suplementación con creatina monohidrato en adultos mayores: un análisis integral de sus efectos

AUTOR

Olmedo Ramirez, Ignacio Santiago
ignacioolmedo56@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Nutrición

REVISIÓN

Mariana, Frandino

RESUMEN

La creatina monohidratada es un suplemento ampliamente utilizado que potencia el rendimiento físico y la recuperación en deportistas, destacándose por su capacidad para incrementar la masa muscular y la fuerza. En adultos mayores, esto contribuye a una mejor funcionalidad y prevención de enfermedades relacionadas con el envejecimiento, como la sarcopenia, mejorando la calidad de vida.

El presente estudio evaluó los efectos de la suplementación con creatina monohidrato en la masa muscular, la fuerza y la composición corporal de adultos mayores, y su interacción con la actividad física.

PALABRAS CLAVE

Monohidrato de creatina, adultos mayores, suplementación

INTRODUCCIÓN

La creatina, un compuesto natural en el cuerpo humano, ha sido objeto de numerosos estudios relacionados con el rendimiento físico, especialmente en individuos jóvenes y atléticos. Sin embargo, su uso en adultos mayores, que enfrentan retos significativos como la pérdida de masa muscular y funcionalidad, ha sido menos investigado. La sarcopenia, que se caracteriza por la disminución de masa y fuerza muscular asociada al envejecimiento, plantea un grave problema de salud pública, aumentando el riesgo de fragilidad y caídas, lo que afecta negativamente la calidad de vida. La suplementación con creatina monohidrato ha demostrado potencial para mitigar estos efectos adversos, promoviendo el aumento de masa muscular y fuerza, aunque la aplicación de estos beneficios en la población adulta mayor necesita una evaluación rigurosa.

Kreider et al. (2017) destacan las múltiples aplicaciones médicas de la creatina, que pueden mejorar la salud y el bienestar durante el envejecimiento, además de ofrecer beneficios terapéuticos en diversas poblaciones, desde bebés hasta ancianos. Su seguridad está bien documentada, con efectos adversos prácticamente inexistentes, incluso en poblaciones vulnerables. Los hallazgos de investigaciones sobre patologías como la sarcopenia, osteoporosis y fragilidad física sugieren un notable potencial de la creatina, lo que justifica la expansión de este campo de estudio, con beneficios clínicos y la posibilidad de reducir costos hospitalarios relacionados con estas condiciones (Candow et al., 2021).

Este trabajo final se centra en investigar si los efectos positivos de la suplementación con creatina monohidrato observados en jóvenes son aplicables a adultos mayores, analizando estudios clínicos para proporcionar recomendaciones sólidas sobre el uso de creatina en esta población y contribuir al bienestar y envejecimiento saludable.

MÉTODOS

Este estudio descriptivo examinó los efectos de la suplementación con creatina monohidrato en adultos mayores, a través de la revisión de ensayos clínicos. La búsqueda de estudios se realizó en bases de datos reconocidas como PubMed y Google Académico, empleando palabras clave específicas. Se aplicaron filtros automáticos y manuales para la selección rigurosa de ensayos relevantes, evaluando tanto títulos como resúmenes.

Se incluyeron estudios con los siguientes criterios: participantes mayores de 55 años, suplementación exclusiva con monohidrato de creatina, y estudios publicados en inglés o español. Se excluyeron investigaciones realizadas en individuos menores de 55 años, que incluyeran otras intervenciones (dietéticas o farmacológicas), realizadas en roedores u otros animales, en personas con patologías, así como revisiones sistemáticas o meta-análisis.

La población de interés incluyó tanto hombres como mujeres mayores de 55 años y saludables. Se analizaron diversos métodos de intervención física y evaluación, como pruebas de fuerza (1 repetición máxima, fuerza máxima de agarre, entre otras), evaluaciones de capacidad funcional (caminar 30 metros, subir y bajar escaleras), evaluaciones cognitivas (escala geriátrica de depresión y test MoCA) y diferentes técnicas para medir la composición corporal (masa magra, grasa corporal, índice de masa corporal, contenido mineral óseo, entre otros). También se analizaron evaluaciones histológicas y bioquímicas.

En total, 11 ensayos fueron considerados elegibles para el estudio, con una muestra total de 301 individuos. De estos, 10 ensayos fueron doble ciego aleatorizados y 1 fue un ensayo controlado de tipo simple ciego.

RESULTADOS

El análisis de diversas poblaciones, tanto masculinas como femeninas, revela que algunos estudios, como los de Goudarzian et al. (2017) y Cañete et al. (2006), se centraron exclusivamente en mujeres, mientras que Lavender (2003) y Cooke et al. (2014) se dirigieron sólo a hombres. La muestra más pequeña fue la de Lavender (2003) con 17 participantes, y la más grande correspondió a Alves et al. (2013) con 56.

Las intervenciones con creatina monohidrato (CM) utilizaron dosis variables, entre 15 g/día y 20 g/día en fase de carga, con un mantenimiento de 5 g/día, sin reportarse efectos tóxicos. Algunos estudios usaron placebos, mientras que otros combinaron la suplementación con ejercicio, con una frecuencia de 2 a 3 veces por semana. Goudarzian et al. (2017) realizaron una intervención física diaria durante 10 días, mientras que otros se extendieron hasta 24 semanas.

Los estudios evaluaron parámetros como la masa corporal mediante DEXA (Chrusch et al. 2001; Cañete et al. 2006; Cooke et al. 2014) y análisis bioquímicos, destacando el estudio de Brose et al. (2003), que reportó mejoras significativas en fuerza muscular y composición corporal. Aunque algunos estudios, como el de Cañete et al. (2006), no encontraron mejoras significativas en el corto plazo, mostraron tendencias positivas en la funcionalidad física.

Los hallazgos incluyeron aumentos en masa magra y fuerza isométrica (Chrusch et al. 2001; Lavender 2003), y mejoras en la fuerza de agarre (Smolarek et al. 2017). Sin embargo, Goudarzian et al. (2017) no reportaron diferencias significativas en la fuerza isométrica. En cuanto a funcionalidad, Brose et al. (2003) y Cañete et al. (2006) observaron mejoras, mientras que Smolarek et al. (2017) destacó avances cognitivos en el cuestionario MoCA, aunque Alves et al. (2013) no halló diferencias en otros tests cognitivos.

Chillibeck et al. (2005) documentaron un incremento en la densidad mineral ósea. Bro-

se et al. (2003) y Lavender (2003) reportaron aumentos en la creatinina plasmática sin daño renal. Las biopsias musculares de Brose et al. (2003) y Cooke et al. (2014) mostraron aumento en el tamaño de fibras musculares, atribuidos principalmente al entrenamiento. En conclusión, la suplementación con CM mejora la fuerza, funcionalidad y composición corporal sin efectos adversos significativos, sugiriendo un beneficio clínico en adultos mayores al combinarla con ejercicio físico.

DISCUSIÓN

Mills et al. (2020) documentaron mejoras significativas en la fuerza muscular en adultos jóvenes, mientras que dos Santos et al. (2021) identificaron diferencias con intervenciones de 24 semanas o más, aunque los estudios exclusivos en mujeres son escasos. Cruz-Jentoft et al. (2018) recomendó la bioimpedancia como método preferido para evaluar la composición corporal, en contraste con la DEXA, más comúnmente utilizada en los estudios revisados. Antonio et al. (2021) y Fazio et al. (2021) destacaron la eficacia de la creatina monohidrato (CM) frente a otras formas de creatina, mientras que Hall y Trojjan (2013) sugirieron una fase de carga de 0.3 g/kg de peso/día, aunque los efectos en adultos mayores son inciertos.

La actividad física fue un componente constante en los estudios, con variaciones en las metodologías y tipos de ejercicio, como indicaron Brose et al. (2003) y Smolarek et al. (2017). Westcott (2012) subrayó el papel del entrenamiento de resistencia para prevenir enfermedades metabólicas y mejorar la densidad ósea. Devries y Phillips (2014) y Candow et al. (2008) reportaron aumentos en fuerza y masa corporal, mientras que Chillibeck et al. (2005) observó mejoras en la densidad mineral ósea. A pesar de la elevación de creatinina sérica asociada al uso de CM (Schedel et al. 1999), Pline y Smith (2005) no hallaron efectos adversos renales en adultos sanos.

Se recomienda realizar estudios adicionales para aclarar los efectos a largo plazo de la suplementación con creatina y su impacto en la salud de los adultos mayores.

REFERENCIAS

Alves, C. R. R., Filho, C. A. A. M., Benatti, F. B., Brucki, S., Pereira, R. M. R., De Sá Pinto, . . . , Gualano, B. (2013). Creatine supplementation Associated or not with strength training upon emotional and cognitive measures in older women: a randomized Double-Blind study. *PLOS ONE*, 8(10), e76301. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0076301>

António, J., Candow, D. G., Forbes, S. C., Gualano, B., Jagim, A. R., Kreider, R. B., . . . Ziegenfuss, T. N. (2021). Common questions and misconceptions about creatine supplementation: What does the scientific evidence really show? *Journal of the International Society of Sports Nutrition*, 18(1). <https://doi.org/10.1186/s12970-021-00412-w>

Brose, A., Parise, G., & Tarnopolsky, M. A. (2003). Creatine supplementation enhances isometric strength and body composition improvements following strength exercise training in older adults. *The Journals of Gerontology: Series A*, 58(1), B11-B19. <https://doi.org/10.1093/gerona/58.1.b11>

Candow, D. G., Forbes, S. C., Kirk, B., & Duque, G. (2021). Current evidence and possible future applications of creatine supplementation for older adults. *Nutrients*, 13(3), 9-10. <https://doi.org/10.3390/nu13030745>

Cañete, S., Juan, A. F. S., Pérez, M. S., Gómez-Gallego, F., López-Mojares, L. M., Earnest, C. P., . . . Lucía, A. (2006). Does creatine supplementation improve functional capacity in elderly women? *Journal of Strength and Conditioning Research*, 20(1), 22. <https://doi.org/10.1519/r-17044.1>

Chilibeck, P. D., Chrusch, M. J., Chad, K. E., Shawn Davison, K., & Burke, D. G. (2005). Creatine monohydrate and resistance training increase bone mineral content and density in older men. *The journal of nutrition, health & aging*, 9(5).

Chrusch, M. J., Chilibeck, P. D., Chad, K. E., Davison, K., & Burke, D. (2001). Creatine supplementation combined with resistance training in older men. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 33(12). <https://doi.org/10.1097/00005768-200112000-00021>

Cooke, M., Brabham, B., Buford, T. W., Shelmadine, B., McPheeters, M. T., Hudson, G. M., . . . Willoughby, D. S. (2014). Creatine supplementation post-exercise does not enhance training-induced adaptations in middle to older aged males. *European Journal of Applied Physiology*, 114(6). <https://doi.org/10.1007/s00421-014-2866-1>

Devries, M. C., & Phillips, S. M. (2014). Creatine Supplementation during Resistance Training in Older Adults—A Meta-analysis. *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 46(6), 9-10. <https://doi.org/10.1249/mss.0000000000000220>

Dos Santos, E. E. P. D., De Araújo, R. C., Candow, D. G., Forbes, S. C., Guijo, J. A., Santana, C., . . . Botero, J. P. (2021). Efficacy of creatine supplementation combined with resistance training on muscle strength and muscle Mass in Older Females: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Nutrients*, 13(11), 8-9-10. <https://doi.org/10.3390/nu13113757>

Goudarzian, M., Rahimi, M. T., Karimi, N., Samadi, A., Ajudani, R., Sahaf, R., & Ghavi, S. (2017). Mobility, balance, and muscle strength adaptations to Short-Term whole Body Vibration training plus oral creatine supplementation in elderly women. *Asian journal of sports medicine*, 8(1). <https://doi.org/10.5812/asjasm.36793>

Hall, M., & Trojian, T. H. (2013). Creatine supplementation. *Current Sports Medicine Reports*, 12(4), 3-4. <https://doi.org/10.1249/jsr.0b013e31829cdf2>

Kreider, R. B., Kalman, D., António, J., Ziegenfuss, T. N., Wildman, R., Collins, R., . . . López, H. L. (2017). International Society of Sports Nutrition Position Stand: Safety and Efficacy of creatine supplementation in Exercise, Sport, and Medicine. *Journal of the International Society of Sports Nutrition*, 14(1). 12 <https://doi.org/10.1186/s12970-017-0173-z>


Lavender, A. (2003). The effects of dietary creatine monohydrate supplementation and resistance training in older men.

Pline, K. A., & Smith, C. (2005). The effect of creatine intake on renal function. *Annals of Pharmacotherapy*, 39(6), 2-3. <https://doi.org/10.1345/aph.1e628>

Schedel, J., Tanaka, H., Kiyonaga, A., Shindo, M., & Schütz, Y. (1999). Acute creatine ingestion in human: Consequences on serum creatine and creatinine concentrations. *Life Sciences*, 65(23), 3-4. [https://doi.org/10.1016/s0024-3205\(99\)00512-3](https://doi.org/10.1016/s0024-3205(99)00512-3)

Smolarek, A. C., McAnulty, S. R., Ferreira, L. H., Cordeiro, G. R., Alessi, A., Rebesco, D. B., . . . Souza-Junior, T. P. (2020). Effect of 16 Weeks of Strength Training and Creatine Supplementation on Strength and Cognition in Older Adults: A Pilot Study. *Journal of Exercise Physiology Online*, 23(4). <https://link.gale.com/apps/doc/A634715559/HRCA?u=googlescholar&sid=googleScholar&xid=bc498754>

Westcott, W. L. (2012). Resistance training is medicine. *Current Sports Medicine Reports*, 11(4), 1-2-3. <https://doi.org/10.1249/jsr.0b013e31825dabb8>



Comunicación asertiva, optimismo y resiliencia: taller psicoeducativo para el Hotel Howard Johnson Villa Carlos Paz

AUTORA
Aravena, Oriana
lic.aravenaoriana@gmail.com

CARRERA
Licenciatura en Psicología

REVISIÓN
Ana, Porta

RESUMEN

El presente Trabajo Final de Grado, se lleva a cabo en el Hotel Howard Johnson Plaza de Villa Carlos Paz. Se planteó como objetivo potenciar la Comunicación Asertiva, el Optimismo y la Resiliencia en recepcionistas, Bell Boys y responsables de reservas y de ventas, con la finalidad de aumentar la satisfacción de los clientes y cumplir con sus expectativas, haciendo hincapié en la misión perseguida por la institución: “superar las expectativas de sus huéspedes”. Para lograr la consecución de este objetivo, se desarrolló un Taller Psicoeducativo, con una posterior autoevaluación como actividad de seguimiento, y una encuesta de satisfacción para evaluar la intervención. Se espera que su implementación resulte efectiva, encontrando que los colaboradores hayan podido interiorizar las técnicas y herramientas otorgadas, contribuyendo al aumento de satisfacción de los huéspedes.

PALABRAS CLAVE

Comunicación Asertiva; Optimismo; Resiliencia; Habilidades Sociales; Psicología Organizacional Positiva

INTRODUCCIÓN

Para dar comienzo al desarrollo, se eligió al Hotel Howard Johnson Plaza de Villa Carlos Paz y se realizó una lectura exhaustiva y analítica del material brindado por la cátedra. Además, se realizó la elección del desarrollo organizacional como línea estratégica para el avance de intervención.

En primera instancia, se detectó la posibilidad de potenciar habilidades que contribuyan a la consecución de la misión perseguida por la institución, que es “desarrollar un producto hotelero de alta calidad, que supere las expectativas de sus huéspedes, apoyado en un equipo de trabajo profesional y con un elevado sentido de vocación de servicio” (Universidad Siglo 21, 2019). En este sentido, se planteó la potenciación de la Comunicación Asertiva, el Optimismo y la Resiliencia en recepcionistas, Bell Boys, responsables de reservas y de ventas, ya que son quienes se encuentran en contacto directo con la clientela.

Para concretar los objetivos planteados, se plantea la implementación de un Taller Psicoeducativo en materia de Comunicación Asertiva, Optimismo y Resiliencia, el cual se divide en tres encuentros de dos horas de duración y un último encuentro de una hora. En éstos se abordan los principales conceptos y se brindan técnicas/herramientas para ponerlos en práctica. Para dar un cierre a la intervención, se plantea como actividad de seguimiento una autoevaluación y como actividad de evaluación, una encuesta de satisfacción.

DIAGNÓSTICO

Con el objetivo de delimitar la necesidad de intervención en el hotel Howard Johnson Plaza de Villa Carlos Paz, se llevó a cabo una lectura exhaustiva del material brindado por la Universidad Siglo 21 (2019). A continuación, se presenta un análisis de la misión y los valores de la empresa.

La misión de la empresa se centra en la calidad del producto hotelero orientada a satisfacer y superar las expectativas de los clientes. Para lograr este objetivo, se espera que los colaboradores posean valores de cooperación, responsabilidad, respeto y honestidad. Es por esta razón que se considera importante potenciar habilidades como la Comunicación Asertiva, la capacidad de Resiliencia y el Optimismo de los colaboradores con la finalidad de cumplir con estos objetivos organizacionales.

Como marco de referencia, se toman los aportes de las habilidades sociales que cobran gran relevancia a la hora de postular la idea de organizaciones saludables, ya que, las mismas implican la capacidad de escuchar, comunicarse e influir en los demás. Esto contribuye a que los equipos de trabajo resulten asertivos (Moreno Jiménez et al., 2014).

Además, resulta enriquecedora la teoría de la Psicología Organizacional Positiva (POP), la cual plantea el enfoque del comportamiento organizacional positivo. Esta perspectiva

propone recursos positivos individuales (resiliencia, optimismo, autoeficacia y esperanza) que otorgan mayores resultados laborales. (Veloso-Besio et al., 2015).

Mediante la exposición y análisis de las teorías expuestas, se considera relevante trabajar especialmente con los trabajadores que están en contacto con los clientes de la institución (repcionistas, Bell Boys y responsables de reservas y de ventas) para potenciar la comunicación asertiva, el optimismo y la capacidad de resiliencia con el objetivo de brindar la mayor calidad de servicio.

PLAN DE INTERVENCIÓN

Este taller está previsto en tres encuentros semanales (un encuentro por semana), con una duración de dos horas cada uno y un cuarto encuentro de cierre de una hora de duración, y se llevarán a cabo en la sala de convenciones dispuesta por el Hotel Howard Johnson. Teniendo en cuenta la importancia de que las áreas de trabajo sigan en actividad durante el dictado del taller, se dividirá a cada equipo en dos grupos y se asignarán dos turnos al azar a los cuáles se les dará el mismo contenido. Una semana después de finalizar el taller, se plantea una autoevaluación como actividad de seguimiento, con la finalidad de descubrir si lograron interiorizar conceptos y herramientas. Para finalizar, se realizará una encuesta de satisfacción para que los participantes expongan si el taller les resultó útil y, además, para relevar puntos a trabajar en caso de que la empresa desee realizar otro plan para que la organización continúe con su desarrollo.

A continuación, se detalla cada encuentro con sus actividades y duración correspondiente, los horarios (pueden reajustarse a conveniencia y disponibilidad de los colaboradores) y cantidad de participantes son estimativos, debido a que no se brinda información acerca de la jornada laboral y cantidad de trabajadores dentro del escrito brindado por la Universidad Siglo 21 (2019). También se explicita un diagrama de Gantt de cada una de las actividades, el mismo incluye su planificación. Para finalizar se presenta el presupuesto, el cual expone el costo de cada actividad, el total correspondiente y forma de pago. En anexos podrán observar el detalle de cada presentación, la autoevaluación y la encuesta de satisfacción, entre otras. Se espera que, además, participen del taller los gerentes y responsables de cada una de las áreas con la finalidad de alinear conceptos y fomentar la construcción conjunta de toda el área.

RESULTADOS ESPERADOS

Se espera que los participantes asistan al 75% de los encuentros para que la intervención resulte eficaz y adquirieran las habilidades y técnicas que se brindarían en el taller. Esto contribuiría a un mayor desempeño laboral y a un aumento en la calidad de servicio

brindado, contribuyendo de manera indirecta a una mejora en el trabajo en equipo y generando un impacto positivo tanto en los clientes como en los empleados del Hotel Howard Johnson.

En cuanto a la comunicación asertiva, se espera que los colaboradores adquirieran las herramientas y técnicas brindadas en el taller para relacionarse de forma respetuosa, clara y efectiva.

Se espera fomentar en los trabajadores una mentalidad optimista, adquiriendo la capacidad de identificar y superar pensamientos negativos con una actitud positiva frente a los desafíos que puedan surgir en el día a día en la interacción con los clientes del Hotel y entre el equipo de trabajo mismo.

Uno de los objetivos perseguidos, fue incrementar la capacidad de resiliencia de los trabajadores y, en este sentido, se espera que se fomente una respuesta resiliente frente a situaciones de cambio o que resulten adversas, lo cual les permitiría recuperarse de los contratiempos. Se espera que esto se acompañe de un aumento en la capacidad de los colaboradores para hacer frente a los desafíos laborales de forma individual y conjunta, logrando una mayor eficiencia y productividad.


Tomando en cuenta los tres puntos anteriores, se apunta a la mejora de la calidad de servicio brindado a los clientes del Hotel, por lo tanto, se espera que, mediante las habilidades y técnicas adquiridas en el taller psicoeducativo, puedan interactuar de manera más efectiva con los huéspedes, resolver problemas que surjan de manera eficiente, y proporcionar un trato amable, respetuoso y satisfactorio. En conclusión, como resultado general, se apunta a un incremento en la satisfacción de los consumidores, esperando que se traduzca en una mayor fidelidad, recomendaciones positivas y un impacto positivo en la reputación del Hotel.

REFERENCIAS

Canvas, 2019. Material de caso "Hotel Howard Johnson Plaza de Villa Carlos Paz". Universidad Siglo 21. Córdoba, Argentina.

Moreno Jiménez, B., Blanco Donoso, L. M., Aguirre Camacho, A., De Rivas, S., Herrero, M. (2014). Habilidades sociales para las nuevas organizaciones. *Behavioral Psychology | Psicología Conductual*, 22(3), 585-602.

Veloso-Besio, C., Cuadra-Peralta, A., Gil-Rodríguez, F., Quiroz-Cornejo, A., & Meza Castro, S. (2015). Capacitación en trabajadores: impacto de un programa basado en Psicología Positiva y Habilidades Sociales, en satisfacción vital, satisfacción laboral y clima organizacional. *Interciencia*, 40(11), 736-743. Recuperado el 12 de mayo del 2023 de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33942541002>



Expectativas y motivos de consumo de alcohol: evaluación del Modelo de Predisposición Adquirida

AUTOR
De La Vega, Nicolás
nicolas.delavega94@gmail.com

CARRERA
Licenciatura en Psicología

REVISIÓN
Mariana, Frandino

RESUMEN

El consumo excesivo episódico de alcohol (CEEAA) es común en adultos emergentes y representa un desafío para la salud pública. Este estudio examinó la relación entre la impulsividad, las expectativas hacia el alcohol y los motivos de consumo en universitarios de Córdoba, aplicando el Modelo de Predisposición Adquirida. Los resultados muestran que la impulsividad y las expectativas positivas hacia el alcohol se asocian con un mayor consumo, mientras que las expectativas negativas no parecen influir significativamente en la conducta de consumo.

PALABRAS CLAVE

Adultos emergentes; alcohol; modelo de predisposición adquirida; expectativas; contextos; impulsividad.

PALABRAS CLAVE

El consumo de alcohol entre los adultos emergentes constituye un problema de salud pública a nivel mundial. Se estima que 237 millones de hombres y 46 millones de mujeres de entre 15 y 29 años presentan trastornos relacionados con el alcohol, destacándose por su alta prevalencia y las graves consecuencias que conlleva (OMS, 2018). En Argentina, los jóvenes de 18 a 24 años son los más afectados, con una tasa de consumo anual del 79%, seguido por el grupo de 25 a 34 años, con un 74% (SEDRONAR, 2017). Este patrón de consumo, caracterizado por episodios de ingesta excesiva, incrementa significativamente los riesgos asociados, tales como accidentes, conductas de riesgo y problemas de salud física y mental.

El consumo episódico excesivo de alcohol (CEEA), también conocido como binge drinking, se define como la ingesta de grandes cantidades de alcohol en un corto período, elevando los niveles de alcohol en sangre a 0.08% o más. Este patrón de consumo, particularmente común en los jóvenes, representa un riesgo importante para su bienestar a corto y largo plazo (NIAAA, 2004).

El Modelo de Predisposición Adquirida (MPA), propuesto por Smith y Anderson (2001), ofrece un marco teórico que integra factores de personalidad y contextuales para explicar la conducta adictiva, incluyendo el consumo de alcohol. Según este modelo, la interacción entre rasgos de personalidad, como la impulsividad, y factores psicosociales, como las expectativas hacia el alcohol, predisponen al individuo a conductas de consumo problemático. La impulsividad, entendida como la tendencia a actuar de manera rápida y sin reflexión ante estímulos emocionales, juega un papel clave al facilitar la adopción de creencias y expectativas positivas hacia los efectos del alcohol.

Las expectativas hacia el alcohol, definidas como las creencias sobre los efectos positivos y negativos del consumo, son determinantes en la conducta de beber. Las expectativas positivas, que incluyen la anticipación de placer, relajación y mejora de la sociabilidad, suelen motivar el consumo, mientras que las expectativas negativas, como el temor a los efectos adversos, tienen un rol limitado como factor disuasorio.

Otro factor relevante es la impulsividad, un constructo multidimensional que incluye la falta de premeditación, la búsqueda de sensaciones, y la urgencia positiva y negativa. Estas dimensiones están asociadas con el consumo excesivo de alcohol, destacando la necesidad de actuar impulsivamente en respuesta a emociones intensas como un factor predisponente al consumo problemático.

Dada la alta prevalencia del consumo de alcohol en adultos emergentes y las graves consecuencias asociadas, resulta fundamental comprender la interacción entre la impulsividad, las expectativas hacia el alcohol y los contextos de consumo. Este estudio tiene como

objetivo principal analizar la relación entre la impulsividad, las expectativas hacia el alcohol, los motivos de consumo y los contextos de consumo en adultos emergentes universitarios de la ciudad de Córdoba.

MÉTODO

Se utilizó un diseño no experimental, transversal, descriptivo y correlacional con enfoque cuantitativo. La muestra incluyó 310 estudiantes universitarios de la ciudad de Córdoba, en su mayoría de universidades públicas, con edades entre 17 y 23 años. Se evaluaron variables relacionadas con la impulsividad, las expectativas hacia el alcohol y los contextos de consumo.

DISCUSIÓN

En cuanto al primer objetivo, que se centró en identificar la relación entre las dimensiones de impulsividad (urgencia positiva, urgencia negativa, búsqueda de sensaciones y falta de premeditación) y las expectativas positivas y negativas hacia el alcohol, se observó que la urgencia positiva se relacionó con expectativas que anticipan mejoras en el estado de ánimo y la sociabilidad, mientras que la urgencia negativa estuvo vinculada con expectativas de alivio emocional, aun cuando estas incluyan consecuencias negativas. La búsqueda de sensaciones mostró una correlación con las expectativas positivas, destacando el consumo como una vía para experimentar emociones intensas, lo que subraya la tendencia de los individuos a subestimar los riesgos.

El segundo objetivo, que evaluó la asociación entre las expectativas hacia el alcohol y los contextos de consumo, evidenció que las expectativas positivas estaban más fuertemente asociadas con contextos sociales, donde el alcohol es percibido como un facilitador de la interacción y el disfrute. Estos hallazgos sugieren que la anticipación de efectos gratificantes del alcohol en ambientes sociales juega un papel crucial en la decisión de consumir. Las expectativas negativas, aunque presentes, mostraron un menor efecto disuasivo, ya que los contextos de alto estrés y la búsqueda de aceptación social tienden a minimizar las percepciones de riesgo.

El tercer objetivo exploró cómo las expectativas positivas y negativas hacia el alcohol se relacionan con los motivos de consumo. Se encontró que las expectativas positivas impulsaban a los individuos a consumir principalmente por motivos sociales y de mejora del estado de ánimo. En contraste, las expectativas negativas se asociaron con la evitación de situaciones adversas y la regulación emocional, pero no lograron impedir el consumo, lo que resalta la complejidad de la relación entre la percepción de los riesgos y los comportamientos de consumo.

Finalmente, respecto al cuarto objetivo, que exploró la distribución de expectativas y contextos de consumo según los datos sociodemográficos, no se encontraron diferencias significativas entre géneros, lo que sugiere creencias similares sobre los efectos del consumo. Sin embargo, se observó que las mujeres tienden a asociar el consumo con un incremento de la sexualidad, indicando posibles diferencias sutiles en la motivación para beber.

LIMITACIONES

Las conclusiones del estudio se limitan por el uso de una muestra no probabilística y la naturaleza transversal del diseño, lo que impide establecer relaciones causales. Además, algunas asociaciones presentaron valores bajos, lo que sugiere la necesidad de más investigaciones para fortalecer el modelo propuesto.

CONCLUSIÓN

Este estudio contribuye a la comprensión del consumo de alcohol en adultos emergentes al identificar las dimensiones de la impulsividad como factores clave en el desarrollo de conductas de riesgo. Las intervenciones basadas en el desafío de expectativas y la regulación emocional podrían ser efectivas para reducir el consumo excesivo de alcohol en esta población.

REFERENCIAS

Instituto Nacional sobre el Abuso del Alcohol y el Alcoholismo [NIAAA]. (2004). NIAAA council approves definition of binge drinking. NIAAA Newsletter, 3(3).

Organización Mundial de la Salud. (2018). Global status report on alcohol and health 2018. World Health Organization.

Secretaría de Programación para la Prevención de la Drogadicción y la Lucha contra el Narcotráfico [SEDRONAR]. (2017). Estudio nacional en población de 12 a 65 años, sobre consumo de sustancias psicoactivas. Buenos Aires: Ministerio de Salud.

Smith, G. T., & Anderson, K. G. (2001). Personality and learning factors combine to create risk for adolescent problem drinking: A model and suggestions for intervention. In P. M.



Expectativas hacia el alcohol, contextos de consumo y procrastinación académica en estudiantes universitarios

AUTOR

Francitorra, Joaquín Tomás
joaquintomasfrancitorra@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Psicología

REVISIÓN

Ana, Porta

RESUMEN

La procrastinación académica es definida como el retraso de realización de tareas académicas de forma ocasional o continua, experimentando en la mayoría de situaciones, problemas de ansiedad. Según estudios, la procrastinación se vería influenciada por factores externos y contextuales, como las sustancias psicoactivas, el consumo de alcohol y la influencia de amigos y familiares. Con este motivo, se buscó analizar las expectativas hacia el alcohol, los contextos de consumo de alcohol y la procrastinación académica en estudiantes universitarios, residentes en la ciudad de Río Cuarto, en el año 2023. Es un estudio de alcance correlacional y de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de tipo transversal. La muestra se constituyó por 105 adolescentes de 18 a 24 años de edad, de la ciudad de Río Cuarto, mediante el procedimiento de muestreo no probabilístico de tipo accidental. Se administró un cuestionario de datos sociodemográficos elaborado ad hoc, la Escala de Procrastinación de Tuckman, el Cuestionario de Expectativas hacia el Alcohol para Adolescentes y el Cuestionario de Contextos de Consumo de Alcohol para Adolescentes. Se encontraron relaciones entre la procrastinación académica y las expec-

tativas (positivas y negativas) hacia el consumo, y de estas con las subescalas de los contextos de consumo. Sin embargo, no se hallaron asociaciones entre el nivel de consumo de alcohol y la procrastinación académica. Este estudio aportó datos novedosos para futuras investigaciones, permitiendo comprender más en profundidad como aquellas anticipaciones a los efectos del alcohol afectan a la conducta de procrastinar.

PALABRAS CLAVE

Procrastinación académica; Consumo de alcohol; Expectativas hacia el alcohol; Contextos de consumo de alcohol; Estudiantes universitarios.

INTRODUCCIÓN

Argentina se sitúa en la actualidad como el segundo país de América Latina con mayor consumo per cápita de bebidas alcohólicas, según datos otorgados de la Organización Panamericana de la Salud (2015). Estos datos reflejan la necesidad de abordar la problemática del consumo de alcohol de manera preventiva y de concientización, dado a que, a pesar de ser una sustancia legal, su uso excesivo puede provocar trastornos asociados y conductas de riesgo (OAD, 2016). Estos efectos nocivos son visualizados con mayor probabilidad en jóvenes, ya que es en esta población, junto a la adulta, donde el alcohol se presenta como la sustancia psicoactiva de mayor consumo (OAD, 2016).

A nivel universitario, se encuentra que, en Argentina, el 90.4% de los jóvenes que asisten a la universidad reportan consumir alcohol, y el 55% presentó consumo binge, denominado también consumo episódico excesivo de alcohol (CEEA) (Pilatti et al., 2017), el cual se define como el consumo de 2 o más tragos bebidos en una ocasión en los últimos 30 días.

Siguiendo dicho contexto resulta importante comprender qué variables influyen en el consumo de alcohol, y en este marco se han realizado investigaciones basadas en el concepto de expectativas hacia el alcohol (EA), que es definido por Goldman et al. (1991, citado en Pilatti et al., 2010) cómo las creencias que mantienen las personas acerca de los efectos que el alcohol produce sobre el comportamiento, el estado de ánimo y las emociones. Estas creencias se forman a partir de la percepción de contingencia entre un comportamiento dado y ciertos resultados, lo que conduce al almacenamiento de tales asociaciones en la memoria, en la forma de expectativas del tipo “si...entonces” entre el comportamiento y dichos resultados (p. 288).

Otra de las variables asociadas al consumo de bebidas alcohólicas, según investigaciones realizadas, son los denominados contextos de consumo (CC) (Clapp y Shillington, 2001; O’Hare y Sherrer, 2005). No obstante, los CC de alcohol pueden ser evaluados a partir de un instrumento desarrollado y validado en el contexto local que reúne aquellos factores

esenciales, como la aceptación de grupos de pares, facilitación social, control parental y control del estrés (Pilatti y Brussino, 2009).

Concretamente, en lo que respecta al control de estrés, se hace referencia al consumo que tiene por finalidad aliviar tensiones, disminuir el temor y aumentar la valentía, o bien lograr un incremento de la actividad general. En este elemento, se puede visualizar la importancia de la autorregulación o autocontrol emocional, que es definida como la capacidad de mantener bajo control aquellas emociones perturbadoras que desequilibran psicológicamente a los individuos (Salovey y Mayer, 1990, como se citó en Santoya Montes et al., 2018). Este concepto, se encuentra vinculado a la procrastinación académica, dado a que es factor relevante para su desarrollo (Barraza y Barraza, 2019; Kandemir, 2014; Ziegler y Opdenakker, 2018), al igual que lo es para el consumo de sustancias (Baumeister et al., 2007). La procrastinación académica, es descrita como el retraso de la realización de tareas académicas de forma ocasional o continua, experimentando en todas, o en su mayoría de ocasiones, problemas de ansiedad (Beswick et al., 1988). De esta manera, se podría inferir que aquellos estudiantes que procrastinan, tendrían conductas desadaptativas como un mayor consumo de sustancias alcohólicas, puesto que ambos factores se relacionan con un bajo nivel de autorregulación (Torrecillas et al., 2003).

MATERIALES Y MÉTODOS

El proyecto de investigación es de alcance correlacional y de enfoque cuantitativo. El diseño es no experimental, de tipo transversal. El procedimiento de muestreo fue no probabilístico, de tipo accidental. La muestra estuvo conformada por 105 adolescentes de 18 a 24 años de edad.

Los instrumentos empleados fueron los siguientes: un cuestionario de datos sociodemográficos y de otros datos relevantes para la investigación, elaborado ad hoc.

La Escala de Procrastinación de Tuckman (ATPS), adaptada en Argentina por Furlan, Heredia, Piemontesi & Tuckman en el año 2012. Consta de 15 ítems agrupados en una sola dimensión (unidimensional) sobre la tendencia a perder el tiempo, postergar o hacer cosas que ya deberían estar hechas. Posee cinco opciones de respuesta tipo Likert que van de 1= "nunca" a 5= "siempre".

Cuestionario de Expectativas hacia el Alcohol para Adolescentes (CEA-A), que consta de 45 ítems agrupados en seis factores (escalas) que corresponden a las dimensiones encontradas mediante análisis factorial exploratorio y que valoran los efectos positivos y negativos que los/as adolescentes anticipan como consecuencia de su consumo de alcohol.

Y por último el Cuestionario de Contextos de Consumo de Alcohol para Adolescentes (CCCA-A), el cual está conformado por 32 ítems agrupados en cuatro factores (escalas)

que 16 corresponden a las dimensiones encontradas mediante análisis factorial exploratorio y que valoran diferentes CC de alcohol en función de aspectos emocionales, conductuales, motivacionales y situacionales.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La importancia del actual estudio radica en la escasa información existente sobre la relación de procrastinación académica y consumo de sustancias, ya que la mayoría de las investigaciones son dirigidas a factores como las redes sociales y la adicción internet.

Entre los resultados destacados, se encontró que una amplia cantidad de universitarios reportan consumir bebidas alcohólicas, concretamente un 96,2% de la muestra. Este número es alarmante, ya que nos habla de una elevada cantidad de personas que consumen o han consumido alcohol, que de cierta manera refleja la normalización a nivel social que ocurre en la población argentina, siendo una acción aceptada que facilitaría aún más la ingesta en jóvenes.

Se hallaron resultados que podrían constituir evidencia respecto a una de las hipótesis de estudio. Concretamente, la misma se refería a que un aumento de expectativas positivas hacia el alcohol se correspondería a un aumento en la procrastinación académica. Además, también se encontró una correlación moderada y significativa con la subescala de Sociabilidad, que representa aspectos como la diversión, amistad y desinhibición. Esto podría explicarse con la creencia del consumo de alcohol como práctica de esparcimiento y distracción, donde la influencia de factores externos como las amistades es esencial para interferir en el desarrollo de actividades académicas.

Sin embargo, también se mostró una correlación directa con respecto a las expectativas negativas, y concretamente con la subescala de Deterioro cognitivo. Este dato es importante ya que manifiesta que pueden coexistir tanto expectativas positivas como expectativas de consecuencias indeseables a la hora de beber, en personas que realizan procrastinación académica. De esta manera, en personas que llevan a cabo con más regularidad conductas procrastinadoras, experimentan en mayor medida anticipaciones negativas hacia el alcohol, especialmente disminuciones de rendimiento y un entorpecimiento conductual y físico.

En cuanto a las limitaciones, este estudio no estuvo exento de ellas. Concretamente, se puede mencionar aspectos referidos a la muestra, como su tamaño reducido (N=105), la mayoría de participantes de género femenino, y la poca cantidad de abstemios, lo que no permite visualizar con claridad posibles diferencias significativas. Otro aspecto contraproducente es el muestro no probabilístico utilizado, dado a que, con sus características, no es posible generalizar los resultados a toda la población de jóvenes universitarios.

En relación a los instrumentos aplicados, muchos participantes mencionaron durante el transcurso de la administración, sentirse abrumados y cansados frente a la extensión de los mismos. Esto generó en ocasiones que algunos no lograsen terminar el cuestionario, y en otras, que aquellos que lo completaron hayan perdido la motivación y concentración que tenían en un principio, respondiendo de manera apresurada.

Sin embargo, este último punto, demuestra que este estudio constituye un aporte al campo de estudio de esta línea, habiéndose aportado datos novedosos en relación a las expectativas hacia el alcohol, contextos de consumo alcohol y procrastinación académica en los jóvenes universitarios. En concreto, las relaciones entre EA y procrastinación académica conforman un aporte significativo para futuras investigaciones, permitiendo comprender más en profundidad como aquellas anticipaciones a los efectos del alcohol afectan a la conducta de procrastinar. También resulta relevante los aportes relacionados a la edad de inicio de las conductas en torno al alcohol, la cual ha presentado ser un factor relevante en el nivel de consumo actual. Es un dato importante a resaltar para futuras estrategias de prevención o intervenciones para retardar el inicio del consumo de alcohol el mayor tiempo posible, no sólo por las implicaciones legales relacionadas al consumo en menores de edad, sino a los daños tanto físicos y cognitivos a los que se enfrentan con este tipo de consumo, siendo expuestos a conductas sexuales de riesgo y a una dependencia temprana a la sustancia. Se recomienda en un futuro, poder replicar esta investigación siguiendo procedimientos de muestreo probabilísticos, para aumentar la validez externa, y permitir una generalización de los resultados al resto de la población, brindando de este modo información más objetiva.

REFERENCIAS

Barraza Macías, A., y Barraza Nevárez, S. (2019). Procrastinación y estrés. Análisis de su relación con alumnos de educación media superior. CPU-E, Revista De Investigación Educativa, (28), 132-151. <https://doi.org/10.25009/cpue.v0i28.2602>

Baumeister, R. F., Vohs, K. D., & Tice, D. M. (2007). The strength model of self-control. *Current directions in psychological science*, 16(6), 351-355. DOI: 10.1111/2Fj.1467-8721.2007.00534.x

Beswick, G., Rothblum, E. D., & Mann, L. (1988). Psychological antecedents of student procrastination. *Australian psychologist*, 23(2), 207-217.

Clapp, J. D. y Shillington, A. M. (2001). Environmental predictors of heavy episodic drinking. *Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 27(2), 301-313.

Kandemir, M. (2014). Reasons of academic procrastination: Self-regulation, academic self-efficacy, life satisfaction and demographics variables. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 152, 188-193 DOI: 10.1016/j.sbspro.2014.09.179 40

OAD. (2016). Análisis del consumo de alcohol en población escolar: Sexto estudio nacional a estudiantes de enseñanza media. Buenos Aires: Secretaría de Políticas Integrales sobre Drogas de la Nación Argentina. Recuperado de https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2018/05/oad_2016._analisis_del_consumo_de_alcohol_en_poblacion_escolar_sexto_estudio_nacional_a_estudiantes_de_ensenanza_media.pdf

Organización Panamericana de la Salud (2015). "Informe sobre la situación regional sobre el alcohol y la salud en las Américas". Washington, D. C.. Recuperado de <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2015/alcohol-Informe-salud-americas-2015.pdf>

O'Hare, T. y Sherrer, M. V. (2005). Assessment of youthful problem drinkers: validating the Drinking Context Scale (DCS-9) with freshman first offenders. *Research on Social Work Practice*, 15(2), 100-119

Pilatti, A. y Brussino, S. A. (2009). Construcción y valoración de las propiedades psicométricas del Cuestionario de Contextos de Consumo de Alcohol para Adolescentes (CCCA-A). *Revista Argentina de Ciencias del Comportamiento*, 1, 13-25.

Pilatti, A.; Bravo, A. J.; y Pautassi, R. M. (2020). Contexts of Alcohol Use: A Latent Class Analysis among Argentinean College Students. *Drug and Alcohol Dependence*, 107936. <https://doi:10.1016/j.drugalcdep.2020.107936>

Pilatti, A., Read, J. P., & Pautassi, R. M. (2017). ELSA 2016 cohort: Alcohol, tobacco, and marijuana use and their association with age of drug use onset, risk perception, and social norms in Argentinean college freshmen. *Frontiers in psychology*, 8, 1452

Santoya Montes, Y., Garcés Prettel, M., & Tezón Boutureira, M. (2018). Las emociones en la vida universitaria: análisis de la relación entre autoconocimiento emocional y autorregulación emocional en adolescentes y jóvenes universitarios. *Psicogente*, 21(40), 422-439.

Torrecillas, F. L., Peralta, I., Rivas, M. J. M., & Godoy, J. F. (2003). Autocontrol y consumo de drogas. *Adicciones*, 15(2), 127-136. DOI: 10.20882/adicciones.436

Ziegler, N., & Opendakker, M. C. (2018). The development of academic procrastination in first-year secondary education students: The link with metacognitive self-regulation, self-efficacy, and effort regulation. *Learning and Individual Differences*, 64, 71-82. DOI: 10.1016/j.lindif.2018.04.009.



Autoestima y deserción escolar en el Instituto Provincial de Enseñanza Media N° 193 José María Paz

AUTORA
Irastorza, Rosario
lic.rosarioirastorza@gmail.com

CARRERA
Licenciatura en Psicología

REVISIÓN
Ana, Porta

RESUMEN

Se propone un plan de intervención dirigido al Instituto Provincial de Enseñanza Media N° 193 José María Paz, donde se identifica como problemática la deserción escolar y su relación con la baja autoestima de los estudiantes. Se postula como objetivo aumentar la autoestima a través de talleres de promoción de la motivación, respeto y emociones positivas, para acrecentar el presentismo escolar en estudiantes de tercer año del instituto escolar I.P.E.M. N° 193 José María Paz. Para cumplir con los objetivos se proponen talleres psicoeducativos y lúdicos, con actividades como: presentaciones de Power Point, videos, búsqueda del tesoro, ovillo de lana, dígalos con mímica de emociones, mesa humana de confianza. Se evaluará la validez del plan de acción en cuanto a los objetivos, con la aplicación de la Escala de autoestima de Rosenberg en los estudiantes. Se estiman resultados positivos, como adquisición de herramientas motivacionales, de reconocimiento emocional, respeto, aumentando la autoestima y propiciando un mejor clima áulico, para con ello aumentar el presentismo escolar. Se considera el proyecto desarrollado factible y apropiado a la temática, se destaca la importancia de promover y prevenir la salud mental

como profesionales de la salud y como partícipes de la sociedad, puesto que la autoestima es un aspecto importante de la personalidad, a nivel personal, social y cultural.

PALABRAS CLAVE

Autoestima, deserción escolar, emociones, motivación, respeto.

INTRODUCCIÓN

Se desarrolla un trabajo final de grado para la obtención del título Licenciatura en Psicología en la Universidad Siglo 21. Para ello se propone un proyecto de intervención dirigido hacia el Instituto Provincial de Enseñanza Media (I.P.E.M.) N°193 José María, perteneciente a la localidad de Saldán, provincia de Córdoba.

Se propone abordar la problemática institucional identificada desde la línea estratégica de nuevos paradigmas en salud mental, desde la promoción. Refiriéndose como problemática, el aumento de la deserción escolar en los últimos años en el I.P.E.M. N° 193, puesto que resulta preocupante para la institución. Y se destaca la gran relación de la deserción escolar con la baja autoestima en los estudiantes.

Es por ello que se proyecta un plan de acción que logre cumplir con los objetivos. Postulándose como objetivo general: aumentar la autoestima a través de talleres de promoción de la motivación, respeto y emociones positivas, para acrecentar el presentismo escolar en estudiantes de tercer año del instituto escolar I.P.E.M. N° 193 José María Paz, en un plazo de 2 meses, en el año 2024.

Se dirige el proyecto principalmente a los estudiantes de tercer año, considerándose importante que esté direccionado hacia ellos, por la edad que transitan y por cuán próximos se encuentran de pasar al ciclo orientado, como así también se tiene presente que la institución manifiesta, que en el ciclo básico es donde se encuentra una mayor comunidad heterogénea y conflictiva. Considerándose que el dispositivo les brindará herramientas y los fortalecerá para el desarrollo académico y personal.

Se postula un plan de acción con el propósito de cumplir con los objetivos. Se realizarán siete encuentros, uno por semana de 80 minutos, con una duración estipulada de dos meses. Será un dispositivo de talleres psicoeducativos, lúdicos, titulado "Talleres de autoestima desde la motivación, emociones y respeto". Se organizan los encuentros en base a las variables de los objetivos, en los primero 2 encuentros se abordará la temática autoestima, en el tercer y cuarto encuentro la motivación intrínseca, continuando con el quinto y sexto encuentro dirigido hacia las emociones y en el último encuentro se desarrollará el respeto y el cierre del dispositivo.

Posterior a la aplicación del plan de acción se evaluará si este resultó efectivo frente a

los objetivos planteados. Para evaluar, se utilizará una técnica descriptiva, observación a través de fotografías y se aplicará la escala de autoestima de Rosenberg, que mide los niveles de autoestima. Las evaluaciones se realizarán previo al desarrollo del dispositivo y posterior a la finalización, para comparar y verificar si hubo aumento de las variables propuestas en los estudiantes.

Estimándose resultados positivos y beneficiosos para los estudiantes, entre ellos la adquisición de herramientas motivacionales, sobre el reconocimiento de las emociones y respeto, propiciando el aumento de su autoestima, un mejor clima áulico y favoreciendo el presentismo escolar. También conocimiento y enriquecimiento sobre estas variables. Se concluye que la temática abordada es importante a nivel personal, social y cultural, tanto para la psicología, como para la salud en sus múltiples facetas, puesto que la autoestima es un factor valioso para la personalidad de las personas y el desarrollo de sus vidas. Por ello se propone y se persigue como estudiante y futuro profesional de la salud, la promoción y prevención de la autoestima, como así el seguir investigando y nutriendo el área de la salud mental

MATERIALES Y MÉTODOS

Como método se realizan talleres psicoeducativos y lúdicos que propician el aumento de la autoestima, trabajando las variables propuestas en los objetivos. En los talleres se utilizan materiales como Power Point, videos, canciones, juegos lúdicos: rompecabezas, tesoro escondido, mesa humana de confianza, lluvia de ideas, ovillo de lana.

Para evaluar si el plan de acción resulta efectivo para cumplir los objetivos se utilizará una evaluación de tipo descriptiva, observación. Esta se aplicará mediante una fotografía grupal a realizar en el primer encuentro y una fotografía grupal del último encuentro. También se propone un cuestionario para medir las variables, la escala de Rosenberg.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se aspira a obtener resultados positivos en cuanto a la implementación del plan de acción. Considerándose resultados positivos, a la obtención de un aumento progresivo de la autoestima en los estudiantes de tercer año del ciclo básico del instituto I.P.E.M. N° 193 José María Paz y que el respectivo aumento actúe en consecuencia favorable hacia el presentismo escolar.

Se tiene presente que el aumento de la autoestima no es algo que se puede obtener de manera inmediata, ya que es un aspecto de la personalidad complejo de trabajar y que requiere mayor tiempo y exhaustividad. Pero desde el enfoque académico con el cual se aborda, se examina la posibilidad de un aumento progresivo trabajando las variables pro-


puestas: motivación, emociones y respeto. Con la finalidad de generar valoración propia y respeto en los estudiantes, abordando así la autoestima e incentivando a que esta se refuerce.

En cuanto al objetivo general, se espera como resultado poder cumplir con él, a partir de los objetivos específicos, considerándose factible las herramientas y estrategias que se proponen en el plan de acción, el modo de informar los diferentes aspectos en el transcurso de los encuentros, el incremento de la motivación intrínseca para el desarrollo personal. Como así también el reconocimiento de las emociones, enfocándose principalmente en las emociones positivas y utilizándose estrategias de respeto. Se examinan posibles resultados beneficiosos para los estudiantes participantes de los talleres. Puesto que, cada objetivo está diagramado para generar aportes en ellos.

Para finalizar todo el trabajo realizado y desarrollado, se considera importante hacer una valoración en cuanto al recorrido. Se considera al proyecto desarrollado viable, alcanzable y factible de realizar en la institución escolar, estimándose posibles resultados beneficiosos y positivos en los estudiantes y en el ambiente escolar. Dando alusión que a partir del plan de acción propuesto se logró cumplir con los objetivos postulados y que se podrán medir con las evaluaciones propuestas. Se postulan las evaluaciones propuestas como aptas y favorables para el proyecto.

Por último, también se tiene en cuenta las limitaciones sobre el presente proyecto. Entre ellas, se infiere que la autoestima es un aspecto de la personalidad que se debe trabajar todo el tiempo, por lo que limita en las mejoras, ya que estas no se verán de manera instantánea, sino más bien progresivas. De igual manera se considera que la modalidad de abordaje planteado para aumentar la autoestima es factible y aportará al aumento de la autoestima de los estudiantes, favoreciendo el presentismo escolar, desarrollando junto con la autoestima, la motivación, emociones y respeto.

Se concluye destacando la importancia del trabajo sobre la autoestima, el promover y prevenir sobre la autoestima como aspecto esencial en la personalidad, resulta un camino arduo y largo que comenzó hace tiempo, pero que se puede y debe seguir investigando, estudiando, tanto sobre la autoestima como sobre todo el área de salud mental, que compete a los profesionales de la salud y a uno como estudiante, pero también a la sociedad, cultura y a cada persona en particular. Se pretende con el proyecto también incitar e invitar a las personas a investigar sobre la temática, profundizar y velar por los derechos de la salud mental.



Formación docente en inteligencia emocional para abordar las necesidades educativas especiales en Instituto Santa Ana

AUTORA
Peruchini, Lucila Carolina
carolinaperuchini@gmail.com

CARRERA
Licenciatura en Psicología

REVISIÓN
Ana, Porta

RESUMEN

El presente trabajo, puntualiza la relevancia de que las instituciones educativas y sus integrantes posean las herramientas necesarias para afrontar los desafíos que les presenta la actualidad, como es el caso de la inclusión en las aulas. La cual, es fundamental para garantizar que todos los niños y adolescentes puedan acceder a una educación de calidad.

Para lograrlo, es esencial contar con docentes formados en Inteligencia Emocional (IE) para trabajar con alumnos con Necesidades Educativas Especiales (NEE). Si bien la IE es crucial en cualquier espacio educativo, es un pilar fundamental para la enseñanza-aprendizaje de alumnos con NEE, quienes requieren otra atención y apoyo diferente al que necesitan otros alumnos.

Ante estos desafíos actuales, proponemos una formación docente con el objetivo de formarlos en IE para que adquieran habilidades necesarias para el trabajo áulico con alumnos con NEE, logrando de esta manera respetar los derechos que incumben a niños y adolescentes. También se espera que tenga efectos positivos en los docentes, mejorando

la calidad de enseñanza-aprendizaje, y que genere valiosas contribuciones para futuras aplicaciones.

PALABRAS CLAVE

Formación docente, Inteligencia Emocional, Necesidades Educativas Especiales, alumnos.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la inclusión se destaca como un pilar fundamental en el ámbito educativo, que garantiza el acceso de niños/as y adolescentes a una educación de calidad, independientemente de las dificultades (sean físicas, psíquicas o sensoriales) que puedan presentar. Aunque existe la Ley de Educación Nacional, que establece que este derecho es esencial, es evidente que el ámbito educativo y los docentes que forman parte de estos espacios, no siempre están preparados para trabajar con niños y/o adolescentes con NEE, constituyendo así un desafío para la educación.

Por consiguiente, el presente trabajo se centra en una intervención que favorezca el desarrollo de la institución, ya que se considera que dicho aspecto es de vital importancia en las instituciones educativas, como en la labor docente, puesto que, tiene como fin potenciar la eficiencia y eficacia de la institución, al mismo tiempo que promueve el bienestar de los trabajadores (Robbins, 1996). Por lo que se plantea un taller de formación para todos los docentes de distintos niveles educativos.

El objetivo principal de dicha formación consiste en fortalecer las habilidades de Inteligencia Emocional y el manejo efectivo de las mismas. Puesto que es importante que los docentes posean un adecuado control de sus emociones y las de los demás para poder realizar su labor áulica de manera correcta y más amena con niños y adolescentes con NEE.

Si bien, la IE es importante para cualquier ámbito de enseñanza, las dificultades que poseen los alumnos con NEE convierten a estas habilidades en un pilar fundamental para el proceso de enseñanza-aprendizaje, ya que les permite fortalecer su propia IE, logrando mejorar sus capacidades adaptativas, disminuyendo la violencia que pueda generarse entre pares, y constituyendo un pilar para un aprendizaje sano (Cohen, 2003).

Finalmente, no deja de ser relevante para el bienestar de los docentes, ya que el estar preparados para afrontar diferentes situaciones en el aula, implica la disminución del desgaste profesional, un aumento en su motivación y confianza, logrando así mejorar el clima en el aula, la relación con los alumnos, entre otras cosas.

PLAN DE ACCIÓN

El objetivo de la intervención es formar a los docentes en IE con el propósito de que adquieran habilidades necesarias para el trabajo áulico con alumnos con NEE. El taller se llevará a cabo en la Institución Santa Ana, durante un mes, con una frecuencia semanal y una duración aproximada de una hora y media a dos horas por encuentro.

El taller estará compuesto por cuatro encuentros, diseñados estratégicamente para abordar habilidades fundamentales que componen la IE, y además se explorará su aplicación directa en el contexto educativo de las NEE. Se enfatizará en la importancia de dichas habilidades para mejorar el trabajo áulico de los docentes con niños y/o adolescentes que enfrentan dichas dificultades en el aprendizaje.

Es crucial aclarar que la duración del taller y la metodología de trabajo se irá ajustando a las diferentes necesidades que presente cada institución educativa en relación a la temática abordada aquí, asegurando así una adaptación efectiva al contexto de cada institución y poder generar un impacto positivo en la práctica educativa de cada una de ellas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados que se esperan con la implementación del taller son que posibilite a los docentes adquirir nuevos conocimientos en relación a la IE y NEE, como también reforzar o mejorar las habilidades de IE que requieren los mismos en su labor áulica con niños y/o adolescentes con NEE. Las actividades planteadas en los diferentes talleres se encuentran pensadas y diseñadas estratégicamente de modo que posibiliten dicho fortalecimiento de habilidades para cumplir los objetivos propuestos en este proyecto de intervención.

Considerando que los docentes aparecen como un modelo a seguir para los alumnos, se espera al finalizar la formación, que los docentes puedan reconocer y expresar de manera adecuada sus emociones como comprender las de sus alumnos, que puedan regular sus emociones en pos de controlar sus comportamientos y apoyar a los alumnos a regular las propias emociones, contribuyendo al alcance de una mejor calidad del aprendizaje no solo de los contenidos curriculares, sino también de otras habilidades que se van adquiriendo gracias a la escuela.

Finalmente, como consecuencia directa a la formación, se espera que a largo plazo mejore la calidad de enseñanza-aprendizaje del Instituto Santa Ana, como también la confianza y motivación docente para trabajar en el aula con las diferentes dificultades de aprendizaje que puedan presentarse. Lo cual, influirá también en la institución, convirtiéndola en un instituto más inclusivo y capacitado para la enseñanza.

Como fortaleza del proyecto, se puede mencionar también, que hasta el momento no se encuentra información suficiente o programas de capacitación sobre la temática aborda-

da. Por lo que el presente proyecto puede generar aportes significativos para el ámbito de la educación y de la psicología. En cuanto a las debilidades, podemos mencionar la necesidad de apoyo, voluntad y motivación de las instituciones educativas para incorporar esta formación a sus espacios y que los docentes puedan participar de la misma.

REFERENCIAS

Cohen, J. (2003). Inteligencia emocional en el aula, La. Editorial Pax México.

Robins, S. (1996). Cambio y Desarrollo Organizacional. Comportamiento organizacional. Teoría y práctica. México DF: Prentice-Hall Hispanoamericana.



UNIVERSIDAD
SIGLO 





Ciencias del Derecho

TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN
2023 | 2024

Prefacio

Decanato de Ciencias del Derecho

En un mundo marcado por transformaciones sociales, económicas y tecnológicas, el Derecho y la Criminología se posicionan como pilares fundamentales para interpretar, regular y garantizar la convivencia pacífica. Este capítulo del **Anuario de Trabajos Finales de Graduación** refleja el compromiso con la generación de conocimiento que no solo enriquece el ámbito académico, sino que también brinda respuestas concretas a los desafíos contemporáneos.


Nuestra Universidad promueve una mirada transversal y federal de las Ciencias del Derecho, reconociendo la diversidad cultural, económica y social que caracteriza a nuestro país. Esta perspectiva fomenta trabajos de graduación que no solo consideran los contextos globales, sino que también atienden las particularidades específicas de cada región, fortaleciendo así el desarrollo de un perfil profesional con una mirada inclusiva, empática y con alto compromiso social.

Cada uno de los trabajos presentados en este año es el resultado del esfuerzo, la dedicación y el compromiso de nuestros estudiantes, quienes apuestan a la educación como el camino para transformar realidades.

Con la culminación de este ciclo académico, nuestros estudiantes no solo cierran una etapa, sino que abren la puerta a nuevas oportunidades, con la convicción de que el aprendizaje continuo es clave para construir un futuro profesional sólido y ético.

Es por eso que, para nuestros estudiantes, el Anuario es más que un compendio de trabajos finales: es un punto de encuentro entre la teoría y la práctica que ellos mismos han sido capaces de integrar y representa una guía para mantenerse actualizados y actualizadas en las tendencias y perspectivas del campo disciplinar.

Mgter. Paula Alladio
Decana de Ciencias del Derecho



Femicidio y violencia de género: un análisis del caso Paola Acosta desde una perspectiva jurídica y normativa

AUTORA

López, Lorena Mariel
loreml.0142@gmail.com

CARRERA

Abogacía

REVISIÓN

Sabrina, Chemelli

RESUMEN

El documento proporciona un análisis profundo sobre la violencia de género y su tratamiento en el derecho penal argentino, subrayando la necesidad de interpretaciones amplias y flexibles que consideren los derechos humanos de las mujeres. Se analiza un caso judicial relacionado con violencia de género y femicidio, específicamente el asesinato de Paola Acosta, perpetrado por su expareja, Gonzalo Lizarralde.

Se resalta la precisión con la que el TSJ de Córdoba interpretó el concepto de “contexto de género”, permitiendo aplicar la agravante de femicidio en el caso. El fallo contribuye a la lucha por una vida libre de violencia para las mujeres y refuerza la importancia del derecho internacional en este tipo de casos.

PALABRAS CLAVE

Violencia de género, contexto de género, Femicidio, CEDAW, Convención de Belém do Pará.

INTRODUCCIÓN

La violencia de género, y su expresión más extrema, el femicidio, representan problemas críticos en el contexto de los derechos humanos y la justicia penal. Este trabajo analiza el caso de Paola Acosta, cuyo asesinato por su ex pareja en 2014 provocó una serie de discusiones jurídicas en torno a la aplicación del artículo 80 inciso 11 del Código Penal Argentino, el cual introduce la figura del femicidio como una agravante del homicidio. A través de un estudio del contexto fáctico y jurídico del caso, se explora cómo los tribunales argentinos, especialmente el Superior Tribunal de Justicia de Córdoba (STJ), interpretaron el “contexto de género” en el marco de las normativas locales e internacionales.

MATERIALES Y MÉTODO

Para poder llevar a cabo el presente trabajo se utilizó un método jurisprudencial con análisis doctrinario y normativo, lo que permitió abordar el problema jurídico desde una perspectiva teórica y práctica. Con el planteamiento del problema y análisis de un caso concreto: El trabajo estudia el caso de Paola Acosta, una mujer asesinada por su ex pareja, para entender cómo los tribunales aplicaron la figura del femicidio en la sentencia.

Revisión normativa: Se revisan las leyes argentinas, como la Ley 26.791 (que introduce el femicidio) y la Ley 26.485 sobre violencia de género, para contextualizar el análisis.

Estudio doctrinal: Se consultan fuentes académicas y doctrinas legales sobre femicidio y violencia de género para fundamentar el análisis jurídico.

Análisis jurisprudencial: Se comparan fallos judiciales relacionados con la violencia de género y el femicidio, mostrando cómo otros tribunales han interpretado estos conceptos en diferentes casos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Discusión:

El caso resalta la importancia de una interpretación expansiva y contextualizada de las leyes sobre violencia de género. Mientras que la Cámara del Crimen de Córdoba trató de aplicar una interpretación más limitada del femicidio, el STJ se alineó con una visión más amplia, acorde a los tratados internacionales de derechos humanos. Esta divergencia muestra la complejidad del problema y subraya la necesidad de una normativa más clara y precisa que facilite la aplicación adecuada de la ley en casos de femicidio.

El papel de las normativas internacionales fue clave en este caso. La remisión a tratados como la CEDAW y la Convención de Belém do Pará permitió al STJ argumentar que la violencia de género no se limita a agresiones físicas visibles, sino que puede manifestarse a través de otros tipos de abuso y control que reflejan una relación de poder desigual entre

el agresor y la víctima.

Resultado:

El análisis del caso de Paola Acosta evidencia las dificultades que enfrentan los tribunales argentinos al interpretar el concepto de violencia de género en el marco del artículo 80 del Código Penal. A pesar de la falta de claridad en la normativa, el fallo del STJ de Córdoba estableció un importante precedente al ampliar la definición de violencia de género y femicidio. Este enfoque, apoyado en normativas internacionales de derechos humanos, puede tener un impacto significativo en cómo se tratan los casos de violencia contra las mujeres en el futuro.

El fallo también subraya la necesidad de que las leyes sobre violencia de género se interpreten y apliquen en consonancia con los compromisos internacionales asumidos por Argentina, de manera que se garantice una protección efectiva para las víctimas y se sancione adecuadamente a los responsables de estos crímenes.

REFERENCIAS

Código Penal Argentino, Ley 11.179 (T.O. 1984 actualizado).

Ley N°26.791 - Reforma del artículo 80 del Código Penal. Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina, 2012.

Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW), 1979.

Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención de Belém do Pará), 1994.

Toledo Vásquez, P. (2014). Femicidio/Feminicidio. Buenos Aires: Didot.

Alchourron, C. y Bulygin, E (2012). Introducción a la metodología de las ciencias jurídicas sociales. Buenos Aires, AR: Astrea

Boumpadre, J.E.,(2013) violencia de género, femicidio y derecho penal.

Chárter, S.(2005) femicidio e impunidad. Centro de encuentro cultura y mujer, Argentina.

Medina, G (2013) violencia de generoby viol3ncia doméstica.
Legislacion: Código Penal. Ley N°11.179.

Ley N°26.791- reforma del art. 80 del Código Penal.

Ley N° 26.485-proteccion integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales.

Jurisprudencia: TSJ, Córdoba, sala penal,"L.G.M. P.s.a. homicidio calificado y homicidio calificado en grado de tentativa s/ recurso de casacion, 09/03/2017.

TOC N°9, N°2 Mar del Plata," I.A.R. s/ homicidio triplemente agravado 14/03/2016.

CAP, sala 1, rosario," A.S.R.E.M. s/ homicidio calificado por alevosía y violencia de género",02/12/2013.

La ponderación de la prueba en el despido discriminatorio

AUTORA

Silva, Mariana Florencia

marianasilvacastro76@gmail.com

CARRERA

Abogacia

REVISIÓN

Sabrina, Chemelli

RESUMEN

La igualdad es un principio que compromete un trato ecuánime donde lo justo implica proporcionalidad frente a desigualdades propias de la sociedad y en especial protección de los grupos vulnerables, en este caso de la actora por su condición de mujer. El Estado debe equilibrar estas disparidades producidas entre las personas por los estereotipos arraigados. El principio de igualdad garantizado en el artículo 16 de la Constitución Nacional reconoce a la persona derechos anteriores al Estado de los que no pueden ser privados conforme los artículos 14 y 17 de la carta magna, incluso por sobre la voluntad individual y los derechos de libertad de contratar y ejercicio de toda industria lícita.

La herramienta de la perspectiva de género no puede soslayarse frente a los procesos en los que se sospecha que hay un acto discriminatorio, en varias oportunidades solapados en otras causales, como elemento de interpretación a fin de dictar sentencias justas e igualitarias en ese aspecto.

Ante esto, el objetivo del presente trabajo es destacar la importancia de la ponderación

de los elementos probatorios en un proceso que contiene estas características, entendiendo que quien denuncia un trato discriminatorio ostenta una vulnerabilidad intrínseca, por lo que es suficiente que introduzca las pruebas con carácter indiciario y quien debe acreditar lo contrario es quien está en mejores condiciones de hacerlo, restableciendo el equilibrio ante una desigualdad propia del contexto y destacando que la inteligencia interpretativa debe enfocarse en restablecer la equidad.

PALABRAS CLAVE

Discriminación; Igualdad; Prueba; Género

INTRODUCCIÓN

El despido directo sin expresión de causa como facultad consagrada del empleador en el artículo 245 de la LCT tiene un límite natural en los principios protectorios y de razonabilidad, contrario a la arbitrariedad sancionada como causal prohibida de la ruptura del vínculo laboral.

Para hacer un breve resumen del caso, la Srta. Florencia Valdatta trabajaba en una estación de servicios y había sido obligada a usar un uniforme que ella consideraba atentaba contra su sentido del pudor, y por el que había recibido comentarios descalificadores y agresivos de transeúntes y clientes. Por esa razón decidió usar la vestimenta asignada al personal masculino. Ante esta situación el empleador consideró que constituía una falta al deber de obediencia sancionándola con suspensiones y a posteriori con el despido. La quinta Cámara del Trabajo, tribunal a quo, no consideró que hubiera ribetes discriminatorios en el distracto por lo que la accionante presentó un recurso extraordinario.

En este fallo, la disquisición teórica fue la de identificar, si la extinción del vínculo laboral estaba circunscripta sólo a la facultad del empleador de despedir sin expresión de causa, o era necesario atender la postura de la actora que manifestaba que su despido tenía un reproche discriminatorio, constituyendo así una colisión de principios entre la facultad de dirección y organización que se traduce en la facultad de despedir sin causa válida como regla, con los límites impuestos a los motivos para hacerlo cuando se solapan razones que colisionan con la igualdad de trato, no discriminación y dignidad, consagrados en nuestra carta magna.

La Suprema Corte de Justicia de Mendoza determinó que la causal del distracto quedó configurada dentro del condicionante fáctico que establece la norma del artículo 1 de la Ley 23.592 (ley reglamentaria del art 16 de la CN) cuando enumera los actos que se reprochan como discriminatorios, a lo que basa su decisión en el fallo “Álvarez c/Cencosud S.A.” de la Corte Suprema de Justicia.

La SCJM se detiene en el caso de la prueba cuando se trata de un despido discriminatorio. Cuestión que remite a la doctrina del fallo “Pellicori c/ Colegio de Abogados de la Capital Federal” de la CSJN que sostiene que quien invoca una causal de discriminación con sólo acreditar los hechos a prima facie con indicios suficientes y concordantes, desplaza el onus probandi en cabeza del empleador, quien debe acreditar que no existió dicha motivación para que se produzca el distracto, por lo que se invierte la carga de la prueba.

Entiende que la actora sufrió un menoscabo de sus derechos por su condición de mujer, por lo que introduce la herramienta de la perspectiva de género para el análisis del plexo probatorio. Sostiene que todo acto de violencia ejercido contra la mujer también afecta el derecho a la dignidad y a la integridad, que debe analizarse por medio de la normativa interna relativa al tema, especialmente la Ley 26.485 de protección de la mujer como así también los derechos tutelados en los instrumentos internacionales sobre Derechos Humanos de carácter constitucional como la Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer “Belem Do Pará” y la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación de la mujer “CEDAW”.

En último término, el tribunal cimero reconoce que es un deber jurídico de los órganos jurisdiccionales y que el mismo legislador nacional dispone, respecto a garantizar los derechos reconocidos a las mujeres en todo procedimiento judicial, por lo que debe tenerse en cuenta el contexto fáctico en el que se inserta el ilícito en cada caso concreto, y ponderar en esa dirección los elementos probatorios y la interpretación de las normas jurídicas, atendiendo especialmente a la condición de vulnerabilidad de las personas involucradas.

MATERIALES Y MÉTODOS

La supremacía del derecho a la igualdad yace en la naturaleza del género humano y es indivisible a la dignidad esencial del hombre. Este principio que para Samuel (2017) así como la prohibición de discriminación, han alcanzado una entidad tal que pertenecen al *ius cogens*, constituye una limitación a la libertad de contratar garantizada en la CN, y obliga al empleador a mantener criterios iguales tanto para hombres como para mujeres, tal como lo pondera el tribunal cimero en su fallo.

El empleador tiene un deber de previsión que es manifestación directa del principio protectorio y donde surge que debe evitar órdenes nocivas o perjudiciales para sus trabajadores, dentro del cual está contemplada la preservación de la intimidad y libertades del dependiente como también la igualdad de trato con sus pares.

En este sentido, según Grisolia (2016) la discriminación implica un trato diferenciado y se transforma en ilegal cuando se convierte en injusto, basado en características personales, sexo, raza, etc. La protección que debe dársele a la mujer en un contexto de discrimina-

ción está garantizada por el principio de igualdad y protectorio, en los artículos 16 y 14 bis respectivamente del texto constitucional. Puede tomar distintas formas, y no necesita ser intencional para ser pasible de reproche y reparación.

La normativa respecto al despido discriminatorio es difusa dentro de la Ley 20.744 de contrato de trabajo. Se puede ver en los artículos 64, 65 y 86 de la Ley 20.744 (LCT), que el empleador ostenta facultades de organización económica y técnica, y de dirección funcional que deben ejercitarse con carácter funcional, que debe ejercer en los límites fijados por la ley sin perjuicio de los derechos personales y patrimoniales del trabajador

Asimismo, la LCT establece una prohibición clara y palmaria cuando reza que “se prohíbe cualquier tipo de discriminación entre los trabajadores por motivo de sexo, raza, nacionalidad, religioso, político, gremial o de edad.” (Ley 20744, 1975, artículo 17)

En lo que se refiere a la igualdad de trato dentro del régimen laboral el artículo 81 de la misma ley establece que se “debe dispensar igual trato en identidad de situaciones, considerando trato desigual cuando se produzcan discriminaciones arbitrarias fundadas en razones de sexo, religión o raza [...]” El interés protegido por este artículo no es económico sino moral, se relaciona con el respeto a la dignidad del trabajador, derecho irrenunciable e inderogable para las partes que es de orden público. En el capítulo referido al trabajo de mujeres se establece protección especial sobre ellas cuando expresa “La mujer podrá celebrar toda clase de contrato de trabajo, no pudiendo consagrarse [...] ningún tipo de discriminación en su empleo fundada en el sexo...” (LCT 20.744, 1976, artículo 172).

En el análisis, como se mencionó, se tuvo en cuenta la carga dinámica de la prueba y sobre todo la valoración especial que debe hacerse al momento de evaluar un contexto discriminatorio y en donde sea protagonista una mujer, basado en lo que establece la Ley 26.485 contra la violencia de la mujer que condena cualquier conducta, acción u omisión que ponga en desventaja a la mujer respecto al varón.

Respecto a la herramienta de perspectiva de género, los jueces valoraron que se debe tener en cuenta para merituar el despido discriminatorio, y cuyos argumentos quedaron plasmados en el fallo “Kraus Ingrid C/ La Caja ART S.A.”, que establece, que un contexto de vulnerabilidad y discriminación laboral, puede enmarcarse dentro de violencia de género tal como lo consigna la ley 26.485. Cuestión que también destaca el cimero Tribunal en los autos “Benavidez c/ Berca” que reza que la mujer trabajadora debe ver respetadas sus garantías constitucionales en pie de igualdad con el hombre, con una mirada con perspectiva de género, bajo el paradigma social que supone que la mujer trabajadora sufre una vulnerabilidad especial que requiere tutela.

DISCUSIÓN

El fallo “Valdatta Florencia Micaela en juicio N° 152510 Valdatta Florencia Micaela c/ Asfalia S.A. p/ despido p/ Rec Ext” de la SCJM, respecto al problema jurídico de antinomia de las normas del sistema aplicables al caso, resolvió que el vínculo había sido extinguido por una causal subjetiva, arbitraria y discriminatoria por razones de género.

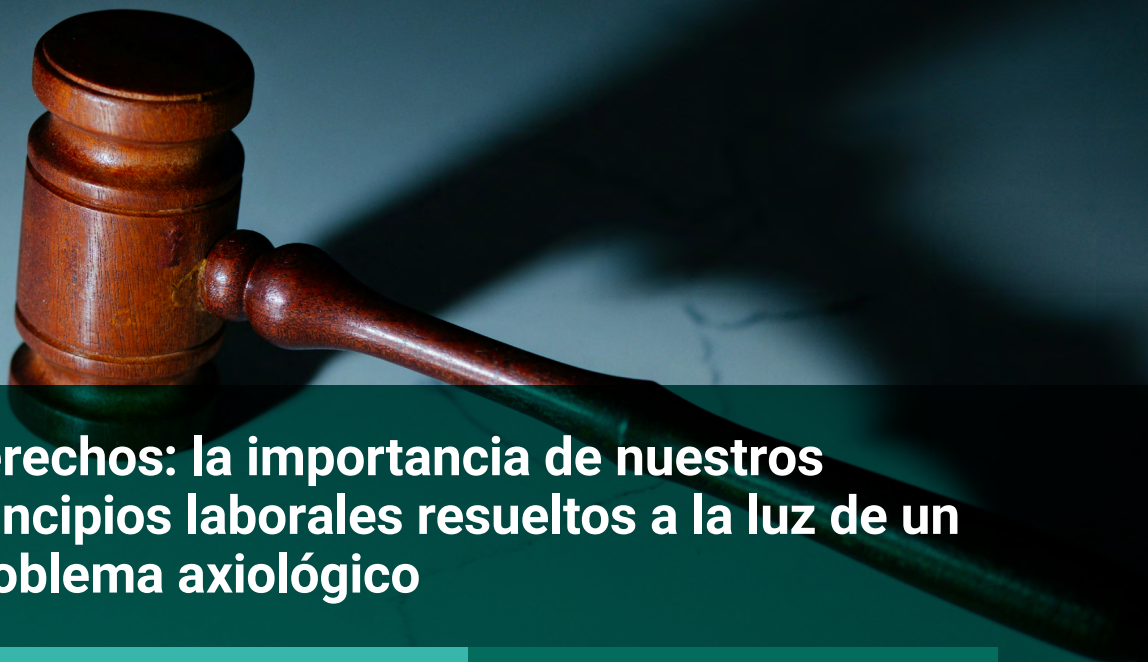
Dentro de las líneas argumentales, quedó delineada especialmente la inteligencia interpretativa que debía darse al plexo probatorio cuando en el marco de un contrato laboral se discute un contexto discriminatorio, poniendo atención en la categoría conceptual de perspectiva de género como parámetro de interpretación de los elementos probatorios frente a grupos históricamente vulnerables para lo que la capacitación de los operadores de la justicia deviene en imprescindible.

Resulta importante destacar los conceptos de las categorías jurídicas que emergen del fallo en materia de despido discriminatorio y la hermenéutica de interpretación que debe darse a la normativa de la LCT al amparo de los derechos fundamentales protegidos receptados en los instrumentos de derechos humanos con jerarquía constitucional y supremacía legal.

REFERENCIAS

SAMUEL, O. M. (2017) Discriminación Laboral. Buenos Aires, Argentina. Editorial Astrea SRL

GRISOLIA, J.A. (2016). Manual de Derecho Laboral 7ma Ed. Buenos Aires, Argentina. Ed. Abeledo Perrot



Derechos: la importancia de nuestros principios laborales resueltos a la luz de un problema axiológico

AUTORA
Velasquez, Debora Danisa
deboravelasquez2022@gmail.com

CARRERA
Abogacía

REVISIÓN
Ana, Porta

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo el análisis de nuestros principios protectorios en el área del derecho Laboral Argentino consagrados en nuestra Constitución Nacional, y la ley 20.744 LCT. Principios como el protectorio (art.14 bis CN), que protege al trabajador en todos los aspectos de la relación laboral, la condición más beneficiosa: prevalecen disposiciones más favorables para el trabajador (art 9, LCT), el In dubio Pro Operario (art 9, LCT), en caso de duda se interpretara la norma a favor del trabajador. Se enfocará en el estudio de un fallo específico del Tribunal Superior de Justicia de la Prov. De Santa Cruz, basado en un empleado que atravesaba una situación de enfermedad como la depresión tras haber perdido a su esposa que, con certificados médicos presentados, es despedido por su empleador. Se observó una serie de aspectos sobre los cuales se argumentaron la razón del despido como abandono de trabajo, este artículo realizara un análisis de nuestra legislación y jurisprudencia aplicable para ver cómo se ajustó el fallo en las diferentes instancias.

PALABRAS CLAVE

Derecho Laboral; Principios laborales; Despido.

INTRODUCCIÓN

El derecho laboral Argentino se encuentra garantizado en nuestra Carta Magna específicamente en el art. 14 bis y, en la Ley de Contrato de Trabajo (L.C.T.) N° 20.744. Esta normativa establece el “Despido por justa causa” en el Capítulo IV, en el art 244 que dicha causal “como acto de incumplimiento del trabajador” requiere para su configuración tres elementos:

- a) la previa constitución en mora por parte de la empleadora,
- b) que se realice mediante una intimación fehaciente a que se reincorpore al trabajo y
- c) por el plazo que impongan las modalidades que resulten en cada caso particular.

El abandono de trabajo constituye una de las causales de despido con justa causa, y se conceptualiza como “la actitud del trabajador de ausentarse en forma intempestiva e injustificada del trabajo”.

Los artículos 62 y 63 LCT se expiden acerca de la obligación de las partes de conducirse con criterio de colaboración, solidaridad, y, sobre todo, a obrar de buena fe, en todas las etapas de la relación de trabajo.

El estudio del fallo emitido por el Tribunal Superior de Justicia de Santa Cruz en autos: “Díaz Lorenzo Martin c/ Soc. Anónima Importadora y Exportadora de La Patagonia s/ Laboral el día 21/05/2021. El actor había sido despedido bajo

la causal de abandono de trabajo a pesar de haber acreditado una enfermedad (depresión tras la muerte de su esposa) y haber remitido los certificados médicos. Promovió demanda laboral por despido sin causa, que fue acogida en primera instancia, pero luego fue rechazada por la Cámara. El Sr. Díaz se alzó mediante recurso de casación, lo que implicó una nueva ponderación de los hechos.

Se observa un problema axiológico, “el cual se visibiliza por la contradicción de una regla de derecho con algún principio superior del sistema o un conflicto entre principios en un caso concreto” (Dworkin 2010). Aquí, la resolución de los camaristas incurre en la violación del principio in dubio pro operario y la consecuente violación del art. 14 bis de la CN. A su vez, son puestos en tela de juicio el principio de la buena fe presente en los arts. 62 y 63 de la LCT.

La relevancia del abordaje de este decisorio, para brindar una solución que sea coherente, debe hacerse en base a una mirada en retrospectiva y en la búsqueda de un diálogo de fuentes. En este caso, más allá de las razones que se brindan es necesario volver a las bases que consagran los principios protectorios del Derecho Laboral.

Se debe examinar de manera objetiva y metódica cuál ha sido la manera de actuar y de desenvolverse de cada parte, ya que atento a los arts. 62 y 63 LCT, ello conlleva a presumir que alguna ha incumplido su deber. No obstante, es preciso verificar si se han dado los presupuestos para la configuración de la figura prevista en el art 244 LCT tal como estima la empleadora.

Se expondrá la plataforma fáctica de la causa, la historia procesal y la decisión resuelta por el TSJ basada en los argumentos esgrimidos, un marco teórico.

El litigio surgió a raíz del despido por abandono de trabajo (art. 244 LCT) que le fue endilgado al Sr. Díaz. El actor realizaba tareas dentro de una sucursal de supermercado situada en la ciudad de Puerto Deseado, provincia de Santa Cruz, y a raíz del deceso de su esposa cayó en un cuadro depresivo. Se le prescribió hacer reposo a causa de los episodios de ansiedad que padecía y ello fue debidamente acreditado mediante los certificados médicos presentados a su empleadora.

Fue citado a un control médico por parte de su empleadora en la ciudad de Caleta Olivia, en la cual fue confirmada la patología. El quid de la cuestión consistió en la decisión del actor de trasladarse a Salta, ya que a pesar de seguir remitiendo los certificados vía fax y depositarlos ante la autoridad administrativa laboral de dicha provincia, la actitud de la patronal cambió radicalmente. Consideró injustificadas sus inasistencias alegando la omisión de ejercer su facultad de control médico atento a la distancia, lo que llevó a un intercambio epistolar entre las partes. Vale aclarar que el primer control médico solicitado por la empleadora no se dió en la ciudad donde se encontraba su lugar de trabajo, sino en Caleta Olivia mas de doscientos veinte kilómetros del lugar de trabajo del actor ¿Por qué sería un impedimento la distancia entonces?

El actor recibió la notificación del distracto laboral el día 16/06/2016 adjudicándole la causal mencionada, y por ello debió iniciar una demanda laboral contra la Sociedad Anónima Importadora y Exportadora de la Patagonia cuyo petitorio se fundó en la indemnización por despido sin justa causa y los haberes adeudados por parte de la demandada.

El a quo hizo lugar a la misma y condenó a la accionada al pago de una suma dineraria en concepto de indemnización por antigüedad, preaviso, salarios previstos en el artículo 213 de la LCT, SAC y vacaciones proporcionales, más los intereses calculados desde la fecha del despido hasta su efectivo pago.

El decisorio fue apelado, y la Excma. Cámara de Apelaciones decidió revocar la sentencia de grado. Fundamentó que se atribuía al dependiente el quebrantamiento del principio de buena fe establecido en el artículo 63 de la LCT, ya que el alejamiento del radio de acción de la patronal implicaba una negación al sometimiento de control médico.

Ante dicha sentencia, el actor interpuso recurso de casación, aduciendo arbitrariedad le-

gal y la violación del principio *in dubio pro operario*. Se agravió ante la violación del artículo 14 bis de la CN. y de los artículos 7, 9, 63, 68, 79, 208, 210, 211, 213, 231, 232, 239 y 245 de la LCT. Se agravia ante la decisión de la empleadora de despedirlo por abandono ya que no se hallan cumplidos los presupuestos de hecho de la norma invocada como fundamento de la ruptura del vínculo laboral atento a que no hubo ni omisión, ni silencio de su parte.

La alzada declaró formalmente admisible el recurso de casación interpuesto. El Tribunal Superior de Justicia de Santa Cruz hizo lugar al recurso interpuesto por la parte actora y, por consiguiente, casó el resolutorio de la Excm. Cámara de Apelaciones. Finalmente, hizo lugar a la demanda iniciada por el Sr. Díaz y condenó a la accionada Sociedad Anónima Importadora y Exportadora de la Patagonia, al abono de las sumas arrojadas por la liquidación de los rubros correspondiente y en base a las pautas señaladas en el considerando IX y en el término de diez días.

MATERIALES Y MÉTODOS

Detallaremos todos los materiales utilizados, así como los procedimientos y etapas del fallo analizado para llevar a cabo el estudio. Esta sección es fundamental para que otros investigadores puedan replicar el estudio de manera precisa.

El método utilizado fue el análisis documental y bibliográfico, ya que se hace referencia a diversas fuentes legales (la Constitución Nacional, la Ley de Contrato de Trabajo) y a la doctrina y jurisprudencia relacionadas con el tema del derecho laboral. Además, se realiza una reconstrucción de los hechos y argumentos expuestos.

En cuanto a los métodos de investigación utilizados, este trabajo se basa en un análisis crítico-interpretativo del fallo emitido por el Tribunal Superior de Justicia de Santa Cruz en el caso “Díaz Lorenzo Martín c/ Soc. Anónima Importadora y Exportadora de La Patagonia s/ Laboral”. Se presentan los hechos relevantes del caso, se reconstruye la *ratio decidendi* del tribunal y se expone la postura sustentada por la autora mediante argumentos fundamentados en las fuentes jurídicas consultadas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Este trabajo nota a fallo fue destinado al análisis de la causa “Díaz Lorenzo Martín c/ Soc. Anónima Importadora y exportadora de La Patagonia s/ Laboral”, la cual fue resuelta por el Tribunal Superior de Justicia de Santa Cruz.

El eje central de la misma versó sobre la resolución de un problema axiológico, que concretamente se evidenció en la contraposición del principio *in dubio pro operario* -una de las garantías previstas en el art 14 bis de la Constitución Nacional- ante la extinción de la relación laboral a causa del supuesto abandono de trabajo. La empleadora había recurrido

a esa forma dedistracto, que reflejaba un encuadre dudoso, y que había sido resuelto a favor del dependiente en primera instancia, pero luego rechazado ante la cámara.

Se intentó ofrecer a lo largo del trabajo un recorrido por los hechos que motivaron el litigio, y la historia procesal que evidenciaba las distintas resoluciones contrapuestas que fueron debidamente argumentadas. Desde dicha inteligencia y solo a mayor abundamiento, debió el TSJ realizar una ponderación apuntada en el marco legislativo, doctrinario y jurisprudencial respecto de los elementos que constituyen el art 244 de la LCT y las conductas de las partes, para así decidir otorgar preeminencia al principio que mayor peso tuviera.

Se celebra el resolutorio atinado del alto tribunal, ya que ello es el fiel reflejo de los principios abocados a la equiparación de las partes dentro de la relación de trabajo. Aquí no sólo examinó de manera exhaustiva los elementos que constituían la figura puesta en tela de juicio, sino que se pretendió ir más allá y se analizó el elemento subjetivo de ambas partes. De la conducta del actor se desprendió la clara voluntad de mantener la relación laboral y, de manera opuesta, el desinterés de la empleadora al apartarse a lo regido en los arts. 62 y 63 de la LCT.

REFERENCIAS

Constitución de la Nación Argentina [Const.] (22 de agosto de 1994) [Reformada] 1° ed. Editorial legislativa.

Congreso de la Nación Argentina (13 de mayo de 1976). Ley de Contrato de Trabajo [Ley N° 20.744]. Recuperado de infoleg.com.ar

Dworkin, R. (2010). Los derechos en serio, 8° ed. Barcelona: Ariel Derecho.

Impacto de la educación emocional para la prevención del delito en la niñez y adolescencia

AUTORA
Homenuc, Gabriela Alejandra
ghomenuc04@hotmail.com

CARRERA
Licenciatura en Criminología y Seguridad

REVISIÓN
Ana, Porta

RESUMEN

El trabajo final de grado titulado “El impacto de la educación emocional para la Prevención del Delito en la Niñez y Adolescencia” se centró en explorar el papel de la educación emocional como estrategia para prevenir el delito en la niñez y adolescencia. El estudio reconoció que las habilidades emocionales son fundamentales para el desarrollo saludable de los individuos y pueden influir en su comportamiento delictivo. Se destacó la importancia de abordar las emociones negativas y aprender a manejarlas de manera adecuada, ya que la falta de habilidades emocionales puede llevar a conductas delictivas. También, se analizó el impacto de la educación emocional como herramienta preventiva. Se presentaron estudios e investigaciones que demuestran que la enseñanza de habilidades emocionales puede reducir la propensión al comportamiento delictivo, fomentando una mayor autoconciencia, empatía y resolución pacífica de conflictos. Además, se exploraron diferentes programas y enfoques utilizados en la implementación de la educación emocional en entornos educativos. Se destacó las mejores prácticas y se propusieron recomenda-

ciones para su aplicación efectiva, teniendo en cuenta las necesidades específicas de los niños, las niñas y adolescentes en riesgo.

PALABRAS CLAVE

Educación emocional, Criminología educativa, violencia, inteligencia emocional, Programas

INTRODUCCIÓN

La prevención del delito es un desafío persistente en las sociedades contemporáneas, y su abordaje eficaz es fundamental para promover la seguridad y el bienestar de la comunidad. Siguiendo a Bisquerra (2000), las emociones son una parte importante de la vida de las personas y las experimentamos regularmente. Sin embargo, rara vez reflexionamos sobre su significado, la influencia que tienen en nuestro pensamiento y comportamiento, y la distinción entre sentimientos y emociones. Las emociones desempeñan un papel crucial en la toma de decisiones, especialmente cuando la información es incompleta o ante un peligro inminente, donde la rapidez en la toma de decisiones es esencial para asegurar la supervivencia. según Goleman (1995), la inteligencia emocional es una habilidad clave que nos permite manejar nuestras emociones y relacionarnos de manera efectiva con los demás. Cultivar y desarrollar la inteligencia emocional puede tener un impacto significativo en nuestra vida personal y profesional, por lo tanto, resulta muy importante vincular esta herramienta con la Criminología como medio para la prevención de conductas disruptivas. A través de la prevención del delito, la Criminología busca identificar estrategias y políticas efectivas para reducir la criminalidad en la sociedad. Una estrategia que está siendo estudiada y aplicada recientemente es la Criminología Educativa, siendo una rama de la Criminología que se enfoca en utilizar la educación como herramienta para prevenir el delito y promover conductas prosociales en los individuos. La implementación de programas de educación emocional en las escuelas ha demostrado ser efectiva para mejorar el bienestar emocional y el rendimiento académico.

MATERIALES Y MÉTODOS

El diseño utilizado en el presente trabajo final de grado es de alcance descriptivo, el enfoque escogido es de tipo cualitativo, ya que se opta por la búsqueda de datos no numéricos, sino informativos con el fin que aporten a la interpretación y a la explicación. El tipo elegido es no experimental transversal, debido al análisis de programas e investigaciones aplicadas. La muestra elegida son libros, investigaciones científicas, documentos y artículos en los cuales se describen diferentes programas de educación emocional aplicados

en Instituciones Educativas. Los instrumentos utilizados en el presente trabajo son de tipo documental, a través de la búsqueda y selección para análisis de artículos, investigaciones científicas y libros que abordan la temática de la educación emocional a través de la implementación de diversos programas.

RESULTADOS

La educación emocional fue fundamental para promover el desarrollo de habilidades socioemocionales en niños, niñas y adolescentes, permitiéndoles reconocer, comprender y regular sus emociones. En el ámbito de la Criminología, este aprendizaje juega un papel importante al ayudar a prevenir conductas violentas, ya que fortaleció la empatía, la resiliencia y la toma de decisiones conscientes. Al fomentar la inteligencia emocional, se buscó promover un estudiantado más equilibrado y reducir los índices de conductas disruptivas. La aplicación de los programas en educación emocional en los centros educativos se orienta a desarrollar habilidades socioemocionales en estudiantes, como la empatía, la resolución de conflictos y el autocontrol, con un enfoque Criminológico, se buscó prevenir las conductas violentas, trabajar en la tolerancia, la empatía al fortalecer las habilidades emocionales y sociales de estudiantes, reduciendo así la probabilidad de que se involucren en conductas delictivas.

Se adjunta una tabla con los programas de educación emocional indagados y analizados para una comparativa:

Programas explorados	
BarOn-ICE:NA	Datos muy satisfactorios, ausencia de incidentes o imprevistos y la percepción de aceptación
SEL	Efectos positivos en la prevención o reducción de conductas agresivas o disruptivas como las peleas, el acoso, la intimidación, los actos violentos
CIPP	Contribuyó a la práctica de valores como la tolerancia, el respeto, la libertad, la justicia y otros valores
HAPPY 8-12	Estudiantes consideraron favorable dedicar unos minutos a lo largo de la jornada escolar a entrenar la resolución de conflictos de una forma simulada
LA HORA DEL CÍRCULO	Efecto positivo en el comportamiento de estudiantes, que se tradujo en escucha activa, atención, colaboración y una mejor relación entre sus pares
RULE	Impactó positivamente en las competencias de Inteligencia Emocional, u

DISCUSIÓN

El tema central que me ha llevado a la elaboración de este manuscrito científico es la convicción de que la educación, en todo el sentido amplio de la palabra, puede ser una herramienta importante en lo que a prevención del delito se refiere. Se indagaron seis programas de educación emocional que fueron implementados en distintos países. Se llevaron a cabo tanto en nivel primario como secundario, y uno de ellos, RULER, con docentes. Con respecto a los objetivos de los programas encontramos que:

Los seis están orientados a diferentes objetivos en general, pero todos coinciden en la regulación de las emociones para lograr mejorar las conductas y reducir la violencia, identificando las emociones que atraviesan por uno mismo y en los compañera/os. Los objetivos de estos programas son:

- Programa **BarOn-ICE:NA**: la regulación emocional, autonomía emocional, competencia social, competencia de vida y bienestar.
- Programa **SEL**: Mejorar las habilidades sociales, y/o la autorregulación emocional como objetivo fundamental o como factores de reducción o prevención de problemas o conductas destructivas, agresivas o violentas.
- Programa **CIPP**: La toma de decisiones y la transformación social.
- Programa **HAPPY 8-12**: La resolución de conflictos a través de procesos de regulación emocional.
- Programa **LA HORA DEL CÍRCULO**: El respeto a los demás y a las diferentes opiniones, la escucha activa y la resolución colaborativa de problemas.
- Programa **RULER**: Desarrollar las habilidades emocionales de los y las docentes para involucrar a estudiantes en el aprendizaje; mejorar las relaciones personales/profesionales, hacer frente al estrés; y asentar y construir los requisitos necesarios para integrar las herramientas RULER dentro del currículo educativo del centro educativo.

Como se puede observar, todos los programas indagados, en menor o mayor medida han arrojado buenos resultados y cambios observables en sus participantes y situaciones. Como se puede observar, todos los programas indagados, en menor o mayor medida han arrojado buenos resultados y cambios observables en sus participantes y situaciones.

Como propuestas de mejora para la aplicación de programas de educación emocional que tengan un impacto contundente para promover la prevención de conductas delictivas, fomentaría la investigación continua para evaluar la efectividad y los resultados a largo plazo de cada programa, promover la colaboración y el intercambio de experiencias entre educadores y profesionales que implementan estos programas, adaptar los programas a las necesidades culturales y contextuales específicos de cada comunidad o escuela. También, como medida fundamental, brindar capacitación adecuada a maestra/os, profesores

y facilitadores para garantizar una implementación efectiva de los programas.

Para finalizar, los programas de educación emocional son una herramienta valiosa para fortalecer las habilidades socioemocionales de los y las estudiantes. Mediante la implementación de propuestas de mejora como la investigación continua, la capacitación adecuada y la adaptación cultural, podemos maximizar el impacto de estos programas y contribuir a un futuro más emocionalmente inteligente, seguro y equilibrado.

REFERENCIAS

- Bisquerra Alzina, R. (2000).** Educación emocional y bienestar. Barcelona. Editorial Praxis.
- Castillo-Gualda R, García V, Pena M, Galán A, & Brackets M. (2017).** Resultados preliminares del método RULER en la inteligencia emocional y el compromiso laboral de profesores Españoles. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 15(3, 641-664. ISSN: 1696-2095. 2017. no. 43 - 641 - <http://dx.doi.org/10.14204/ejrep.43.17068>
- Diekstra, R.E.W. (2008).** Evaluación de los programas escolares universales de educación emocional y social y de habilidades para la vida. En C. Clouder (coord.), *Educación Emocional y social. Análisis Internacional. Informe Fundación Marcelino Botín 2008* (pp.283-287). Santander: Fundación Marcelino Botín. Recuperado de:
- Goleman, D. (1995).** *Inteligencia emocional*. Barcelona, España: Kairós
- Informe Fundación Botín. (2015)** Educación Emocional y Social. Análisis Internacional. ISBN: 978-84-15469-44-5. Pág. 72,73,74. Recuperado de: <https://fundacionbotin.org/publicaciones/educacion-emocional-y-social-analisis-internacional-2015/>
- Mora, F. (2010).** *El cerebro emocional*. Barcelona, España: Ariel.

UNIVERSIDAD
SIGLO 

Ciencias Humanas y Sociales

TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN
2023 | 2024

Prefacio Decanato de Ciencias Humanas y Sociales

El Anuario de Trabajos Finales de Graduación (TFG) es un espacio de aprendizaje para la comunidad educativa, que nos invita a conocer las construcciones últimas de los trayectos de formación de nuestros alumnos, nos interpela al análisis colaborativo y nos permite reflexionar sobre constructos académicos que dan textos a los diferentes contextos científicos, en este caso particular, el de las Ciencias Humanas y Sociales.

La experiencia del estudiante comienza con su elección de carrera en nuestra Universidad -desde su historia educativa- y continua con múltiples y diversos recorridos en donde con pares, docentes, expertos, directores, reconstruye itinerarios en el desarrollo de competencias, el aprendizaje de contenidos disciplinares, las vivencias cocurriculares y las diferentes instancias de intercambio con el mundo productivo, el tercer sector, la globalidad. El TFG se convierte en una “parada” en ese viaje para evidenciar los aprendizajes logrados y proyectar los nuevos caminos profesionales que se anticipan.


El paradigma de la complejidad (Edgar Morin) -en donde subyace la idea de red que entrelaza y vincula los distintos componentes y sistemas del mundo social, en sus diferentes categorías y niveles, poniendo especial foco en entender las interacciones que configuran la especie humana y sus problemáticas en cada momento histórico- es el escenario epistemológico desde donde se desarrollan las diferentes producciones que se encuentran aquí comprendidas y asociadas a nuestro Decanato.

La interseccionalidad es otro concepto analítico que permite reflexionar sobre el entrecruzamiento de desigualdades. Esta categoría, en el marco de la complejidad, nos convoca a la transdisciplina, a estar alertas para no caer en concepciones estáticas de las identidades y tener en cuenta los múltiples factores y pertenencias que atraviesan a las subjetividades actuales.

Así, pensar desde narrativas rizomáticas, en este contexto hiperdigitalizado es una decisión sostenida por la justicia curricular y la gobernanza colaborativa en sinergia.

Las incipientes referencias enunciadas se presentan como la antesala a las producciones por venir, poderosa oportunidad siempre para seguir aprendiendo.

Especialista Maria Eugenia Scocco
Decana de Ciencias Humanas y Sociales



Modelos de aprendizaje innovadores en IPEM N.º 193 José María Paz: Inclusión de TIC

AUTOR

Escumbarti, Gabriel Alejandro
gabrielescumbarti34@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Educación

REVISIÓN

Macarena, Perusset

RESUMEN

El presente trabajo se centra en la problemática de la baja incorporación de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el Instituto Provincial de Enseñanza Media (I.P.E.M.) N° 193 José María Paz, ubicado en Saldán, Córdoba. La intervención propuesta busca capacitar a los docentes en el uso de herramientas digitales mediante seis talleres presenciales. A lo largo de estos encuentros, se abordaron plataformas accesibles y lúdicas como Mobyty, Kahoot, Wordwall, Canva y Google Apps, con el objetivo de facilitar la integración de las TIC en sus prácticas pedagógicas. Se espera que estas capacitaciones promuevan un entorno de aprendizaje más dinámico e interactivo, beneficiando tanto a docentes como a estudiantes.

PALABRAS CLAVE

TIC, educación, herramientas digitales, capacitación docente, enseñanza media.

INTRODUCCIÓN

El I.P.E.M. N° 193 José María Paz enfrenta dificultades en la incorporación de TIC debido a la falta de recursos tecnológicos adecuados y la escasa formación de sus docentes. Esto afecta la calidad educativa y limita las oportunidades de aprendizaje significativo para los estudiantes (Finquelievich, 2010). Ante esta situación, se diseñó un plan de intervención para fortalecer el uso de TIC en el aula mediante la capacitación continua de los docentes. Esta propuesta se desarrolló en seis encuentros presenciales, cada uno orientado a la práctica y uso de plataformas digitales accesibles y lúdicas que faciliten la inclusión de recursos tecnológicos en las prácticas pedagógicas diarias.

DIAGNÓSTICO Y DISCUSIÓN

El diagnóstico de la situación reveló tres problemas principales: la discontinuidad en la entrega de equipos tecnológicos, la falta de formación continua para los docentes y la baja participación de los estudiantes en áreas relacionadas con la tecnología. Los docentes carecen de la preparación necesaria para integrar las TIC en sus clases, y los recursos tecnológicos disponibles en la escuela son insuficientes o están obsoletos, lo que limita el potencial de uso en el proceso educativo.

Se destaca la importancia de capacitar a los docentes en el uso de herramientas digitales que les permitan innovar en sus propuestas pedagógicas. La implementación de metodologías activas y gamificadas puede contribuir a un aprendizaje más significativo y motivador para los estudiantes, ayudando a reducir la brecha digital presente en el contexto educativo actual (Lugo, 2010; Maggio, 2018).

PROPUESTA Y PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

Propuesta: Se desarrolló un plan de intervención dividido en seis talleres presenciales orientados a la capacitación en herramientas digitales. Los talleres abordaron el uso de Mobyty, Wordwall, Kahoot, Canva y Google Apps, así como la evaluación mediante la plataforma Plickers. Cada encuentro combinó teoría y práctica, incentivando a los docentes a aplicar lo aprendido en sus aulas.

Plan de Implementación:

A. Encuentro 1: Introducción a la gamificación con Mobyty.

- a. Objetivo: Comprender el concepto de gamificación y su aplicación en el aula.
- b. Actividades: Creación de juegos educativos con Mobyty.

B. Encuentro 2: Creación de actividades interactivas con Wordwall.

- a. Objetivo: Diseñar actividades interactivas para dinamizar las clases.

b. Actividades: Desarrollo de juegos personalizados en Wordwall.

C. Encuentro 3: Evaluación interactiva con Kahoot.

a. Objetivo: Utilizar Kahoot como herramienta evaluativa.

b. Actividades: Creación de cuestionarios y juegos interactivos.

D. Encuentro 4: Creación de contenido visual con Canva.

a. Objetivo: Explorar las funcionalidades de Canva para la edición de fotos y presentaciones.

b. Actividades: Diseño de flyers y presentaciones visuales.

E. Encuentro 5: Exploración de Google Apps.

a. Objetivo: Conocer y utilizar aplicaciones de Google para optimizar la enseñanza.

b. Actividades: Creación de contenidos educativos con Google Docs, Slides y Forms.

F. Encuentro 6: Evaluación del recorrido formativo con Plickers.

a. Objetivo: Evaluar los conocimientos adquiridos durante el ciclo de talleres.

b. Actividades: Evaluación con códigos QR utilizando Plickers.

ALCANCE

El plan de intervención se aplicó a todos los docentes del I.P.E.M. N° 193, quienes participaron activamente en los talleres. La propuesta tiene el potencial de ser replicada en otras instituciones educativas con características similares, adaptando los contenidos y metodologías a las necesidades particulares de cada contexto. Además, se espera que, a largo plazo, la comunidad educativa se apropie de estas herramientas, mejorando la calidad educativa y fomentando un ambiente de aprendizaje más inclusivo y dinámico.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El proyecto permitió a los docentes del I.P.E.M. N° 193 adquirir competencias digitales básicas y aplicar herramientas innovadoras en sus prácticas pedagógicas. A pesar de las limitaciones tecnológicas de la institución, la capacitación resultó efectiva en despertar el interés y la motivación de los docentes por continuar su formación en TIC.

Para garantizar la sostenibilidad de estos avances, se recomienda:

1. Continuidad en la formación: Implementar programas de formación continua para que los docentes mantengan y actualicen sus competencias digitales.
2. Fortalecimiento de la infraestructura tecnológica: Mejorar la calidad y disponibilidad de los recursos tecnológicos en la institución.
3. Evaluación periódica: Realizar evaluaciones periódicas del uso de TIC en las aulas para ajustar y mejorar las estrategias implementadas.

En conclusión, la integración de TIC en la educación es esencial para mejorar la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje. La formación docente es un pilar fundamental en este proceso, y su capacitación constante es clave para enfrentar los desafíos educativos del siglo XXI.

REFERENCIAS

Finquelievich, S. (2010). Sistemas regionales de innovación: las políticas públicas para la sociedad de la información en América Latina. *Revista Iberoamericana Ciencia Tecnología Sociedad*, 5(15). Recuperado de: https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-00132010000200009

Lugo, M. (2010). Las políticas TIC en la educación de América Latina: tendencias y experiencias. Recuperado de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/32395/Las%20politicas%20tic%20en%20la%20educacion%20de%20America%20latina.pdf>

Maggio, M. (2018). *Habilidades del siglo XXI: cuando el futuro es hoy*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Santillana.

Silvero, A. C., & Escalada, M. A. (2019). *Escuela de Robótica Misiones, un modelo de Educación Disruptiva*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Santillana. Recuperado de <https://fundacionsantillana.com/wp-content/uploads/2020/04/LIBRO-ROBOTICA-WEB-1.pdf>

UES21. (2019a). Plan de Intervención: Modelo de Aprendizajes Innovadores. Recuperado de <https://siglo21.instructure.com/courses/16993/pages/plan-de-intervencion-modulo-0>

UES21. (2019b). Módulo 0. P.I. Instituto Provincial de Enseñanza Media (I.P.E.M.) N° 193 José María Paz. Recuperado de <https://siglo21.instructure.com/courses/16993/pages/plan-de-intervencion>

Capacitación en secuencias didácticas articuladas e innovadoras para ciclo orientado. Saldán, Córdoba.

AUTORA

Mielgo, Maricel Evangelina
mielgomaricel77@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Educación

REVISIÓN

Macarena, Perusset

RESUMEN

La implementación de acuerdos didácticos entre espacios curriculares surgió con la finalidad de recrear las prácticas pedagógicas, introduciendo innovaciones en las tradicionales formas de enseñar a partir de la aplicación de las TIC para aumentar la motivación e interactividad de los estudiantes, la cooperación y creatividad. En este espacio se plantea como objetivo generar acuerdos didácticos con los docentes del ciclo de especialización Economía y Administración del IPEM 193 José M. Paz, que permitan el empleo de formatos curriculares alternativos al de asignatura, en sus secuencias didácticas, mediante la incorporación de las nuevas tecnologías. La propuesta consta de tres talleres, el primero de ellos referido al diseño de secuencias didácticas compartidas entre espacios curriculares que conforman el ciclo orientado: el segundo aborda el empleo de formatos curriculares alternativos al de materia/asignatura y el último desarrolla el uso de plataformas virtuales y herramientas TIC en el diseño de propuestas didácticas. Con la ejecución de esta propuesta se busca disminuir la cantidad de alumnos que llegan a coloquio en la institución,

PALABRAS CLAVE

Articulación, formatos curriculares, herramientas digitales.

INTRODUCCIÓN

Según Bates (2015), “la tecnología está dando lugar a grandes cambios en la economía, en la forma en que nos comunicamos y nos relacionamos unos con otros, y cada vez más en la forma en que aprendemos” (p.21). Para el autor, nuestras instituciones educativas fueron creadas para otra época, con la finalidad de apoyar la actividad industrial, y no para la era digital donde nos encontramos inmersos. En este marco, el objetivo de esta propuesta busca generar acuerdos didácticos con los docentes del ciclo de especialización Economía y Administración del IPEM 193 José M. Paz, que permitan el empleo de formatos curriculares alternativos al de asignatura, en sus secuencias didácticas, mediante la incorporación de las nuevas tecnologías, para disminuir el porcentaje de estudiantes no promovidos en dichas materias y así favorecer trayectorias continuas y completas”. Se puede observar que el problema central de la institución analizada radica en las trayectorias escolares incompletas, entre sus causas podemos mencionar: abandono, edad elevada de los estudiantes, escaso acompañamiento familiar por cuidado de hermanos, trabajos tempranos, cumplimiento parcial de los acuerdos didácticos e institucionales, incipiente trabajo en equipo e integral de los docentes por cursos. Según el análisis por ciclos y por materias, se destaca, en relación con la orientación Economía y Administración, que el número de matrícula para coloquio es alto en Sistemas de Información Contable y en Administración.

El plan de intervención delineado se organiza en capítulos, en el primero se presenta la línea temática a trabajar, una síntesis del relevamiento de la institución escolar escogida: I.P.E.M N° 193 “José M. Paz” de la localidad de Saldán, Córdoba; además, se explicita la delimitación de la problemática detectada. En el segundo capítulo, se establece el objetivo general y los objetivos específicos que orientarán todo el plan de intervención diseñado. Seguidamente, se presenta la justificación y el marco teórico (Anijovich y González, 2021). En el tercer capítulo, se detallan las actividades del plan de intervención, las mismas se distribuyen en tres talleres, un momento de diseño de secuencias didácticas, la implementación de dichas secuencias en los cursos para los que fueron elaboradas y una jornada de cierre de autoevaluación y coevaluación. Para cada momento de los mencionados se detallan los recursos y tiempo, responsables, presupuesto y evaluación. El primer taller tiene como objetivo diseñar acuerdos didácticos entre los espacios curriculares Sistemas

de Información Contable y Administración. Para el segundo taller se plantea como objetivo emplear diferentes combinaciones de formatos curriculares (seminario, ateneo y taller) en el diseño de los acuerdos didácticos. Entre las actividades más destacadas para el taller se encuentran el análisis crítico y reflexivo de secuencias didácticas y la elaboración de una propuesta que combine diversos formatos curriculares. Para el último taller se presenta como objetivo incorporar nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las propuestas de trabajo. Entre las acciones más importantes podemos mencionar el rediseño de una secuencia didáctica empleando herramientas y plataformas relacionadas con lo administrativo y comercial (Díaz Barriga, 2013; Rivas, 2017). Finalmente, en el capítulo cuatro se indican los resultados esperados con la puesta en acción del plan, junto a la conclusión arribada en la que se hace mención a la importancia de poder replicar el plan de intervención en otros espacios curriculares pertenecientes al ciclo básico o al ciclo orientado, realizando las adaptaciones necesarias.

MATERIALES Y MÉTODOS

El plan de intervención consta de tres talleres. En el momento de la implementación se desarrollaría un período de observación por parte de la capacitadora con el objetivo de recabar información para realizar los ajustes necesarios para futuras implementaciones. La duración total de la propuesta es de 26 semanas divididas en 3 talleres, la implementación, el seguimiento y una jornada final de evaluación.



Fuente: Elaboración propia

Recursos necesarios:

- Capacitador.
- Profesora de la cátedra Práctica Docente IV de un instituto de formación docente.
- Ingeniera en Telecomunicaciones y profesora de la cátedra Tecnologías de la Información y de la Comunicación en el profesorado de Educación Tecnológica del Instituto Superior del Profesorado Laborde.
- Profesores de los espacios curriculares pertenecientes al ciclo orientado Economía y Administración del I.P.E.M. N° 193 José M. Paz.
- Coordinador de curso, la institución cuenta con 2 personas que llevan adelante esta función, en la propuesta serán los encargados de coordinar los horarios de entre los espacios curriculares al momento de la implementación de las secuencias didácticas.
- Administrador de red, la institución cuenta con una persona a cargo de dicha función.
- Alumnos destinatarios de la propuesta.

Recursos materiales:

- Notebook del capacitador, de los profesores y de la institución educativa (12).
- Teléfonos celulares de los docentes involucrados y de los alumnos (Opcional).
- Un (1) proyector, un (1) parlante y servicio de internet.
- Material bibliográfico de lectura.
- Páginas web, juegos online, software contable, programas, herramientas y aplicaciones TIC.
- Honorarios y viáticos del capacitador, de la ingeniera en telecomunicaciones.
- Ampliación del servicio de internet. (Router y extensor de wifi).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A partir de la problemática detectada en la institución, se pretende con la implementación del plan de intervención que los docentes del ciclo orientado identifiquen posibles saberes a articular mediante un análisis reflexivo y crítico de los diseños curriculares. El objetivo es la posterior elaboración de acuerdos didácticos entre los espacios curriculares afines, con la intención de presentar una propuesta de trabajo integrada desde los aspectos teóricos y prácticos, evitando la atomización del conocimiento.

Por otra parte, se espera, mediante el abordaje de los diferentes talleres que los profesores combinen diversos formatos curriculares en el diseño de secuencias didácticas articuladas entre espacios curriculares. Ejemplos pueden ser seminario, ateneo y taller, formatos alternativos al de asignatura, dejando de lado esa mirada del desarrollo de la planificación desde lo tradicional. Además, y siguiendo la misma línea de trabajo, la elabo-

ración de secuencias didácticas articuladas entre asignaturas, se aspira la incorporación de nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las propuestas de trabajo, ya que el plan de intervención promueve el empleo de herramientas y plataformas digitales relacionadas con el impulso de los emprendimientos comerciales o de servicios.

Finalmente, con la implementación de las secuencias didácticas diseñadas se espera favorecer la motivación y el interés de los alumnos, el desarrollo de una de las capacidades fundamentales: el trabajo en colaboración para aprender a relacionarse e interactuar, como así también la formación integral del estudiante, desde un posicionamiento más activo, reflexivo y responsable (Olaya y Ramírez, 2017).

En resumen, se anhela que capacitando a los profesores con modelos innovadores de aprendizaje fundados en el empleo de herramientas TIC, se pueda impactar de manera positiva en la problemática detectada en el I.P.E.M N° 193 “José M. Paz”, logrando disminuir el número alumnos que deben enfrentar un coloquio en las asignaturas Sistemas de Información Contable y en Administración, del ciclo orientado Economía y Administración, como así también disminuir la cantidad de alumnos con trayectorias escolares incompletas.

REFERENCIAS


Anijovich, M. y González O. (2021). Evaluar para aprender. Conceptos e instrumentos. Aique grupo editor. Buenos Aires, Argentina.

Bates, A. (2015). La Enseñanza en la Era Digital. Una guía para la enseñanza y el aprendizaje. Asociación de Investigación Contact North.

Díaz Barriga, J.. (2013). TIC en el trabajo del aula. Impacto en la planeación didáctica. Revista Iberoamericana de Educación Superior. México.

Olaya, H. y Ramírez, A. (2015). Tras las huellas del aprendizaje significativo, lo alternativo y la innovación en el saber y la práctica pedagógica. Revista Científica Guillermo de Ockham, Volumen 13, p. 119.

Rivas A. (2017). Cambio e innovación educativa: las cuestiones cruciales: documento básico. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Santillana.



Gestionar una escuela donde todos puedan aprender

AUTORA

Saifert, Ana Laura
alsafert@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Educación

REVISIÓN

Macarena, Perusset

RESUMEN

Esta propuesta de intervención consiste en la implementación de un plan de formación docente situado, que contribuya a la mejora en la calidad del servicio educativo para los estudiantes. Busca hacer foco en el análisis y desarrollo de propuestas que atiendan a la diversidad en términos de capacidades y necesidades educativas especiales, dentro del eje temático gobiernos educativos y planeamiento, constituyéndose de este modo en una acción posible tendiente al logro de un proyecto de mejora institucional. El plan propone dos líneas de intervención: una de ellas al interior de la institución, mediante una serie de encuentros presenciales situados con modalidad de talleres. En los mismos, bajo el paradigma de la inclusión y diversidad educativa, se propician espacios de lectura, discusión entre pares y, análisis y diseño de propuestas inclusivas. De la misma manera, se estimula la posibilidad de realizar acciones tendientes a lograr el trabajo colaborativo con institutos de formación docente y otras organizaciones afines. Con este plan se pretende capacitar a los docentes así como fortalecer las acciones interinstitucionales, creando una red de

conocimiento compartido. En este sentido, el acompañamiento al equipo de gestión se hace presente mediante la orientación de diversas acciones que a su vez, posibiliten la continuidad futura del plan en esta línea de trabajo.

PALABRAS CLAVE

Formación docente - inclusión – institución educativa- redes – Mejora

INTRODUCCIÓN

El concepto de educación tiene como principios el reconocimiento de las características, intereses, capacidades y necesidades de aprendizaje que poseen los niños y jóvenes. Esto hace que las instituciones educativas tengan que propiciar espacios de discusión para el análisis y la formación continua, con el fin de diseñar propuestas que tengan en cuenta esta diversidad de características a la hora de aprender. Si bien es cierto que en los últimos años el tema se ha logrado visibilizar reconociendo las posibilidades de todos los estudiantes de poder participar plenamente dentro del contexto social, en el cual las instituciones educativas son un escenario más, aún se evidencian dificultades para poder planificar actividades que verdaderamente den cuenta y atiendan a tales necesidades específicas, reduciendo el acceso al currículum y, dificultando instancias de aprendizaje significativo (Krichesky et.al, 2008; Camillioni, 2017). Es por ello que esta propuesta pretende recuperar la importancia de la formación continua, ofreciendo un espacio que permita a los docentes reflexionar sobre sus implicancias y las características de sus prácticas. En contextos de permanentes cambios como los que ha tenido nuestro sistema educativo en las últimas décadas (Sinisi, 2010; Anijovich, 2016), resulta necesario proponer un espacio en el que podamos pensar qué aspectos hacen al gobierno educativo de las escuelas. En las últimas décadas se ha evidenciado la preocupación por llevar a cabo una serie de programas y planes orientados a la formación continua a nivel nacional lo cual nos permite afirmar que, este aspecto es parte integrante de la planificación política estratégica educativa. En este escenario son las escuelas a su vez las responsables de gestionar las mismas en función de sus necesidades específicas como parte de un grupo de acciones que acompañen las profundas transformaciones que se sucedieron en el sistema educativo argentino desde la sanción de la Ley de Educación Nacional (Davini, 2018; Bolívar, 2017). Si bien, en general las escuelas reconocen la problemática y cuentan con líneas de trabajo institucional e interinstitucional para el trabajo con estudiantes con necesidades educativas derivadas de la discapacidad (NEDD), constituye un verdadero obstáculo poder implementar estas acciones, desde una mirada actual que reconozca y garantice los derechos de enseñanza a todos los jóvenes desde una mirada amplia y entendiendo que las necesidades educativas

son múltiples y complejas (Sinisi, 2010).

MATERIALES Y MÉTODOS

Este plan de acción propone la implementación de diferentes estrategias de observación, análisis y exploración en un inicio, y de intervención en un segundo momento. Para ellos se propone una metodología que contempla el contacto con fuentes primarias, donde la recolección de datos se lleva a cabo mediante entrevistas y registros de relevamiento interno de información. Cabe mencionar que, a los efectos de poder implementar la propuesta, se trabajará con dos niveles de intervención: el equipo directivo por un lado y el equipo pedagógico docente por el otro.

El programa de formación situado, en concordancia con lo antes mencionado, contará con cuatro etapas. La primera denominada “Indagación y diagnóstico”, prevé acciones que permitan obtener información tanto de las características de la composición del personal docente en cuanto a su formación, edad, trayectoria, entre otras. Por otra parte con el equipo de gestión, se recuperarán aspectos de la tarea que se viene realizando, expectativas como así también las dificultades concretas en relación con la población docente con la que se cuenta. También se realizará un recorrido por las instalaciones de la escuela a los efectos de poder analizar la infraestructura y los recursos en general.

La segunda etapa denominada “Diseño y desarrollo” se trata del diseño de un plan de trabajo orientado específicamente a las necesidades institucionales, generando instancias para el perfeccionamiento de competencias docentes. En paralelo se busca propiciar un espacio para la generación de vínculos con otras instituciones de la zona en un intercambio que beneficie a todos los actores.

La siguiente etapa denominada “Cierre, devoluciones y acreditación final”, contempla un momento de cierre de las actividades que se realizaron con el equipo docente, recuperando la necesidad de pensar en propuestas que garanticen la posibilidad de aprendizaje a todos los estudiantes, la capacidad e importancia del acompañamiento de los equipos de gestión en la formación docente continua y, la necesidad del trabajo interdisciplinario con otras instituciones.

Por último, durante la etapa final de “Evaluación de la implementación del plan”, se propone un espacio de análisis y pensamiento con el equipo directivo a cargo de la institución, con el propósito de compartir la devolución final de los docentes. La devolución final se recuperará a través de un instrumento entregado en el último encuentro. En ese momento, se podrán sugerir algunas líneas de acción para dar continuidad a la tarea iniciada al interior de la institución, avanzando en las planificaciones de cada docente y acompañando de forma individual frente a las dificultades presentes en el proceso. Asimismo, se buscarán

fortalecer los vínculos con otras instituciones.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Con la implementación del plan de trabajo se pretende que el equipo directivo pueda pensar en el desarrollo e implementación efectiva de un proyecto de formación situada institucional como un aspecto fundamental de la mejora escolar, fortaleciendo en el proceso, los vínculos con otros actores e instituciones relacionados a la temática expuesta. La finalidad es constituir una red de trabajo que favorezca el cooperativismo en un marco de responsabilidad social compartida y que permita habilitar canales de comunicación que pongan en valor los aprendizajes que hasta el momento todos han podido hacer desde sus respectivos lugares. A su vez se espera que los docentes encuentren un espacio que les permita reflexionar de manera sistemática así como pensar e implementar estrategias de forma conjunta en relación a sus prácticas. A la finalización de los talleres estarán en condiciones de llevarse una mirada más amplia de lo que significa planificar una clase para la diversidad del aula, la cual trasciende las discapacidades que pudieran evidenciarse.

En los diferentes encuentros se pretende habilitar espacios de discusiones que transiten también los diferentes niveles, por ejemplo, con relación a la formación académica presente en nuestro país, con relación a las funciones que desempeñan los equipos directivos desde la dimensión pedagógica en el acompañamiento y formación de sus equipos de enseñanza, entre otros. En este sentido surgen algunos interrogantes, como ¿qué lugar tiene en la planificación estratégica de los organismos dependientes del Ministerio de Educación a nivel nacional, la formación de los equipos de gestión para poder realizar este acompañamiento? No obstante, y en paralelo con esta discusión que sin duda nos debemos como sociedad, es posible afirmar que hacer de la formación continua docente un aspecto inherente a todo proyecto educativo institucional es un compromiso que los equipos de gestión deben asumir. Para ello deben orientar, acompañar y guiar a sus equipos de enseñanza en la búsqueda de propuestas que puedan incluir a todos, propiciando espacios que posibiliten el trabajo en red con otras instituciones, con el propósito de fortalecer la tarea pedagógica. Solo de este modo podremos descansar en el hecho de saber, que hemos pensado, diseñado y podido implementar planes de enseñanza verdaderamente inclusivos y democráticos en términos de acceso al conocimiento y oportunidades de aprendizaje.

- Anijovich, R. (2016).** Gestionar una escuela con aulas heterogéneas: enseñar y aprender en la diversidad. Editorial Paidós. Edición.
- Bolívar, A. (2017).** El liderazgo pedagógico del director. En ROMERO, Claudia (Comp.) Ser director: liderazgo directivo en las escuelas. Tomo II. Universidad Torcuato Di Tella. Editorial: Aique.
- Camillioni, A. (2017)** Dirigir una escuela en la que todos aprendan: El desafío de la didáctica. En ROMERO, Claudia (Comp.) Ser director: liderazgo directivo en las escuelas. Tomo II. Universidad Torcuato Di Tella. Editorial Aique.
- Davini, M. C. (2018).** La formación en la práctica docente. Editorial: Paidós. GARDNER, Howard (2019). Inteligencias Múltiples: la teoría en la práctica. Editorial: Paidós Educación.
- Krichesky, M.; Duro, E.; Vitar, A.; Feldman, D. Botinelli, L. (2008).** Adolescentes e Inclusión Educativa: Un derecho en cuestión. Editorial: Noveduc.
- Sinisi, L. (2010).** Integración o inclusión escolar ¿Un cambio de paradigma? Boletín de Antropología y Educación, N° 01. 1853-6549

Análisis del discurso en publicaciones de Instagram sobre Salud Mental

AUTORA
Segnini Linares, Andrea Nathaly
andrasegnini2009@gmail.com

CARRERA
Licenciatura en Periodismo

REVISIÓN
Mariana, Frandino

RESUMEN

El presente trabajo final de grado, realizo un análisis del discurso basado en las publicaciones al azar de 9 usuarios psicólogos en la red social Instagram. En primer lugar, el objetivo principal fue; analizar las publicaciones referidas a la salud mental de los profesionales psicólogos miembros de la población. Se tuvo en cuenta el aporte teórico de Eliseo Verón a la semiótica basada en los discursos sociales.

No se encontraron antecedentes específicos referentes a la temática, se utilizaron antecedentes relacionados a la salud mental y las redes sociales, significo una oportunidad para aportar evidencia de la creación y el análisis del discurso sobre trastornos mentales dentro de redes sociales.

PALABRAS CLAVES

Redes sociales, psicólogos, análisis del discurso, Instagram, salud mental.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo final de grado es un Manuscrito Científico. El propósito del mismo será analizar posteos de profesionales psicólogos que pertenecen al equipo de Psico Vivir Internacional (+ 120.000 seguidores en Instagram), específicamente de 9 profesionales en sus perfiles profesionales de la red social Instagram, además de la red se entrevistó a una profesional psicóloga de la localidad de Villa de Merlo San Luis debido a la cercanía geográfica. Se elegirán posteos recientes al azar de algunos de los profesionales pertenecientes a la población de estudio.

Siguiendo la teoría del Construccionismo Social (Freedman y Combs, 1996), los usuarios construyen la realidad en base a lo que el resto comparte en sus espacios digitales.

Las redes sociales “son los nuevos espacios virtuales en los que nos relacionamos y en los que construimos nuestra identidad, pero también funcionan a modo de sistema de filtro y de alerta en la medida en que permiten un ajuste del flujo de información que recibimos en función de nuestros intereses y de los intereses de aquellos en quienes confiamos” (Orihuela, 2008).

Diferentes estudios como; “La Influencia de las redes sociales en la Salud Mental de jóvenes y adolescentes” (Daniel García Muñío, 2020) “Psicoterapia en los tiempos de Instagram: las redes sociales en la construcción de narrativas” (Revista de Psicoterapia, Universidad de Alcalá, España, 2019) relacionan el uso de redes sociales con una generación de malestar emocional, que termina desembocándose en enfermedades de salud mental, también llamados trastornos mentales.

El trastorno mental “es una alteración de tipo emocional, cognitivo y/o del comportamiento en el que quedan afectados procesos psicológicos básicos como la emoción, la motivación, la cognición, la conciencia, la conducta, la percepción, el aprendizaje y el lenguaje, lo cual dificulta a la persona su adaptación al entorno cultural y social en el que vive y crea alguna forma de malestar subjetivo”. (Organización Mundial de la Salud, 2020)

Las redes sociales o social media por su término en inglés, son aptas para ser estudiadas desde la ciencia encargada de los signos y los sentidos, es decir, la semiótica y la semiología.

La semiótica, tiene como finalidad el estudio de los signos en el seno de la vida social, en específico los que produce determinada comunidad y como se interpreta el mundo a través de ellos desde que nacemos interpretamos signos (...) El sentido que es otorgado a los signos proviene y se relaciona directamente con los aprendizajes y la cultura a la que pertenecemos. (...) La semiótica toma a la lingüística como la ciencia de leyes y principios que rigen las lenguas, como “una ciencia del hombre, quizá la más genuina de todas”. (Malmberg, 1974)

Existen 2 corrientes teóricas: Ferdinand de Saussure: dedicó sus estudios a los signos lingüísticos a comprender y buscar las leyes que regulan los signos verbales. (Saussure, 1945, p. 43). Y Charles Peirce: su base fue puramente semiótica, buscó estudiar el universo de los signos, responde a un universo más vasto. (Cardozo, 2006, p.14)

Surge el pensamiento de Eliseo Verón (Argentina) quien realizó estudios semióticos desde la dimensión social, la mirada socio semiótica. En sus propias palabras: “La mirada de la semiótica es una mirada intersticial, que persigue la reconstrucción de la producción del sentido en el seno de las redes interdiscursivas de nuestras sociedades” como se cita en (Dalmasso, 2013). Verón recupera las ideas de Saussure, entendiendo la importancia del sentido social de los signos, reconociendo a la lengua como una institución social con reglas propias, leyes, jerarquías y normas. (Dalmasso, 2013).

Diseño

- Alcance: Exploratorio
- Enfoque: Mixto
- Instrumento: Cuestionario, preguntas
- Técnica: Entrevista / Encuesta
- Población: Psicólogos y Psicólogas como usuarios de Instagram
- Selección Muestral: No experimental – transeccional – no probabilísticos intencional

La población está compuesta por 10 perfiles profesionales de psicólogos y psicólogas en Instagram, 9 de ellos pertenecientes a la comunidad online de psicólogos, Psico Vivir Internacional, quienes en su mayoría tienen una comunidad de +3k de seguidores.

RESULTADOS GENERALES

- **¿Construyen discursos pensados para generar confianza con tu comunidad de seguidores?** el 100% de los participantes, construyen el discurso en pos de generar confianza en su comunidad de seguidores.
- **Durante la creación de posteos informativos ¿piensa cómo recibe la información el público?** el 71% de los encuestados piensa en el análisis de la información y el porcentaje restante sólo la mayoría de veces.
- **¿Cuenta con una organización previa a la publicación de posteos informativos?** el 80% cuenta con una organización previa a la publicación de post informativos.
- **Los profesionales de la salud mental suelen usar tecnicismos propios de la profesión ¿Cómo construyes el mensaje?** el 57,1% utiliza palabras de fácil entendimiento.
- **¿Cómo construyes un mensaje basado en temas de salud mental para usuarios de Instagram?** “Primeramente haciendo un escaneó de cuáles son los temas y preocupaciones

más comunes en los individuos, cuáles son sus demandas de conocimiento. Lo puedo realizar mediante un texto narrativo, un vídeo u otras estrategias”.

- **¿Consideras que con el uso de herramientas digitales los pacientes tienen más acceso a la información en temas relacionados a los trastornos mentales?** “¡Totalmente! Hoy en día mediante la utilización de las redes sociales, nuestros pacientes están mucho más informados acerca de distintas patologías que los aquejan. Por eso el Psicólogo de hoy tiene que estar siempre actualizado y muy preparado para poder dar respuesta a las diferentes demandas que se le presentan”.

- **Los comunicadores sabemos y tenemos presente las rutinas de producción, como estrategia en redes ¿consideras que son muy diferentes las rutinas en los medios 2.0?**

“Creo que no son tan diferentes, tienen muchos puntos en común, y se han ido adaptando a lo que demandan los medios digitales, particularmente enseño y promuevo una rutina de producción en donde se habla de pre-producción (planificación de ideas, lluvia de ideas) luego está la producción donde se trabaja diseño, montaje, grabación y fotografía y por último la pos-producción, siento que la gran diferencia es puede estar en el proceso de pos producción ¿Por qué? Porque anteriormente no implicaba un feedback con mucha ida y vuelta como si lo permite los medios 2.0

En el caso de psicólogos y psicólogas que tocan temas que sensibles para personas que quizás tengan un dolor emocional es un proceso pos productivo mucho más activo comparándolo con los medios tradicionales como los conocíamos”

“Los discursos en medios digitales se componen de ambas cosas tanto del lenguaje que empleas como del elemento que puedas usar, si ambos están bien afinados será un golazo y el mensaje será más claro, contundente y va a tener más potencia sin duda, sin embargo, si tuviera que elegir diría que el lenguaje porque un lenguaje bien empleado puede permitir dibujarle a la audiencia imágenes, a través de metáforas, de la cultura compartida.

DISCUSIÓN

Hay una frase que llamó la atención en el análisis realizado de los resultados; un lenguaje bien empleado puede permitir dibujarle a la audiencia imágenes. Desde los estudios realizados a la semiótica se menciona el poder de triangular una palabra (significante) con el concepto o la imagen mental (significado) la cual tiene que ver con el bagaje cultural que cada persona tiene.

La imagen tiene el poder de mostrar un pedazo de la realidad, por lo cual se pudo ver que, los y las psicólogas realizan un recorte de la realidad que quieren compartir con la comunidad.

“Hoy la imagen se ha impuesto con todo su valor estético, documental, de control social,

pero también de banalización del yo” (Semiótica y Medios de Comunicación en la Era Digital, Lectura 3, p.3). La imagen más un discurso adecuado dan a conocer y comprender de mejor manera una información para un público específico. La imagen tiene el poder de mostrar un pedazo de la realidad, por lo cual se pudo ver que, los y las psicólogas realizan un recorte de la realidad que quieren compartir con la comunidad de seguidores teniendo en cuenta que ellos pueden o no, contar con información previa en una sociedad llena de información.

Todo enunciado es, en este sentido, un acontecimiento, un acto irrepetible. Cada grupo social produce tipos característicos de enunciados.

REFERENCIAS

Beltrán, M. (2006). Sociosemiótica: análisis de los discursos sociales. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/biblioues21/77978?page=116>. (Recuperado de Semiótica y Medios Digitales, Modulo 2, Lectura 1, pág. 4-5)

Dalmaso, M.T., Fatala, N., Vaggione, A., Gómez, M., & Gastaldi, S. (2013). Semiótica, Sociosemiótica y Ciencias Sociales. Estudios - Centro de Estudios Avanzados. Universidad Nacional de Córdoba, (30), 43-51. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-15682013000200003&lng=es&tlng=es. (lecturas de Semiótica y Medios de Comunicación en la Era Digital)

Freedman, J. y Combs, G. (1996) The narrative metaphor and social constructionism: A postmodern worldview. En J. Freedman y G. Combs (Eds.), Narrative therapy: The social construction of preferred realities (p.19-41=. Nueva York, NY: W.W. Norton. Recuperado de <file:///C:/Users/Admin/Downloads/Dialnet- PsicoterapiaEnLosTiemposDelInstagram-7134547.pdf>

Organización Mundial de la Salud. (2020). Salud mental: fortalecer nuestra respuesta. Obtenido de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-healthstrengthening-our-response>

Orihuela, J. L. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. Nueva Revista.

Verón, E. (1993) La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Barcelona: Gedisa. (lecturas de Semiótica y Medios de Comunicación en la Era Digital)



Cultura de la cancelación: su impacto en la imagen de figuras públicas

AUTORA

Gómez Sadir, Celina
celigomezsadir@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Relaciones Públicas
e Institucionales

REVISIÓN

Mariana, Frandino

RESUMEN

En el presente trabajo se realizó una caracterización del fenómeno de la cultura de la cancelación. Para ello, se llevó a cabo una investigación del tipo descriptiva con una metodología cualitativa y se seleccionaron seis casos de cancelaciones de figuras públicas. Mediante el análisis textual, se obtuvieron resultados que permitieron comprobar que la gravedad del acto y la respuesta ante la crisis por parte de los afectados, son los elementos más importantes a la hora de analizar una cancelación. Otra conclusión que arrojaron los resultados es que la opinión pública juega un papel muy importante dentro de este fenómeno.

PALABRAS CLAVE

Cultura de la cancelación: opinión pública: crisis: figura pública.

INTRODUCCIÓN

La “cultura de la cancelación” existe desde siempre, pero fue adaptándose al modelo de comunicación de cada época.

Según Austin y Doust (2008, pág. 11), los nuevos medios, se caracterizan por “la democratización en la creación, publicación, distribución y consumo de contenidos multimedia. Cualquier usuario puede generar información, comentarla y compartirla”. Esta doble funcionalidad hace que los usuarios se vuelvan consumidor y creador a la vez.

De esta manera, las redes sociales se han convertido en uno de los campos por excelencia de formación de la opinión pública.

Tomando a Arnoletto (2007) citado en Robles Espinosa en su tesis de grado “Las redes sociales como elementos expresivos de la opinión pública” el año 2011, vemos que, la opinión es un fenómeno psicosocial que se forma a través de la interacción entre individuos y grupos de una sociedad.

Arnoletto agrega que la cultura de la sociedad influye en la formación de opinión pública. Son sus valores y creencias los que sustentan esta construcción social. Aquí, los medios de comunicación juegan un papel importante, son ellos quienes hacen una lectura sobre lo que ocurre pudiendo reforzar, o no, creencias y actitudes ya existentes.

Entonces, ¿las redes sociales forman la opinión pública y los medios la replican? No necesariamente. Son los usuarios quienes forman la opinión pública.

En el contexto actual, una figura pública puede definirse como “una persona que, por sus logros, fama o modo de vida, (...) se ha transformado en un personaje público” (Prosser, 1960).

Estas figuras ostentan una imagen pública como la de las organizaciones. Siguiendo a Avilia (1999, pág. 99) “consideramos imagen al registro o representación que una persona hace de una entidad”. La imagen es un esquema mental desarrollado por sus públicos como resultado de un proceso acumulativo de información. Todos los comportamientos, actitudes, acciones y comentarios que una figura tenga frente a la sociedad van a contribuir a esta construcción. Y he aquí el principal problema.

Dentro de una organización “muchas veces acaecen situaciones extremas que interrumpen las tareas habituales y, en consecuencia, se requiere de la máxima concentración y puesta en acción (...), para dar las respuestas adecuadas a lo acontecido. A ese escenario se lo denomina crisis organizacional” (Yesuron, 2018 pág. 2). Aquí, el trabajo de un relacionista público consiste en evitar las consecuencias negativas de la crisis.

En su trabajo final de grado de 2019 titulado “Análisis sobre las características de las crisis reputacionales en influencers digitales, su gestión y consecuencias” para la Universidad Católica de Uruguay, Ottati expone que:

“las redes sociales aumentaron la frecuencia con la que suceden las crisis puesto que alzaron el valor de la opinión de los ciudadanos. En cualquier momento un internauta puede dejar una opinión negativa.” (2019, pág. 8).

Las redes sociales son un espacio abierto a comentarios de todo el mundo. Estas interacciones crearon comunidades que fortalecieron la imagen de las figuras públicas. Sin embargo, también las volvieron completamente vulnerables. Las figuras públicas no son quienes ostentan el poder en esta relación, porque dependen del apoyo y la aprobación del resto de los usuarios de internet. Son sus seguidores quienes le otorgan el estatus de figura pública, y son sus seguidores quienes pueden quitárselo.

Existe una crisis de imagen específica que estos personajes deben evitar: la cancelación.

Tomando como referencia a De Masi citado en Burgos y Hernández Díaz en su artículo titulado “La cultura de la cancelación: ¿autoritarismo de las comunidades de usuario?” (2021 pág. 146), se denomina “cultura de la cancelación a:

“Retirar apoyo público o financiero a aquello que vaya en contra de un precepto moral o una causa social (...). “Cancelar” es activar campañas en contra de una persona, una empresa, un producto o un grupo identificado con una actividad, como el arte o la política. (...) Las iniciativas para “cancelar” se potencian en las redes sociales.” (2020).

Pérez Salamanca en sus tesis del año 2013 para la Universidad Santo Tomás titulada “Formas y dinámicas de la construcción de opinión pública en la red social Twitter” concluye que: “En el campo de Twitter, se democratiza la construcción de opinión pública” (2013, pág. 101).

Twitter es uno de los principales espacios de formación de opinión. A través de un hashtag los usuarios se expresan en torno a una situación particular, pudiendo formar una opinión sobre el tema. De esta manera, los sujetos son cancelados.

Otros elementos como la extensión de la crisis y la respuesta de los afectados determinarán la imagen posterior de la figura pública y sus posibilidades de recuperación.

Entonces, resulta interesante analizar las características de este fenómeno.

Objetivo General

Caracterizar el fenómeno de la cultura de la cancelación en redes sociales en los últimos 10 años y su impacto en la imagen de una figura pública.

Objetivos Específicos

- Determinar los elementos que llevan a la cancelación de una figura pública.
- Establecer una tipología de las cancelaciones.

- Analizar el efecto ocasionado por una cancelación en la imagen de las figuras públicas.
- Analizar la imagen actual de figuras públicas que superaron una cancelación en el pasado.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación realizada es de tipo **descriptiva**. Para caracterizar este fenómeno, se utilizó una **metodología cualitativa**.

La técnica de recolección de datos fue el **análisis textual**. Para ello, se diseñaron dos **cuadros de análisis** con categorías necesarias para desglosar semánticamente los textos seleccionados.

El corpus utilizado incluyó textos sobre cancelaciones, abarcando artículos periodísticos, archivos multimedia, documentos, etc.

Se extrajo una muestra del corpus bajo un **criterio muestral no probabilístico** por propósito. Para seleccionar los textos, se considerarán factores como el alcance y seriedad del medio.

La muestra elegida para desarrollar este trabajo se compone de los textos referidos a las cancelaciones de:

- Taylor Swift
- Johnny Deep
- Kevin Spacey
- J. K. Rowling
- Travis Scott
- Doja Cat

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

1. Motivo de cancelación: Las cancelaciones se basaron en acciones, actitudes y comentarios. Las acciones ilegales resultaron en cancelaciones más efectivas y graves. Las actitudes y comentarios moralmente cuestionables también llevaron a cancelaciones, pero su impacto varió según la percepción cultural de la moralidad. Además, tuvieron consecuencias menos severas.

2. Gravedad del acto: Las cancelaciones, abarcan tanto casos en los que se cometió un acto ilegal como si no.

3. Duración de la crisis en los medios: Las acciones ilegales generan noticias prolongadas. En contraste, las cancelaciones por actitudes cuestionables tienen un promedio de duración de seis meses en los medios.

4. Sentimiento positivo-negativo de noticias y comentarios: Adjetivos positivos y negati-

vos usados.

Los medios mantuvieron una postura neutral. Los adjetivos provenían principalmente de comentarios y tweets del público, reflejando así su influencia. Los comentarios positivos fueron escasos.

5. Repercusión: Las cancelaciones por actos ilegales generan mayor cobertura mediática debido a su duración. El alcance, depende de la gravedad del acto y la popularidad de la figura.

6. Emisión de respuesta. En todos los casos, el sujeto afectado emitió respuesta. Sin embargo, los tiempos fueron distintos.

7. Mensaje: La mayoría de las respuestas se emitieron a través de redes sociales. Algunos sujetos asumieron la responsabilidad, mientras que otros defendieron su postura.

8. Daños: Las consecuencias fueron variadas y se relacionan con el motivo de cancelación.

9. Tiempo de "exilio": En algunos casos, las figuras tardaron años en recuperarse, mientras que en situaciones de menor gravedad, pudieron volver a la normalidad en un plazo de 0 a 6 meses.

10. Impacto de sus productos post-cancelación: Esta categoría, depende de tres factores: la gravedad del acto, la respuesta del afectado y el tiempo de exilio.

11. Imagen posterior: La percepción posterior de los afectados depende de su respuesta a la cancelación, el tiempo de exilio y las acciones que tomaron para redimirse.

Luego de observar estos datos, podemos decir que se logró realizar una vasta caracterización de la cultura de la cancelación.

A partir de este análisis, se determinaron los elementos que generan una cancelación.

Acciones: El acto llevado a cabo por la figura pública. Las mismas, no necesariamente se desarrollan en el ámbito de las redes sociales. Pero, fueron llevadas a discusión en redes sociales. Las acciones pueden ser legales o ilegales. Siendo las últimas, más graves y con peores consecuencias.

Comentarios y actitudes. Los mismos, deben ser moralmente cuestionables. Las normas morales dependen siempre del del lugar y la época en la que se generen.

A estos dos elementos, podemos agregar uno que excede a cualquier cancelación. Retomando a Austin y Doust (2008). En las redes sociales cualquiera puede crear, publicar y distribuir información. Gracias a esta característica se desarrolla el fenómeno. Es fundamental que primero exista un espacio de discusión abierto al público de todo tipo.

Con esta información, podemos establecer tres tipologías de cancelaciones.

En base al **motivo de la cancelación:**

- **Acciones:** es toda aquella cancelación que involucre un acto o la omisión del mismo (una

no-acción) por parte del sujeto cancelado. Para que se de la cancelación, el acto debe tomar carácter público.

- **Actitudes y comentarios:** son aquellas actitudes y opiniones expresados verbalmente. En su mayoría son manifestados en el ámbito de los nuevos medios.

En base a la **gravedad del acto:**

- **Legal:** toda cancelación que involucre un acto o comentario que no rompa con una ley pero que sí es considerado inmoral y rechazado por la sociedad.

- **Ilegal:** toda cancelación que involucre un acto de carácter ilegal, es decir, que rompa una ley y/o atente contra la seguridad pública.

En relación al **impacto en la imagen:**

- **Daños Permanentes:** aquella cancelación cuyos daños afecten al sujeto más allá del pico de la crisis. Continúa teniendo consecuencias en su vida laboral y personal aunque el tema ya no esté en el foco mediático.

- **Imagen Recuperada:** aquella cancelación cuyos daños no impacten en la imagen de la figura pública más allá del pico de la crisis. Involucra una buena gestión o manejo de crisis.

Los daños ocasionados por una cancelación, fueron distintos en todos los casos. Sin embargo, comparten algunas características básicas.

En primer lugar, todos tuvieron repercusión en Twitter a través de un hashtag. Twitter se volvió el ámbito de discusión del público, pudiendo expresar allí sus opiniones para posteriormente formar una opinión generalizada que llevó a la cancelación de los individuos. A su vez, trajo consigo consecuencias como:

- La cancelación de proyectos.
- Pérdida de apoyo por parte de amigos y colegas.
- Pérdida masiva de seguidores en redes sociales.
- Cancelación de contratos con diferentes productoras.
- Rechazo por parte del público hacia sus productos.

El manejo de crisis juega un papel fundamental. En la investigación, se observa que siempre que hubo una respuesta bien argumentada, los daños de la cancelación fueron leves.

Además, se necesita una buena estrategia de Relaciones Públicas. Algunas de las figuras analizadas, utilizaron su tiempo de exilio para realizar campañas o acciones que contribuyeron a reconstruir su imagen.

Por ende, podemos afirmar que el efecto de una cancelación siempre es negativo al

principio. Sin embargo, la durabilidad de estos efectos y la imagen posterior dependen, del manejo de crisis que tenga la figura pública.

Recordemos que Avilia (1999, pág. 99) define a la imagen como el “registro o representación que una persona hace de una entidad”. Agrega además la idea de estatus, que es el lugar que esta entidad ocupa dentro de la sociedad y en la mente de las personas. Esta posición es una construcción mental desarrollada en base a un proceso acumulativo de información.

Aquellos que no logran superar la cancelación, no lo hacen porque su imagen queda asociada a los sucesos que ocasionaron la crisis. Sus acciones o sus dichos suponen valores y creencias que los definen, por lo que, forman parte del imaginario colectivo en la construcción de su imagen como persona.

En resumen, se logró una caracterización detallada de este fenómeno.

La cultura de la cancelación busca aislar de la sociedad a personajes que representan valores y creencias inmorales. Funciona exponiendo al sujeto en redes sociales invitando a los usuarios de internet a quitarle el apoyo público o financiero. El objetivo es marcar una acción o actitud que va en contra de la moral. Las herramientas principales son las redes sociales, un hashtag, contenido multimedia. Las víctimas principales son figuras públicas.

No todas las cancelaciones tendrán la misma duración o consecuencias, todo dependerá del manejo de crisis que tenga el afectado y de la gravedad del asunto.

Es posible recuperarse de una cancelación. Sin embargo no es la regla, y así como queda expuesto en este trabajo, habrá muchos que no logren sobreponerse.

REFERENCIAS

Austin, T. y Doust, R. (2008). Diseño de nuevos medios de comunicación. España: Blume.

Avilia Lammertyn, R. (1999). “RR.PP. Estrategias y Tácticas de Comunicación Integradora”. Buenos Aires: Revista Imagen.

Burgos, E., & Hernández, D. G. (2020). La cultura de la cancelación: ¿autoritarismo de las comunidades de usuario? Universidad Católica Andrés Bello. Recuperado de: <https://saber.ucab.edu.ve/xmlui/bitstream/handle/123456789/20035/Art%C3%ADculo%20La%20cultura%20de%20la%20cancelaci%C3%B3n.pdf?sequence=1>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación. D. F., MX: McGraw-Hill. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>


Ottati Aycart, C. (2018). Análisis sobre las características de las crisis reputacionales en influencers digitales, su gestión y consecuencias. [Trabajo final de grado, Universidad Católica del Uruguay]. Recuperado de: <https://liberi.ucu.edu.uy/xmlui/bitstream/handle/10895/1768/52898.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pérez Salamanca, J. C. (2013). Formas y dinámicas de la construcción de opinión pública en la red social Twitter. [Tesis de grado, Universidad Santo Tomás]. Recuperado de: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/21934/2013jaiderperez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Prosser, W. (1960). Privacy. *California Law Review*, 48 (3), pp. 383-423. Recuperado de: https://scholarship.law.gwu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2104&context=faculty_publications

Robles Espinosa, F. D. J. (2011). Las redes sociales como elementos expresivos de la opinión pública. [Tesis de Grado, Universidad Autónoma del Estado de México]. Recuperado de: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/99395/Ensayo%20Felipe%20Robles.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Yesuron, J., (2018). Crisis en espectáculos públicos: Gestión de la información desde la óptica empresarial y periodística. *Revista de Ciencia y Técnica de la Universidad Empresarial Siglo 21*, (2). Recuperado de: https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/19873/anio11_nro_2_yesuron_ferreyra.pdf?sequence=1&isAllowed=y

A photograph of a person's hands holding a smartphone to take a picture of a highly decorative interior. The walls and ceiling are covered in intricate blue and white mosaic tiles. There are several arched windows with wooden frames and white curtains. The lighting is warm, coming from the windows.

Los macroinfluencers de turismo y su relación con su audiencia de las generaciones X y millennial

AUTORA**Venturini, Natalia**

nventurini@hotmail.com

CARRERA

Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales

REVISIÓN

Macarena, Perusset

RESUMEN

La proliferación y penetración alcanzada por las redes sociales impulsó el desarrollo de líderes de opinión virtuales: los influencers. Esta investigación se enfoca en los macroinfluencers especializados en turismo y las técnicas de comunicación para llegar, generar confianza y mantener a su audiencia perteneciente a las generaciones X y millennials, al momento de posicionar destinos internacionales. Se realizaron entrevistas y análisis de contenido a cinco macroinfluencers de turismo. Se encontraron diferentes formas de comunicación utilizadas por los influencers, dependiendo de su formación y personalidad, pero también de la plataforma en la cual publican.

PALABRAS CLAVE

Influencer, turismo, generación X, millennials, redes sociales

INTRODUCCIÓN

Durante miles de años, la interacción social ha estado basada en la comunicación cara a cara, pero la invención de sistemas de difusión pública y el avance la tecnología ha cambiado esto para siempre (Christakis & Fowler, 2010). En la década de 1990, irrumpe en el mundo la internet. Las distancias se acortaron y en poco tiempo una nueva era comenzó en la historia de la comunicación y la cambió para siempre. De la mano, aparecen las primeras redes sociales. Su proliferación permite ya no solo acceder a la información sino formar parte de ella, desdibujando el papel del transmisor y el receptor y generando un nuevo tipo de transmisores: los influenciadores virtuales, llamados por todos influencers.

Recorriendo la historia de las Relaciones Públicas, vemos que a mediados del siglo XX, Lazarsfeld presenta la teoría del flujo de comunicación de dos pasos. Según esta teoría, la opinión se forma siguiendo a determinados líderes que son quienes reciben, procesan y retransmiten la información de los medios, tratándose entonces de un proceso de dos pasos: de los medios a los líderes de opinión y de estos al público. Ya en este proceso se destaca la interacción recíproca entre los miembros del grupo, interacción que hoy vemos a través de un canal distinto: las redes sociales. En la actualidad, las interacciones son clave para medir la respuesta o fidelidad de los seguidores. Esa tasa se denomina engagement o compromiso. Nuestros modernos influencers se formaron gracias a las redes sociales. Se trata en su mayoría de usuarios que por diferentes causas recolectaron cantidad suficiente de seguidores. El influencer es un líder de opinión, trasladado al mundo digital. Un consumidor que ha probado y compartido suficiente cantidad de experiencias, consiguiendo a través de esta repetición que la audiencia comience a confiar en su criterio, se fidelice y lo siga.. En este trabajo, nos enfocaremos en uno de estos rubros: los influencers de viajes y apuntaremos a los macroinfluencers, de entre 100 mil y 500 mil seguidores.

Muchas marcas buscan a los influencers, por ser referentes y tener gran poder sobre sus seguidores, quienes podrían tomar decisiones basados en sus experiencias. Sin embargo, muchos de ellos, cuentan entre sus seguidores a una gran masa de jóvenes de la generación Z, ¿qué sucede entonces cuando un producto necesita ir más allá de esta generación y alcanzar a los millennials o a la generación X? Los destinos turísticos internacionales se incluyen en este subgrupo. Estamos hablando de productos de un costo considerable hasta llegar a productos considerados de lujo. Además, en el caso del turismo, la decisión de viaje se relaciona con un acontecimiento futuro. La gente usualmente simula mentalmente eventos futuros, visualizándose en ellos y prediciendo como se sentirán. Las recomendaciones de personas de su confianza aportarán a este proceso. ¿Cómo logra el influencer generar esa confianza? Ellos interactúan permanentemente con sus seguidores, muestran con detalle sus viajes, desde sus alojamientos, comidas, decisiones y hasta conflictos con

los que se encuentran. Este detalle de sus actividades otorga un sentimiento de familiaridad que suma a la experiencia que detentan por su profesionalización en el tema. En este contexto el objetivo de este trabajo busca analizar la comunicación de los macroinfluencers especializados en turismo con su audiencia al momento de posicionar destinos internacionales entre las generaciones X y millennial.

MATERIALES Y MÉTODOS

Respecto del diseño de la investigación, el enfoque fue cualitativo, no experimental, de tipo transversal. De alcance descriptivo para algunas variables y correlacional causal para otras. Recurrimos a dos instrumentos: la entrevista en profundidad y el análisis de contenido. En relación a la muestra, de tipo no probabilística, intencional, se tomaron 5 macroinfluencers del sector turístico:

“Sir Chandler”, Instagram: 163 mil – YouTube: 271 mil seguidores; “El Mundo de Floxie”, Instagram: 178 mil - Twitter: 88 mil; “Modo Turista”, Instagram: 401 mil– YouTube: 97 mil seguidores; “TanViajeros”, Instagram: 128 mil; “infoviajera”, Twitter: 119 mil – Instagram 90 mil – YouTube 13 mil seguidores.

DISCUSIÓN Y RESULTADOS

Enfocando en el objetivo que busca conocer las características y las preferencias de su audiencia, aparecen diferentes formas de comunicar. No solo entre los diversos influencers sino también entre las distintas redes, ya que por ejemplo para la misma cuenta no son los mismos seguidores de YouTube que de Instagram. Uno de los entrevistados señalaba que en YouTube es usual su uso en el televisor, donde cualquier miembro de la familia podría estar conectado. Respecto del horario, hay cierta coincidencia en que por la mañana hay mayor interés informativo. Algunos de los influencers proponen que por la tarde o la noche su audiencia busca entretenerse. Por otra parte, también hay coincidencia en que el blog y YouTube apuntan a información que perdura en el tiempo. Explica también uno de los influencers que Twitter apunta a gente por lo general más reaccionaria, donde es más usual encontrarse con haters, que son aquellos que emiten comentarios negativos de alta hostilidad, ya que el tipo de audiencia interesada en contenidos turísticos usualmente es amable. También hay coincidencia en que apuntan a una audiencia adulta, exigente y con recursos económicos para viajar. Para cumplir con las expectativas, tanto los posts como los videos tienen pre y post producción, por más espontáneas que estos parezcan. Otro punto común es que, al momento de viajar, y al haber diferentes redes que requieren distintos formatos, se necesita una gran organización previa para definir el contenido que se hará para cada red. Según afirman los influencers no puede comunicarse igual en You-

Tube que en Instagram, no se puede filmar de la misma manera, los ritmos son distintos. Hay coincidencia entre los consultados en una preferencia de los seguidores por videos más largos. Pero para que el seguidor llegue hasta el final, se debe lograr atraparlo, entretenerlo.

Acerca del objetivo que busca indagar cuáles son los canales más utilizados, se analizaron los seguidores y la periodicidad de publicación. Se tomó en consideración el blog de cada uno de ellos, así también como sus redes. En el caso de blogs, encontramos dos casos en los que se usa primordialmente, con más de un posteo diario, respetando inclusive un horario fijo los siete días de la semana, ya que consideran al blog clave por su perdurabilidad. En este punto también surgió en las entrevistas la debilidad de Instagram al no ofrecer un buscador, herramienta que si ofrece TikTok. Todos los influencers responden los comentarios de sus seguidores. En relación al análisis de los tipos de mensajes para conectar de mejor manera con su audiencia de las generaciones X y millennial, se tomaron en cuenta las entrevistas realizadas. Una pregunta disparadora fue cómo hacer para que esta audiencia les crea y sea fiel. Todos enfatizaron que la confianza no se genera de un momento a otro, sino que es importante mostrar la experiencia que cada uno vive, cuidando que sea autentica. El seguidor se ve reflejado al ver que el influenciador no se muestra perfecto, sino real. La audiencia confía, parte de ella prueba las recomendaciones y las comenta. Ese comentario a la vez respalda al influencer.

Al tratarse de un fenómeno relativamente nuevo, las investigaciones sobre este segmento puntual son muy pocas. A través de esta pesquisa se busca ampliar estos conocimientos y también destacar la profesionalización que han alcanzado estos líderes de opinión. El influencer de viajes, es mucho más que una persona que muestra imágenes de sus vacaciones. Es un comunicador de peso, con estrategias muy estudiadas, planificadas y definidas con anticipación a las que dedica mucho tiempo incluso antes de publicados sus fotos o videos.

En relación a la audiencia, es una audiencia adulta con recursos económicos para viajar. Los posteos tienen una estrategia previa relacionada con las necesidades e intereses de las audiencias. Existe una reproducción exhaustiva tanto de material escrito como de los videos, creatividad en la elección de los temas y una amplia red de relaciones para acceder a la información y a los destinos. Se desprende de las entrevistas que se trata de un trabajo exigente que no da descanso. En la producción previa, también se tiene en cuenta el aparato tecnológico en el que los lectores recibirán el material (celular, tableta, televisor) y el contexto en el que estará inmerso el receptor. No es fácil llegar a ellas y se requiere constancia y permanencia en el tiempo para lograr la fidelidad necesaria. Cada creador

de contenido busca y consolida su propio estilo y apela a un idioma que será común al seguidor: la seriedad e información fidedigna, el humor, los sentimientos, la tranquilidad, la naturalidad y otros.

Como conclusión, podemos afirmar que los macroinfluencers especializados en turismo, cuentan con una audiencia preponderantemente adulta y que se conectan con ella a través de una estrategia de comunicación previamente diseñada, que varía dependiendo el canal del que se trate. A través del análisis de contenido concluimos que esta audiencia confía en su líder de opinión y respeta sus comentarios lo que se traduce en la fidelidad que los creadores de contenido logran a través de años de constancia, trabajo y dedicación. Esta confianza, respeto y fidelidad se basa también en las interacciones de la propia audiencia. Siendo el blog y YouTube los canales que ofrecen mayor perdurabilidad, pese a que Instagram sea el más popular. La investigación demuestra también el arduo trabajo que conlleva la construcción de estas comunidades y la estrategia que hay detrás de cada posteo, sea en el canal que sea, y la profesionalización detrás de estos influenciadores que se muestran tan espontáneos y naturales en las redes.

REFERENCIAS

Christakis, N. A., & Fowler, J. H. (2010). Conectados. México: Santillana Ediciones Generales

Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1964). Personal Influence, The part played by people in the flow of mass communications. Transaction publishers.

Nymoén, O. y Schmitt W. (2021). Influencers. La ideología de los cuerpos publicitarios. Barcelona, ES: Ediciones Península.

Construyendo puentes internacionalmente sostenibles: el área metropolitana de Córdoba y Lahti en la gestión de residuos

AUTORA
Fassi, Trinidad
fassimorenotrini@gmail

CARRERA
Licenciatura en Relaciones Internacionales

REVISIÓN
Macarena, Perusset

RESUMEN

El presente trabajo final propone la creación de un plan de internacionalización que promueva el hermanamiento entre el área metropolitana de Córdoba y la ciudad finlandesa de Lahti. El propósito es crear un plan en conjunto que aborde la problemática actual de la deficiente gestión de residuos en el área metropolitana de Córdoba. A través del intercambio de experiencias y buenas prácticas con Lahti, se pretende implementar estrategias y soluciones eficientes para mejorar la gestión de residuos en la región. Este plan de internacionalización busca fortalecer la cooperación internacional de las subunidades y promover el desarrollo sostenible en el manejo de desechos, con el fin de reducir impactos ambientales y mejorar la calidad de vida.

PALABRAS CLAVE

Internacionalización, gestión de residuos, intercambio de experiencias, medio ambiente, desarrollo sostenible.

INTRODUCCIÓN

Desde la caída del Muro de Berlín y el fin de la Guerra Fría, el mundo ha sido testigo de un proceso acelerado de globalización que ha transformado las relaciones internacionales. Este fenómeno ha facilitado la interconexión entre países mediante el comercio, las finanzas, la tecnología y la cultura, generando un sistema internacional más complejo e interdependiente. En este marco, las nuevas formas de comunicación y transporte han permitido el intercambio global de personas y bienes, dando origen a regiones y ciudades globales que han adquirido un papel fundamental en la economía mundial. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) destaca que las ciudades y regiones son espacios donde se generan ideas y tecnologías, convirtiéndose en núcleos de innovación y creatividad. Esta evolución ha dado lugar a una multiplicidad de actores en el ámbito internacional, donde las unidades subnacionales, como municipios y regiones, están cada vez más presentes en la formulación de políticas y estrategias para abordar desafíos comunes.

En este sentido, la paradiplomacia ha emergido como un enfoque efectivo para la cooperación entre ciudades que enfrentan problemáticas similares, facilitando el intercambio de experiencias y la creación de redes de colaboración. Uno de los desafíos más críticos que enfrentan las ciudades en el contexto de la globalización es la gestión ambiental. En el caso del área metropolitana de Córdoba, la gestión integral de residuos se ha convertido en un tema de gran preocupación. Con un crecimiento poblacional acelerado y una urbanización descontrolada, la región genera aproximadamente 1.500 toneladas de residuos diarios, de los cuales solo una pequeña proporción se recicla adecuadamente. La falta de infraestructura adecuada y de planificación territorial ha exacerbado esta problemática, causando impactos ambientales significativos, como la contaminación del suelo y del agua.

En este contexto, el presente trabajo tiene como objetivo analizar la situación de la gestión de residuos en el área metropolitana de Córdoba y proponer un plan de internacionalización que contemple un hermanamiento con Lahti, Finlandia. Esta ciudad ha sido reconocida por su innovador enfoque en la gestión de residuos, logrando reducir significativamente la cantidad de desechos enviados a vertederos y alcanzando tasas de reciclaje del 99%. Lahti se ha convertido en un modelo de sostenibilidad, implementando un sistema integral de gestión de residuos que involucra a toda la comunidad y utiliza tecnologías avanzadas.

El plan propuesto busca establecer un marco de colaboración que permita a Córdoba aprender de las experiencias de Lahti y aplicar prácticas sostenibles en su propia gestión de residuos. Además, es esencial destacar que la gestión de residuos no es solo un pro-

blema ambiental, sino también un asunto de justicia social y equidad. Al abordar la gestión integral de residuos de manera colaborativa, se pueden fomentar prácticas que no solo mejoren la eficiencia en el manejo de los residuos, sino que también promuevan la inclusión y la participación de la comunidad en la búsqueda de soluciones.

A medida que el mundo se enfrenta a problemas ambientales cada vez más complejos, el enfoque en la colaboración entre ciudades se convierte en una estrategia clave para el desarrollo sostenible. Este trabajo, por lo tanto, no solo examina la problemática específica de Córdoba, sino que también resalta la importancia de las relaciones internacionales y la cooperación intermunicipal en la construcción de un futuro más sostenible y equitativo.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se basa en un análisis cualitativo que integra conceptos teóricos sobre la paradiplomacia y la gestión internacional de ciudades, tomando como referencia las teorías de Keohane y Nye (2005) sobre la interdependencia en las relaciones internacionales, así como la definición de paradiplomacia de Cornago (1999). Se examina la gestión integral de residuos a través de la normativa de la ONU y se incorpora el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Se analizaron casos de éxito en la cooperación internacional en la gestión de residuos. También se utilizó un análisis FODA para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en la gestión de residuos de Córdoba. Para la implementación del plan de acción se considera la planificación estratégica como herramienta clave, combinando la paradiplomacia con el intercambio de experiencias y recursos entre las ciudades.

La paradiplomacia se define como la implicación de los gobiernos no centrales en las relaciones internacionales, facilitando el establecimiento de contactos formales e informales con entidades extranjeras para promover asuntos socioeconómicos y culturales (Cornago, 1999). Este enfoque se enmarca dentro de una tendencia creciente donde actores subnacionales, como ciudades y regiones, participan activamente en la diplomacia global, buscando soluciones a problemas locales a través de la cooperación internacional.

La gestión integral de residuos, según la ONU, abarca actividades para administrar desechos desde su generación hasta su disposición final, protegiendo la salud y el medio ambiente (ONU, 2021). El desarrollo sostenible se define como el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras (ONU, 1987). Esta interrelación entre gestión de residuos y desarrollo sostenible se articula a través de los ODS, que buscan abordar desafíos sociales, económicos y ambientales globales (ONU, 2015). Además, se incorpora la Teoría Verde de las Relaciones Internacionales, que promueve la sostenibilidad y la justicia ambiental en la política internacional,

enfaticando la responsabilidad de los gobiernos de colaborar en la preservación del medio ambiente (Eckersley, 2004). Este marco teórico se complementa con la planificación estratégica, que permite a los gobiernos subnacionales definir objetivos claros y diseñar acciones concretas para abordar problemáticas específicas, como la gestión de residuos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La cooperación internacional es clave para abordar la gestión de residuos de manera sostenible. El caso de Lahti demuestra que el intercambio de conocimientos puede transformar la gestión local, ofreciendo un modelo a seguir para Córdoba. La implementación de un plan de acción basado en el hermanamiento no solo puede mejorar la eficiencia en la gestión de residuos, sino también fomentar una cultura de sostenibilidad en la comunidad. Para que este plan sea efectivo, es fundamental contar con el compromiso a largo plazo de todos los actores involucrados, incluyendo gobiernos locales, organizaciones no gubernamentales y la comunidad.

El análisis revela varios desafíos en la gestión de residuos del área metropolitana de Córdoba: la logística deficiente, la falta de educación ambiental y la escasa inserción internacional. La falta de planificación y organización en la cadena logística de residuos incrementa los riesgos de contaminación y deterioro de la salud pública. Además, se identifica una débil conciencia sobre la importancia de una gestión adecuada de los residuos, lo que limita la participación ciudadana.

La propuesta de hermanamiento con Lahti ofrece una vía para superar estas limitaciones ya que la ciudad finlandesa ha implementado con éxito prácticas de gestión de residuos que podrían ser adaptadas a Córdoba. El intercambio de conocimientos en áreas como la recolección eficiente, el reciclaje y la educación ambiental es fundamental para fortalecer las capacidades locales.

La cooperación internacional es clave para el desarrollo de un plan de gestión de residuos más eficaz y sostenible. Al establecer alianzas con Lahti, Córdoba puede acceder a recursos, tecnologías y experiencias que permitan optimizar su sistema de gestión de residuos. Este enfoque no solo mejoraría la calidad ambiental de la región, sino que también contribuiría a cumplir con los ODS y fortalecer la posición de Córdoba en el ámbito internacional.

La planificación estratégica, en combinación con la paradiplomacia, crea un marco propicio para la identificación de soluciones innovadoras y la implementación de políticas efectivas. Se destaca la necesidad de un compromiso a largo plazo y la inversión en infraestructura y tecnología, así como la promoción de la educación ambiental como elementos fundamentales para asegurar la sostenibilidad del plan propuesto. Este enfoque

no solo beneficiará a la comunidad local, sino que también contribuirá a la construcción de un futuro más sostenible y saludable, alineado con los compromisos internacionales y las metas de desarrollo sostenible.

REFERENCIAS

Calvento, M. (2015). Procesos y actores en la gestión de la política internacional subnacional. Centro Iberoamericano de Desarrollo Estratégico Urbano. Web oficial.

Ciudad de Lahti. (2021). Waste Management in Lahti. Recuperado el 23 de abril de 2023, de <https://www.lahti.fi/en/living-in-lahti/environment-and-nature/wastemanagement/>

Cornago, N. (1999). Diplomacy and paradiplomacy in the redefinition of international security: Dimensions of conflict and co-operation, *Regional & Federal Studies*.

Eckersley, R. (2004). *The Green State*. Cambridge: MIT Press.

Keohane, R. O. (2005). The Theory of Complex Interdependence: A Response to Critics. *Perspectives on Politics*, 3(1), 7-21.

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de la Nación (2019). Estadísticas ambientales: Residuos sólidos urbanos. Recuperado de <https://estadisticas.ambiente.gob.ar/EstadisticaAmbiental/ResiduosSolidosUrbano#resultados>

Organización de las Naciones Unidas. (2021). Objetivo de Desarrollo Sostenible 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>

Organización de las Naciones Unidas. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Organización de las Naciones Unidas. (1987). Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo: Nuestro futuro común. Recuperado de <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>



Desarrollo de la infraestructura digital de Córdoba Capital como Smart City para su inserción global

AUTOR**Muneta, Adolfo**

muneta.adolfo.98@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Relaciones Internacionales

REVISIÓN

Macarena, Perusset

RESUMEN

Dentro del contexto de la globalización contemporánea, las agendas de los principales gobiernos locales en el escenario internacional se ven orientadas en la transformación digital de sus ciudades en pos de establecer mejores infraestructuras, instituciones y calidad de vida para sus ciudadanos. Para ello utilizan de manera intensiva las tecnologías de la información y comunicación (TICs), a lo que se le denomina comúnmente como smart city. Mediante el presente trabajo se busca la planificación y ejecución de un plan de internacionalización a partir de la digitalización de la ciudad de Córdoba, a través de su municipalidad y bajo acción de su secretaría de planeamiento, modernización y relaciones internacionales como eje articulador, guiándose así por su plan de metas y buscando aproximar la relación de la capital cordobesa con las principales redes globales de ciudades en la materia. Bajo el paraguas teórico de la paradiplomacia y la glocalización (Wayar, 2020), se propone aquí una estrategia de proyecto de mediano plazo sobre la ampliación en infraestructura digital en base a la red pública wifi y herramientas innovadoras tales

como apps móviles, las cuales permitan la reducción de la brecha digital y una eficiente democratización de la tecnología en la población cordobesa como derechos esenciales reconocidos. Finalmente, se pretende ahondar en la inserción global de la localidad exponiendo e intercambiando los avances conseguidos en el diseño, aumentando su presencia y posicionándola como un referente regional de ciudad inteligente, por medio de la participación activa y el estrechamiento en las relaciones tanto bilaterales como multilaterales con diferentes actores internacionales previamente mencionados.

PALABRAS CLAVE

Ciudad Inteligente, digitalización, brecha digital, redes globales

INTRODUCCIÓN

Las principales ciudades a lo largo del mundo centran sus recursos en el desarrollo de infraestructuras digitales que permitan una mejora en la calidad de vida de sus ciudadanos, buscando aprovechar estas herramientas en pos de agilizar su gestión municipal.

La impensada expansión de la digitalización y la accesibilidad en la que nos vimos inmersos a lo largo de las dos primeras décadas del siglo XXI, cambió drásticamente las formas en la que las personas nos relacionamos entre nosotros y con nuestro entorno. Particularidad que se evidencia de manera más notoria dentro de las grandes urbes del mundo, debido a que una mayor población concentrada en un determinado territorio reducido permite y agiliza el desarrollo de estas tecnologías de manera más dinámica en un período de tiempo más breve. En este sentido, en los últimos años se ha puesto a prueba la infraestructura digital de nuestras sociedades y ha quedado en evidencia el próximo desafío que enfrentan las ciudades: aumentar su capacidad para desplegar, mantener, cambiar o recuperar la capacidad operativa del gobierno cada vez más dependiente de la tecnología. Frente a este escenario nos planteamos los siguientes interrogantes: ¿Cómo se logra esto?, ¿Cómo desarrollan las ciudades proyectos en los cuales se logre una efectiva digitalización de las mismas? y ¿Qué supone en realidad la digitalización de las ciudades en el escenario internacional actual?

MATERIALES Y MÉTODOS

Se ampliará sobre las bases del incremento de funcionalidades por parte de los gobiernos locales y su cambiante naturaleza en la trayectoria a lo largo de los años, como también su jerarquía como actor imprescindible tanto en el ámbito nacional, como en la red internacional debido a las condiciones inciertas en las que se encuentran inmersos en la globalización. Posteriormente se pretende explicar de forma pormenorizada la manera

en que esta interdependencia transversal entre los diferentes actores municipales incide constantemente en su desarrollo, y cómo esta moldea de manera inversa a la actual situación global.

Elementos claves para el análisis:

a- Brecha Digital: se entiende como la disparidad socioeconómica que existe entre aquellos que tienen acceso y habilidades para utilizar tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y aquellos que carecen de las mismas

b- Democratización de la tecnología: Se buscan reducir al mínimo las barreras que pueden impedir que ciertos grupos tengan acceso a tecnologías y habilidades relacionadas, y fomentar la inclusión y la igualdad de oportunidades en el uso de la tecnología.

c- Internacionalización: Se pretende ampliar la presencia a nivel internacional, es decir, desarrollar una estrategia para promover la imagen a nivel global y acrecentar la red de contacto de la ciudad.

DISCUSIÓN

Es de suma relevancia el énfasis sobre el desarrollo de demás herramientas digitales que permitan potenciar y mejorar económicamente la situación de la población, debido a que el enfoque del plan de estrategias desarrollado por la municipalidad de Córdoba no logra suplir de manera óptima esta particularidad (Crisafulli et al, 2020). Es imprescindible el alineamiento sobre el plan integral de estrategias de desarrollo de herramientas digitales como aplicaciones móviles y la necesidad de ampliar los medios por los cuales se permita acceder a las mismas, como puede ser la red pública de wifi.

Una vez llevado a cabo los planteamientos, entrará en juego la etapa de la internacionalización, tanto del plan como de la ciudad misma donde tomarán lugar estas acciones. Como bien se pudo mencionar anteriormente, el foco principal de la internacionalización estará puesto sobre la participación de la ciudad de Córdoba en las redes internacionales de ciudades y exposición en foros internacionales centrados en la materia de las ciudades inteligentes o smart cities (Savid, 2020). A partir de estas, y nuevas redes y foros que se buscarán teniendo en cuenta que cumplan con los ejes centrales de este proyecto, se pretende la publicación y exposición en estos espacios de los resultados conseguidos. El objetivo es fortalecer los vínculos existentes, generar nuevos con otras ciudades del mundo, intercambiar experiencias en términos de la glocalización y brindar apoyo con la finalidad de posicionar a Córdoba en este escenario global imperante.

RESULTADOS

A través de las áreas pertinentes de la municipalidad referidas a proyectos de digitaliza-

ción se busca el desarrollo de herramientas digitales que ayuden y agilicen la comunicación de la población, mejorando así su calidad de vida y buscando, además, que disminuya la brecha digital que se establece entre los distintos sectores que la componen. A partir de estos proyectos se plantea la coordinación con las demás ciudades inteligentes y foros internacionales para poder compartir los avances conseguidos en la materia.

Se propone para ello, el desarrollo de 2 aplicaciones móviles que permitan facilitar el acceso de los ciudadanos a un trabajo digno y un transporte eficiente. Ellas son “Mi Empleo Digital” y “Mi Transporte Digital”.

Una vez en funcionamiento, se proseguirá con la postulación y la exposición de los avances conseguidos en los principales foros de Ciudades Globales para compartir experiencias valiosas en la materia y afianzando los vínculos internacionales de la ciudad de Córdoba.

REFERENCIAS

Crisafulli, L. Vargas, L, I. Parisi, D, A. (2020). Soluciones para ciudades más inteligentes. Municipalidad de Córdoba. Recuperado de: <https://corlab.cordoba.gob.ar/wp-content/uploads/2020/07/smart-cities-2%C2%B0-edici%C3%B3n-v-final-1.pdf>

Savid, C. E. (2020). La (re)inserción estratégica de la ciudad de Córdoba en el escenario global. Tácticas para una internacionalización sostenible y orientada al desarrollo local. Tesis de licenciatura. Lic. En Relaciones Internacionales. Universidad Siglo 21. Córdoba.

Wayar, N. (2020). El rol de las ciudades en la agenda internacional: entrevista a Noelia Wayar (2da Parte). s.f. Córdoba. Recuperado de: <https://statuquo.blog/2020/08/30/el-rol-de-las-ciudades-en-la-agenda-internacional-entrevista-a-noelia-wayar-2da-parte/>



El Rol de la MOE de OEA en las elecciones Municipales de Nicaragua, 2017

AUTORA

Novo, Nayla Mailen

novonayla@gmail.com

CARRERA

Licenciatura en Relaciones Internacionales

REVISIÓN

Sabrina, Chemelli

RESUMEN

Este trabajo analiza el impacto de la Misión de Observación Electoral (MOE) de la Organización de los Estados Americanos (OEA) en las elecciones municipales de Nicaragua de 2017, centrándose en la organización electoral, la implementación de tecnologías, y la equidad de género. El estudio se desarrolla bajo un enfoque descriptivo y cualitativo, utilizando una metodología de análisis documental de los informes emitidos por la OEA y leyes nicaragüenses vigentes. Los resultados muestran cómo las recomendaciones de la MOE fueron clave para detectar fallos en la gestión electoral y proponer mejoras, especialmente en la participación femenina y en el uso de herramientas tecnológicas para garantizar elecciones transparentes. Sin embargo, los avances no fueron suficientes para contrarrestar la inestabilidad democrática del país.

PALABRAS CLAVE

OEA, elecciones municipales, Nicaragua, tecnología electoral, equidad de género

INTRODUCCIÓN

La democracia ha sido uno de los pilares fundamentales de las relaciones internacionales en América Latina desde mediados del siglo XX. A través de la cooperación internacional, se ha buscado garantizar procesos electorales libres, transparentes y justos, siendo las misiones de observación electoral un instrumento clave en este ámbito. Estas misiones, encabezadas por organismos internacionales como la Organización de los Estados Americanos (OEA), han desempeñado un rol importante en la supervisión de elecciones, promoviendo estándares internacionales de transparencia y legitimidad.

En Nicaragua, un país con una historia reciente marcada por la inestabilidad política, la cooperación internacional ha sido esencial para intentar consolidar la democracia. La Misión de Observación Electoral (MOE) de la OEA ha participado en varios procesos electorales nicaragüenses, incluyendo las elecciones municipales de 2017. Durante este proceso, la MOE se enfocó en tres aspectos cruciales: la organización electoral, el uso de tecnología y la perspectiva de género. Este estudio tiene como objetivo analizar la efectividad de la MOE en Nicaragua en estos aspectos, evaluando las recomendaciones emitidas y el impacto que tuvieron en el proceso electoral.

MATERIALES Y MÉTODOS

Este trabajo se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, utilizando el análisis documental como principal técnica de investigación. Se revisaron informes emitidos por la MOE/OEA sobre las elecciones municipales de Nicaragua en 2017, así como documentos legales del país y estudios académicos sobre cooperación internacional y observación electoral. El análisis de datos se centró en tres áreas clave: la organización electoral, la tecnología aplicada durante el proceso electoral y la equidad de género.

La metodología no experimental empleada permitió examinar el impacto de la MOE en un contexto real, sin manipulación de variables. El enfoque longitudinal permitió observar el desarrollo de las elecciones y las recomendaciones a lo largo del tiempo, brindando una visión más completa de los efectos de la cooperación electoral en Nicaragua.

El análisis incluyó la revisión del marco normativo nicaragüense, especialmente en lo que respecta a la ley electoral y las reformas implementadas antes y después de las elecciones de 2017. También se estudió el informe final de la MOE, que detalla las observaciones realizadas y las recomendaciones para mejorar el proceso electoral en términos de organización, transparencia y equidad.

RESULTADOS

Los resultados de la Misión de Observación Electoral (MOE) de la OEA en Nicaragua

durante las elecciones municipales de 2017 arrojaron diversas observaciones y recomendaciones en los tres aspectos estudiados: organización electoral, tecnología y género.

Organización Electoral:

La MOE identificó múltiples problemas en la gestión del proceso electoral. A pesar de que el Consejo Supremo Electoral (CSE) de Nicaragua contaba con un programa de capacitación para los funcionarios encargados del proceso, la MOE señaló que estos programas eran insuficientes, tanto en términos de profundidad como de alcance. Se observaron dificultades en la capacitación de los miembros de las Juntas Receptoras de Votos (JRV) y de los fiscales de los partidos políticos, lo que resultó en errores durante la jornada electoral.

Además, la observación reveló que el diseño de las boletas electorales era inadecuado, lo que dificultaba el conteo y aumentaba la posibilidad de errores en el registro de los resultados. Se utilizaba un sistema manual para la copia de las actas, lo que generaba problemas de legibilidad en las copias destinadas a los partidos políticos. La MOE recomendó la implementación de un sistema más moderno que garantizara la transparencia en la emisión y revisión de las actas de escrutinio.

Tecnología Electoral:

Uno de los puntos clave que destacó la MOE fue la falta de implementación de tecnologías modernas que garantizaran la rapidez y la seguridad en el proceso electoral. Aunque se empleó un sistema informático para el registro y acreditación de fiscales de los partidos políticos, el resto del proceso fue mayoritariamente manual, lo que contribuyó a retrasos en la publicación de resultados y aumentó el margen de error en el conteo de votos.

La OEA recomendó la adopción de herramientas tecnológicas, como un sistema de escaneo y transmisión digital de los resultados electorales, que aseguraría mayor transparencia y rapidez en la divulgación de los resultados. Además, se sugirió el uso de tecnología para mejorar la accesibilidad de los ciudadanos al sistema electoral, especialmente para aquellos con discapacidades o dificultades de movilidad.

Equidad de Género:

En términos de participación femenina, Nicaragua ha mostrado avances significativos gracias a la implementación de cuotas de género en las listas electorales. En las elecciones de 2017, casi el 50% de las candidaturas fueron ocupadas por mujeres, lo que demuestra un progreso importante en términos de equidad. Sin embargo, la MOE señaló que, si bien las mujeres participaron activamente como candidatas, su presencia en cargos directivos dentro de los partidos políticos y en las instituciones electorales fue limitada. Solo un pequeño porcentaje de mujeres ocupaba posiciones de liderazgo en las JRV y en los Consejos Electorales Departamentales.

Para abordar este desequilibrio, la MOE recomendó que el Consejo Supremo Electoral (CSE) y los partidos políticos implementaran programas de formación y capacitación política dirigidos específicamente a mujeres, con el fin de fortalecer su participación en todas las etapas del proceso electoral. Asimismo, se sugirió la creación de mecanismos que garantizaran la paridad de género en los cargos de dirección de los partidos políticos y en las instituciones electorales.

DISCUSIÓN

A pesar de los esfuerzos realizados por la MOE y el CSE, las elecciones municipales de 2017 en Nicaragua no lograron contrarrestar la creciente inestabilidad democrática del país. Las recomendaciones emitidas por la OEA, si bien útiles y relevantes, no fueron implementadas en su totalidad, lo que limitó el impacto de la misión en la mejora del proceso electoral.

Uno de los aspectos más críticos fue la falta de avances en la adopción de tecnologías modernas para el manejo del proceso electoral. En un mundo donde la tecnología juega un papel fundamental en la promoción de la transparencia y la eficiencia, la resistencia a implementar estas herramientas en Nicaragua limitó significativamente la capacidad del país para garantizar unas elecciones libres de irregularidades. A pesar de que algunos avances se lograron con el uso de sistemas informáticos para la acreditación de fiscales, el grueso del proceso electoral permaneció manual, lo que aumentó la posibilidad de fraude y errores humanos.

En cuanto a la equidad de género, aunque Nicaragua ha avanzado en la implementación de cuotas de género, sigue habiendo una falta de representación femenina en los puestos de toma de decisiones dentro de los partidos políticos y las instituciones electorales. La falta de sanciones para los partidos que no cumplen con las cuotas de género ha permitido que, en la práctica, estas medidas no sean aplicadas de manera estricta.

Es evidente que las recomendaciones de la OEA deben ser seguidas de un compromiso firme por parte del gobierno nicaragüense y los actores políticos involucrados para asegurar que se implementen de manera efectiva. Además, la comunidad internacional debe continuar apoyando estos procesos, proporcionando no solo observación electoral, sino también asistencia técnica y política para garantizar el fortalecimiento de las instituciones democráticas en el país.

Organización de los Estados Americanos (OEA), Informe Final sobre las Elecciones Municipales de Nicaragua 2017.

Carrillo, M. (2006). Cooperación internacional en procesos electorales. En D. Nohlen, et al. (Eds.), Tratado de derecho electoral comparado de América Latina. IDEA.

Flores, J. (2018). Igualdad política femenina en Nicaragua: Estrategia pública y cambio social.

González Arana, A. (2009). Nicaragua: Transformaciones políticas y democráticas en el siglo XXI.

Meilán, X. (2018). Tecnologías de la Información y observación electoral en América Latina.



UNIVERSIDAD
SIGLO 21

Trabajos finales de Posgrado

TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN
2023 | 2024

Prefacio

Especialización en Cibercrimen

La Especialización en Cibercrimen aborda problemáticas actuales y en constante evolución, reflejando los desafíos que enfrentan los sistemas de justicia, la tecnología y la sociedad en su conjunto. Este Anuario para egresados/as se presenta como un espacio de encuentro y reflexión, en el cual se destacan trabajos seleccionados que no solo contribuyen al conocimiento de esta disciplina, sino que también responden a problemáticas emergentes del mundo digital.

En esta edición, los proyectos seleccionados tratan problemáticas o realidades críticas como la creciente sofisticación de las amenazas cibernéticas, la evolución de las políticas públicas en materia de seguridad digital y la relevancia de la inteligencia artificial en la detección de delitos informáticos. Estos temas, explorados por estudiantes y graduados, destacan la capacidad académica de nuestra universidad para anticipar y responder a los cambios en un entorno global dinámico.

A través de un enfoque interdisciplinario, los trabajos reflejan el impacto del cibercrimen en dimensiones jurídicas, sociales y tecnológicas, fomentando un diálogo que trasciende las fronteras académicas y conecta con profesionales de todo el mundo.

Expresamos nuestra gratitud a las autoridades universitarias y a los equipos docentes que apoyaron estas investigaciones y promovieron la excelencia académica en un campo tan desafiante. Los invitamos a seguir explorando este Anuario, que es un testimonio del talento y compromiso de quienes se están formando para enfrentar los desafíos de la ciberseguridad y la justicia digital.

Mgter. Luciano Monchiero
Director Especialización en Cibercrimen

Prefacio **Especialización en Marketing y Dirección Comercial**

En la Especialización en Marketing y Dirección Comercial de la Universidad Siglo 21, cada Trabajo Final de Graduación refleja el compromiso de nuestros estudiantes con la resolución de problemáticas reales y la generación de estrategias innovadoras que abordan las necesidades del entorno actual. Este Anuario 2023-2024 reúne propuestas que destacan por su rigor académico y su relevancia práctica, contribuyendo al desarrollo profesional de nuestros egresados y fortaleciendo su capacidad de liderar en un mercado en constante evolución.

Dos ejes de reflexión emergen en esta edición. Por un lado, el impacto del marketing en la promoción cultural y científica, como lo demuestra el plan de posicionamiento y comunicación para el Observatorio Astronómico de Córdoba, que no solo fomenta la divulgación científica, sino que también contribuye al turismo local y la educación no formal, de la Esp. Victoria Rubinstein. Por otro, la adaptación ágil a mercados dinámicos, ejemplificada en el plan estratégico de marketing para la oferta educativa de la Universidad Siglo 21, que aborda los desafíos de un portafolio diverso en un entorno competitivo y en constante cambio, a cargo del Esp. Juan José Gagliesi.

Estas investigaciones no solo responden a tendencias actuales, como el marketing cultural y el aprendizaje permanente, sino que también destacan la importancia de diseñar estrategias centradas en la sostenibilidad y la innovación. Esperamos que este Anuario sea una fuente de inspiración para egresados y profesionales, promoviendo soluciones que aborden los desafíos del presente y proyecten un futuro más prometedor.

¡Disfruten de la lectura!

Mgter. Federico Paviolo

Director de la Especialización en Marketing y Dirección Comercial

Maestría en Administración de Empresas

El presente Anuario reúne los trabajos finales más destacados de egresados y egresadas de la Maestría en Administración de Empresas. Estas producciones marcan no solo el cierre de una formación académica exitosa, sino también el inicio de un camino donde las competencias adquiridas podrán transformar la realidad empresarial, generando impacto económico, social y ambiental, y contribuyendo al progreso de las sociedades.

El ámbito de los negocios y la administración enfrenta cambios constantes y disrupciones sin precedentes que exigen nuevas competencias: mindset ágil, innovación sustentable, gestión del cambio y toma de decisiones basadas en datos, entre otras.

La economía digital avanzada y la incorporación de tecnologías emergentes tales como inteligencia artificial generativa, realidad aumentada, gemelos digitales, internet de las cosas y blockchain; la aparición de organizaciones exponenciales fuertemente apalancadas en tecnologías aceleradoras; el surgimiento de organizaciones antifrágiles que son capaces de mejorar y fortalecerse en situaciones de incertidumbre, desorden o estrés y no simplemente adaptarse para sobrevivir; y la necesidad de llevar adelante un management humanista que apueste por empresas en las que la competitividad se centre en las personas con capacidades aumentadas por las tecnologías; son algunos de los temas que ocupan un lugar central en la agenda actual de la disciplina.

Esperamos que estos trabajos se constituyan en una verdadera fuente de inspiración para nuestros alumnos y alumnas de esta maestría y también para otros los profesionales y líderes de negocios.

Agradecemos profundamente a quienes han colaborado con este propósito.

Mgter. Carina Marques Bertinatti

Directora Maestría en administración de empresas

Prefacio

Maestría en Derecho Procesal

La carrera de Maestría en Derecho Procesal se erige como un referente en la formación de profesionales altamente capacitados para enfrentar los desafíos del sistema jurídico actual. El presente Anuario es un testimonio del compromiso de nuestra institución con la investigación jurídica de vanguardia que da cuenta de la relevancia de un enfoque interdisciplinario en el estudio del derecho procesal. Los trabajos aquí presentados exploran temas de gran actualidad, como la incorporación de la prueba digital en el proceso penal cordobés y su relación con las experiencias de otras provincias, la implementación del juicio por jurados y las posibilidades de participación ciudadana en los procesos civiles y colectivos. Al analizar estas temáticas, nuestros egresados demuestran su capacidad para investigar y analizar de manera rigurosa las diferentes perspectivas sobre estos temas al identificar las mejores prácticas a nivel nacional e internacional, así como para proponer soluciones innovadoras adaptadas a nuestra realidad local. La investigación en estos campos resulta fundamental para garantizar la modernización y la eficacia del sistema judicial para asegurar un acceso ágil y eficiente a la justicia. Este desafío representa una oportunidad para enriquecer el debate académico y construir un conocimiento jurídico actualizado más sólido.

Dra. Carolina Arriola

Doctora en derecho y ciencias sociales

Coordinadora de la Maestría en Derecho Procesal

Prefacio **Especialización en Derecho de Familia, Niñez y Adolescencia**

Este Anuario constituye un verdadero aporte al conocimiento pues recoge trabajos que se instalan en el espacio coyuntural de la transdisciplina. Cuando hablamos de transdisciplina estamos pensando en un ámbito de construcción de nuevos objetos de indagación tales como el género, la desigualdad, las emociones, o la identidad, entre otros. Los autores de los trabajos incluidos en este libro son sujetos ubicados en lugares que apuestan por renovaciones teóricas, ofrecen otros recortes de la realidad que estudian y definen operaciones que organizan de manera novedosa el espacio de conocimiento-competencia de escritura del estudiante para la construcción del estado del arte.

Cómo se gestiona la información del conocimiento se torna en un factor clave para potenciar el aprendizaje y visibilizar el modelo crítico reflexivo con enfoque de competencias a través de estrategias colaborativas. Las siguientes propuestas dan respuesta a las necesidades contextuales asociadas a la interconexión y el uso de herramientas que permitan gestionar recursos de aprendizaje pertinentes para generar conocimiento de acceso libre en lo referente a los problemas investigados.

Las propuestas que a continuación se presentan son una muestra fehaciente de la permanente preocupación de docentes, estudiantes, investigadores en la producción de conocimientos especializados en nuestro campo de estudio con enfoques inter y multidisciplinares, variadas metodologías y puesta a prueba de paradigmas dominantes.

Las producciones incluidas marcan el cierre de una formación académica de posgrado exitosa y también el inicio de un nuevo camino donde las competencias adquiridas podrán acompañar desde la protección de derechos transformando las distintas realidades sociales, ambientales, de protección a grupos vulnerables, familiares e individuales.

Dra. Adriana Maria Warde

Dra. en Derecho y Ciencias Sociales

Directora Especialización en Derecho de Familia

El presente Anuario reúne los trabajos finales más destacados de egresados y egresadas de la Especialización en Finanzas Corporativas y Mercados de Capitales. Estas producciones son el resultado de un gran esfuerzo, fundamentalmente en la elección de los temas y la preocupación por alcanzar el nivel adecuado de exigencia, que una especialización requiere. No ha sido sencillo para nuestros alumnos poder plasmar sus conocimientos en un trabajo final, con elementos de un ámbito tan complejo como lo es el de las finanzas, lo cual es valorado especialmente por todos los que los hemos acompañado.

El mundo en los últimos años nos ha dado a conocer que realmente, se ha convertido en una “Aldea Global”, gobernada por la llamada “Cultura de la Imagen”. Esquemas de organización económica y financiera, conocidos como “Fintech”, extremadamente accesibles y adaptables se incorporan a nuestro modo de vida y a las rutinas de las organizaciones, así nos llevan a replantear una vez más como enseñar nuestras disciplinas, para adaptarlas a estos escenarios de cambio. Desde diferentes ámbitos nuevamente se plantea la “Educación Financiera” como base para lograrlo. El vertiginoso proceso de cambio influye fundamentalmente, en el insumo más valioso que posee un analista financiero que es la información. Los periódicos y la prensa formal han dejado de ser los protagonistas, cediendo este espacio a las redes sociales, las cadenas de bloques, los algoritmos y los aprendizajes automáticos, como ejes de una nueva información. En esta etapa de cambio desde todos los ámbitos Universitarios, se efectúan llamados a no abandonar la esencia de la gestión de valor como fuente conocimiento algo que la “Cultura de la imagen” no podrá reemplazar.

Tal como manifestamos siempre, todos los docentes de la Especialización, esperamos haber sido de utilidad en esta etapa y augurándoles el mayor de los éxitos.

Agradecemos profundamente a quienes han colaborado con este propósito.

Mgter. Argos Rodríguez Machado

Coordinador Especialización en Finanzas Corporativas y Mercado de Capitales

Prefacio **Maestría en Inteligencia de Negocios y explotación de datos**

El anuario no es solo una recopilación de trabajos sino que desde La maestría en Inteligencia de Negocios y Explotación de Datos, queremos evidenciar el talento y compromiso de nuestros egresados /docentes e investigadores, también marca el pulso de un campo en constante evolución. Este documento representa mucho más que un registro académico: es un puente entre el aprendizaje teórico y la aplicación práctica en escenarios empresariales, en un mundo cada vez más dinámico donde la innovación en los negocios es la única constante y la necesidad de procesar datos de los más variados orígenes una absoluta necesidad para poder tomar decisiones con información certera y proyecciones de comportamiento

Los trabajos seleccionados reflejan la diversidad y profundidad de los temas abordados en la maestría, destacando proyectos innovadores en análisis predictivo, estrategias de visualización de datos y el uso ético de la inteligencia artificial en la toma de decisiones. Cada propuesta encarna una respuesta a los desafíos actuales del mundo empresarial, demostrando cómo los datos se han convertido en un recurso estratégico para transformar industrias.

Para nuestros egresados, este Anuario es un testimonio de su crecimiento profesional y una herramienta que fortalece su inserción en un mercado laboral dinámico. También es un reflejo de las tendencias actuales del campo, como la integración de modelos de machine learning más robustos y el creciente interés por soluciones de inteligencia de negocios basadas en sostenibilidad y responsabilidad social.

Confiamos en que este Anuario inspira a futuras generaciones de profesionales, recordándoles que la curiosidad, el análisis crítico y la innovación son motores fundamentales en la construcción de un futuro más eficiente y consciente.

Mgter. Hugo Fernando Frias

Mgter. en Gestión de Sistemas de Información otorgado por Universidad Politécnica de Madrid. Director de la Maestría en Inteligencia de Negocios y explotación de datos

Prefacio

Maestría en Innovación educativa

Es un honor presentar este nuevo volumen del anuario de trabajos finales de Graduación, un compendio que no solo refleja el esfuerzo y la dedicación de nuestros estudiantes, sino también la vitalidad de la innovación educativa como campo en constante evolución. En esta edición, se destacan proyectos que demuestran cómo el vínculo entre innovación y educación puede trascender límites, tanto físicos como conceptuales, para generar un impacto significativo en las personas a partir de intervenir el proceso de enseñanza y aprendizaje.

La innovación educativa, como eje central de nuestra maestría, se basa en la creación de valor en contextos educativos formales e informales, impulsando transformaciones que resuenen más allá del aula tradicional. Este principio se ve claramente en los trabajos seleccionados, que abordan temas relacionados con la mejora, cuestionamiento, cambio y evolución de la forma en que se aprende y se entrenan nuevas habilidades.

A su vez, es menester remarcar que el Anuario es un recurso invaluable para nuestros egresados, convirtiéndose en una plataforma de inspiración, generación de hallazgos en materia de innovación educativa y repositorio de soluciones con la comunidad académica y profesional. Comprende a su vez el horizonte que persigue la carrera, enfatizando que la innovación educativa hoy debe abrazar el cuestionamiento en las formas de transmitir conocimiento e idear nuevas soluciones para formar profesionales del futuro, donde las inteligencias, humanas y artificiales, se conjuguen de manera tal para que el aprendizaje sea más efectivo.

Los invitamos a profundizar en cada uno de ellos deseando que este viaje de lectura sea fructífero para ampliar su visión e ideas sobre innovación educativa.

Mgter. Cristian Balmaceda

Mgter. en Administración de Empresas

Coordinar de la Maestría en innovación educativa

Prefacio

Especialidad en Negocios Internacionales

La Especialización en Negocios Internacionales tiene como objetivo formar profesionales que puedan desempeñarse con éxito en cualquiera de las actividades que forman parte del extenso campo de los negocios y las relaciones internacionales. El creciente escenario de inestabilidad ante las transformaciones en la globalización indica la necesidad de comprender el desarrollo de negocios desde una perspectiva sistémica, que incorpore en el análisis y la ejecución de iniciativas un entendimiento acabado del contexto, los actores, las estrategias competitivas y las relaciones de poder.

Ante el desafío de abordar esta complejidad, también se suma la diversidad de los estudiantes de la especialización, que, a través de variadas procedencias profesionales, enriquecen los contenidos, actividades e investigaciones. Esta interacción se ve reflejada en los trabajos finales de graduación, que se caracterizan no solo por el rigor conceptual y metodológico, sino también por la innovación y la vocación de llevar adelante nuevas ideas, mejorar procesos y agregar valor.

Hacer un trabajo final de graduación es el resultado de un proceso virtuoso de aprendizaje y representa la culminación de un período formativo, donde los conocimientos son aplicados y enfocados a una temática particular, y representa, a mi entender, un gran porcentaje de las enseñanzas en cualquier posgrado. Pero también constituyen el inicio de una nueva etapa profesional y dan cuenta de las competencias adquiridas, por los trabajos aquí presentados, además de contribuir al conocimiento general de la temática; son también una carta de presentación a disposición de toda la comunidad y disponibles a través de esta importante publicación.

Dr. en Relaciones Internacionales Federico Trebucq
Director de la Esp. en Negocios Internacionales



El adulto mayor en el derecho de las familias y violencia familiar

AUTORA

Gastaldi Fachín, Andrea Carolina
andreagastaldifachin@gmail.com

CARRERA

Especialización en derecho de las familias, niñez, adolescencia y violencia familiar

REVISIÓN

Macarena, Perusset

RESUMEN

El tema a investigar son los derechos humanos de las personas adultas mayores en la ciudad de Córdoba, a partir de la sanción de la Convención Interamericana que protege sus derechos. El objetivo radica en la búsqueda de las principales posibles vulneraciones de tales derechos para este sector. En caso de detección de vulnerabilidades se busca determinar quién es el sujeto activo que las realiza, si es por parte de la familia, la sociedad en general o por parte del estado como sujeto activo por omisión. En nuestro país, el sector de los adultos mayores es una parte de la sociedad relegada, discriminada en función de su edad y capacidades (Bayardi, 2017). Muchas veces las personas adultas mayores son infantilizadas, patologizadas, olvidadas y depositadas en residencias geriátricas que los llevan a transitar sus últimos años de vida en situaciones de humillación y hasta inhumanas, aisladas, cosificadas (Arias Cáu, 2016).

Este trabajo parte de manera temporal de un hecho histórico trascendente en América, como fue la sanción de la Convención Interamericana sobre la protección de los derechos

humanos de las personas adultas mayores del año 2015. Esta convención tiene por objeto promover, proteger y asegurar el reconocimiento y el pleno goce y ejercicio, en condiciones de igualdad, de todos los derechos humanos y libertades fundamentales de la persona mayor, a fin de contribuir a su plena inclusión, integración y participación en la sociedad. Se analizarán, dentro de la ciudad de Córdoba los casos en los que interviene la justicia, para dar cumplimiento al respeto y pleno goce de todos los derechos humanos y las libertades fundamentales de las personas adultas mayores, las soluciones alternativas frente a las judiciales y la función de los profesionales de otras áreas, como salud, psicología y trabajo social. Asimismo se tiene especialmente en cuenta, que el hecho de envejecer no puede ir ligado a la concepción de discapacidad, de minusvalía o incapacidad de hecho, debe mejorarse la visión que se tiene sobre el mismo ya que la sociedad global es una sociedad envejecida sobre todo en ciertos puntos del globo (Orlandi, 2016). A través de la investigación se intentará desentrañar si ha sido de verdadera importancia en la ciudad de Córdoba la sanción de la convención mencionada *ut supra*, si se han generado campañas de promoción de los derechos de los adultos mayores, si han crecido los casos en los que acceden a la justicia o a la administración pública las personas de esa franja etaria en defensa de sus derechos convencionalmente tutelados. El objeto de estudio no tendrá diferenciaciones específicas, dentro del grupo adultos mayores no se harán distinciones en cuanto a capacidad económica, nivel de estudios alcanzados, profesiones u oficios, sexo o género, ideologías políticas, religión, ni ninguna distinción particular; ya que será realizado de manera global a los fines de recabar información para vislumbrar cómo es el trato que la sociedad de la ciudad de Córdoba que le brinda a estos adultos mayores que forman parte de la misma.

PALABRAS CLAVE

Familia- adultos mayores- protección de derechos

INTRODUCCIÓN

La convención interamericana sobre la protección de los derechos humanos de las personas adultas mayores ha propiciado un gran avance sobre el interés del estado en el bienestar y el cumplimiento de los derechos de las personas de este sector. Sin embargo, la realidad puede diferir mucho del ideal que marca la ley, encontrándonos con un sector de posible vulneración a sus derechos, que requiere máxima atención. Este trabajo pretende analizar los aspectos centrales de los derechos de las personas adultas mayores y el rol activo del Estado en el cumplimiento de sus derechos (Arroyo Rueda, 2015). Es necesario conocer si existen políticas públicas destinadas a la protección de otros secto-

res vulnerables, que hayan generado movimientos de acción específicos para la defensa de sus derechos, logrando a partir de la lucha la efectivización y visibilización de distintas situaciones injustas.

Teniendo como punto de partida el principio de igualdad, todos los sectores sociales deben gozar de los mismos derechos de acuerdo a las circunstancias en las que se hallen, por lo cual es necesario comenzar a poner en tela de juicio la situación de los adultos mayores, que siguen siendo infantilizados, discriminados y no reconocidos en su integridad personal (Chavez Cervantes, 2012). Para ello se vuelve necesario conocer cómo es la situación actual de los derechos de los adultos mayores en nuestra ciudad. Una vez al tanto es posible indagar cuáles son las mejores alternativas para solucionar los conflictos de derechos que pudieran presentarse, así como propender a un envejecimiento activo y saludable de la población con planes de acción que tengan tales pilares como objetivos, a fin de evitar la infantilización, la cosificación y el aislamiento.

MATERIALES Y MÉTODOS

El enfoque que presenta la investigación es de tipo cualitativo. No se pretenden mediciones numéricas, ni estadística de datos, ni comparación entre los mismos, solo se usarán datos numéricos de base de datos en función de la utilidad que puedan presentar en la investigación. Se realizará una recolección de información y el análisis en profundidad de una realidad subjetiva como es el respeto y la protección de los derechos humanos de las personas adultas mayores y la posibilidad de existencia de casos en que se produce la vulneración a sus derechos. El diseño de la investigación será de tipo descriptivo, ya que hay bibliografía pero las investigaciones sobre el tema en Córdoba son escasas. Por esta razón, se explorará este campo a través de la investigación desarrollada en los tribunales provinciales mediante los casos jurisprudenciales que traten el tema así como de los organismos que propenden a la defensa de los derechos humanos de los adultos mayores. Las fuentes de información consultadas para este trabajo final han sido tanto primarias como secundarias. Entre las primeras se utilizan encuestas y entrevistas y, en relación a las fuentes secundarias, se utilizan libros, publicaciones científicas, doctrina y casos jurisprudenciales.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Del análisis de lo investigado, habiendo abarcado un gran abanico de aristas en cuanto a la protección de los derechos humanos de los adultos mayores, surge que si bien resta un gran recorrido aún, en la ciudad de Córdoba cada día se llevan a cabo más acciones tendientes a cumplimentar con los derechos reconocidos en la Convención analizada en

este trabajo. En primer lugar, la mirada se centra en el decrecimiento de nacimientos ocurridos de forma anual desde el año 2015 junto con el aumento de la esperanza de vida, lo que da como resultado una sociedad con una tendencia longeva. Asimismo se observa la disminución de embarazos adolescentes, que lleva a la necesidad de continuar este cambio de paradigma de manera interdisciplinaria, para trabajar en la mejora continua de la calidad de vida, centrándonos principalmente en la mejora del sistema previsional y de la salud. Dicho sistema de salud debe funcionar de forma preventiva para adelantarse a que los adultos mayores, cada día lleguen en mejores condiciones de salud a la tercera edad (López Pulido, 2007). En nuestra ciudad, contamos con múltiples herramientas estatales y de particulares, que en su conjunto pueden continuar ayudando en este cambio de mentalidad fomentando el envejecimiento saludable. Las políticas públicas deben fomentar la conservación del adulto mayor en el núcleo familiar, su actuación con independencia y autonomía, evitando que como primera alternativa se recurra a los centros de internación. Es necesario llamar a la reflexión con respecto a los llamados geriátricos, en razón que algunos de estos lugares cosifican a los mayores, los maltratan y no cumplen con sus derechos. Debemos continuar trabajando para eliminar las barreras de comunicación generacional y prevenir la discriminación por edad, alentando a una mejora en la salud pública, mejorando el acceso a la educación y capacitación continua en todos los sectores etarios de la sociedad (Davobe, 2016).

En cuanto al sector de educación, tiene una mirada hacia adentro, en el sentido de entender que el adulto mayor, no es una persona que ha culminado con sus necesidades de adquirir nuevos conocimientos y habilidades. Ellos cuentan con las posibilidades de realizar actividades educativas, artísticas, culturales y sociales de manera autónoma e independiente de las que realicen el resto de los miembros de la familia. Aceptando que la actual no es la misma sociedad de hace cincuenta años atrás donde una persona de sesenta años había alcanzado su promedio de vida. Debemos mirar hacia el futuro, entendiendo que nosotros vamos hacia ese camino. En cuanto a la salud los avances de la ciencia han crecido a pasos agigantados en los últimos años favorecidos por los grupos económicos que invierten en el bienestar personal y social en general, por el apoyo de los Estados y por los avances tecnológicos, entre otros.

Arias Cáu, E. (2016). Ley de prevención y protección integral contra abuso y maltrato a los adultos mayores de la Ciudad de Buenos Aires. La ley online IAR/DOC/422/2016

Arroyo Rueda, M.C. (2015). Envejecimiento, Cuidados y Política Social: continuidades y cambios en Argentina y México. América Latina Hoy. Ediciones Universidad de Salamanca

Bayardi, C. (2017). Interacción entre el derecho internacional de los derechos humanos y el derecho nacional: apuntes sobre los derechos de las personas con discapacidad en Argentina.

Chaves Cervantes, L. (2012). El acceso a la justicia de las personas mayores: nociones avances y desafíos. En Huenchuan S. (Ed.) Los derechos de las personas mayores en el siglo XXI: situación, experiencias y desafíos. Ciudad de México: CEPAL.

Dabove, M. I. (2016). Derechos humanos de las personas mayores en la nueva Convención Americana y sus implicancias bioéticas. Revista Latinoamericana de Bioética. Universidad Militar Nueva Granada.

Lopez Pulido, A. (2007). La ética de la comunicación con los mayores: todo un arte. Revista de enfermería Gerontológica.12 (42): 14-19

Orlandi, O. E. (2016). Una realidad oculta, una cuestión de derechos: La violencia a las personas mayores. Convención Interamericana sobre protección de los derechos humanos de las personas mayores.



Determinación de oficio sobre base presunta y proceso penal

AUTORA
Sarmiento, María Lourdes
lourdessarmientocastillo@gmail.com

CARRERA
Especialización en Derecho Penal Tributario y Económico

REVISIÓN
Aurora, Romero

RESUMEN

Con la sanción del nuevo Régimen Penal Tributario y Previsional establecido en el Título IX, art. 279, Ley No 27.430, se incorpora como segundo párrafo del artículo 19 el siguiente texto: “no corresponderá la denuncia penal cuando las obligaciones tributarias o previsionales ajustadas sean el resultado exclusivo de aplicación de las presunciones previstas en las leyes de procedimiento respectivas, sin que existieren otros elementos de prueba conducentes a la comprobación del supuesto hecho ilícito”. La Ley No 24.769 no preveía limitar la promoción de la denuncia penal en los casos en que las obligaciones tributarias o previsionales evadidas sean el resultado exclusivo de la aplicación de presunciones, incluso, la modificación introducida por la Ley No 26.735 directamente había derogado el citado artículo 19.

En función de ello, se plantea como objeto de investigación examinar cómo la reforma, en cuanto veda la promoción de denuncias penales cuando los ajustes impositivos sean el resultado exclusivo de una determinación de oficio sobre base presunta, ha sido receptada

por nuestros tribunales; y, en su caso, analizar cuáles son esos elementos de prueba conducentes que debe aportar la Administración para comprobar un supuesto hecho ilícito cuando la denuncia penal se sustenta en una determinación de oficio sobre base presunta.

A dicho fin, se desarrolla el marco teórico y conceptual de las presunciones aplicables al derecho tributario: sus límites constitucionales, el papel de las presunciones en el régimen sancionador y en el ámbito punitivo; para finalmente analizar la opinión de la doctrina en relación a la previsión del artículo 19 segundo párrafo del nuevo Régimen Penal Tributario y Previsional, y su recepción por la jurisprudencia, con la expectativa de aportar a todos los operadores de esta rama del derecho la mayor información posible y eventuales conclusiones, en la pretensión de colaborar a la preciada seguridad jurídica.

PALABRAS CLAVE

Determinación de oficio sobre base presunta – presunciones – régimen sancionador – régimen tributario.

INTRODUCCIÓN

Con fecha 15 de noviembre de 2017 se elevó al Honorable Congreso de la Nación un proyecto de ley que preveía una reforma integral del sistema tributario argentino. Luego del tratamiento parlamentario, dio lugar a la sanción de la Ley N° 27.430, que fue publicada en el Boletín Oficial el 29 de diciembre de 2017, mediante la cual se derogó la Ley N° 24.769, aprobándose en el Título IX, art. 279, un nuevo Régimen Penal Tributario y Previsional (en adelante RPT).

Este nuevo régimen introdujo significativas modificaciones, entre ellas, lo concerniente a la validez e idoneidad del método presuncional o estimación de oficio sobre base presunta previsto en el artículo 18 de la Ley 11.683 (t.o. 1998 y sus modificaciones) como sustento de una denuncia penal, al incorporar como segundo párrafo del artículo 19 del RPT el siguiente texto: "...no corresponderá la denuncia penal cuando las obligaciones tributarias o previsionales ajustadas sean el resultado exclusivo de aplicación de las presunciones previstas en las leyes de procedimiento respectivas, sin que existieren otros elementos de prueba conducentes a la comprobación del supuesto hecho ilícito...".

Esta disposición normativa es el resultado de la polémica que se desató tanto en la doctrina como en la jurisprudencia en torno a la validez de la determinación de oficio sobre base presunta como antecedente idóneo -notitia criminis- para dar inicio a un proceso penal tributario. En esa controversia fue posible vislumbrar distintas posiciones. Por un lado, se alinearon los que consideraron que correspondía la desestimación de la denuncia penal presentada por el organismo recaudador cuando ella se apoyaba en una determinación de

oficio sobre base presunta. Por otro lado, los que consideran que la determinación estimativa puede y debe fundar la génesis de un proceso penal. Por último, una posición intermedia o ecléctica, que asigna a las presunciones el carácter de elementos de convicción a valorar bajo parámetros de estricto control de legalidad, razonabilidad y oportunidad, a fin de determinar si corresponde o no iniciar una instrucción penal con base en una determinación de oficio sobre base presunta. Precisamente, es esta la postura que obtuvo concreción normativa en la reforma legal que nos proponemos abordar. Es por ello por lo que se propone en el presente trabajo examinar si la reforma, en cuanto confina la promoción de denuncias penales cuando las obligaciones ajustadas son el resultado exclusivo de una determinación de oficio sobre base presunta, ha sido receptada por nuestros Tribunales.

Asimismo, se procederá a investigar y analizar los antecedentes obrantes en la doctrina y la jurisprudencia con relación a cuáles son esos elementos de prueba conducentes que debe aportar la Administración para comprobar un supuesto hecho ilícito, cuando la denuncia penal se sustenta en una determinación de oficio sobre base presunta.

MATERIALES Y MÉTODOS

Como fuente de investigación se utilizó sentencias, fallos, legislación, libros de doctrina, revistas especializadas, y los principales sitios de recolección de datos fueron CIJ, La Ley Online, www.csjn.gov.ar, Lexis Nexis y El derecho. Se utilizó un tipo de investigación descriptiva y también correlacional, y el método de investigación fue el cualitativo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Del repaso de la jurisprudencia de la Cámara Federal de Apelaciones de Córdoba y de la Cámara Federal de Casación Penal, se concluyó que en la mayoría de los casos analizados se observa la recepción de la reforma introducida por la Ley 27.430 al Régimen Penal Tributario y Previsional, en cuanto confina la promoción de denuncias penales cuando las obligaciones ajustadas son el resultado exclusivo de una determinación de oficio sobre base presunta.

En efecto, en los únicos supuestos examinados donde la reforma no es receptada, el Tribunal llamado a decidir argumentó que al momento de la denuncia penal se encontraba vigente la ley 24.769, que ordenaba al Organismo Fiscal efectuar denuncia penal, aún en aquellos casos de determinación de oficio efectuadas exclusivamente sobre base presunta. Así, sostuvo que la denuncia era un acto procesal cumplido y que la aplicación retroactiva de la ley penal más benigna encuentra como límite infranqueable la validez de los actos procesales cumplidos y firmes bajo la vigencia de la normativa derogada.

Además, en el análisis efectuado se pudo constatar que la reforma dota de mayores ga-

rantías a los administrados al exigir que se acredite el elemento subjetivo de la conducta reprimida, evitando la acreditación del ardid o engaño a partir de conjeturas basadas en coeficientes o estadísticas.

Finalmente, en cuanto a los elementos de prueba que se deben acompañar a una determinación de oficio sobre base presunta para sustentar una denuncia penal, estos pueden ser: estados contables, resúmenes de bancos, documentación aportada por la firma, declaraciones juradas presentadas, información de entidades financieras, terceros intervinientes, bases de datos del Organismo Fiscal, depuración de registros bancarios, informes de la UIF, y todo otro elemento de prueba tendiente a ocultar la verdadera situación patrimonial del obligado.

En conclusión, para que la determinación sobre base presunta sirva de prueba de cargo debe partir de hechos ciertos y probados, susceptible de ser interpretados en un único sentido, que, por su número, gravedad, precisión y concordancia, produzcan convicción sobre el acaecimiento del hecho presumido, conforme a las reglas de la sana crítica racional; y deberá estar acompañada de elementos de prueba independientes que permitan aspirar, razonablemente, a superar la mera conjetura ilícita. Caso contrario la determinación no será apta para iniciar un proceso penal tributario.

REFERENCIAS


ÁLVAREZ ECHAGÜE, J. M. (2018). La extinción de la acción penal tributaria. Buenos Aires: AD-HOC.

ARMANI, M. A. (s.f.). El ocaso de una era: Un adiós a la ley 24.769 y el devenir del derecho penal tributario. Doctrina Penal Tributaria y Económica. N° 48.

GOMEZ, Teresa y FOLCO, Carlos María. (2020). Procedimiento Tributario - Ley 11.683 - Decreto 618/97 (10ª Edición actualizada y ampliada ed.). Buenos Aires: Thomson Reuters - La Ley. Procedimiento fiscal explicado y comentado, actualizado según reforma tributaria. (11ª ed.). (2018). Buenos Aires: Errepar.

RIQUERT, M. A. (2019). Regimen Penal Tributario y Previsional. Ley 27430. Comentada. Anotada (Segunda ed.). Buenos Aires: Hammurabi.

SEMACHOWICZ, E. D. (2017). Algunas notas respecto a las modificaciones al régimen penal tributario. DTE, t. XXXVIII.

A photograph showing several young men in a classroom or lecture hall, looking down at their work or laptops. The image is partially obscured by a dark green overlay at the bottom.

Plan de marketing para alcanzar el objetivo de ventas 2023 de cursos, certificados, programas y diplomaturas de institución universitaria.

AUTOR

Gagliesi, Juan José
juanjogagliesi@gmail.com

CARRERA

Especialización en Marketing y Dirección
Comercial

REVISIÓN

Mariana, Frandino

RESUMEN

Esta investigación pretende analizar el modelo de arquitectura de marca de cursos, programas, certificados y diplomaturas, debido a que el problema que se presenta en esta unidad de negocios está justamente dado en la diversidad de la cartera de productos que la componen, donde conviven programas históricos; con partners/socios y los nuevos lanzamientos. Es importante reconocer que no todos los productos requieren la misma atención, inversión y esfuerzo de marketing, ya que su desempeño y prioridades pueden variar. Para abordar esta situación, es que la intención de este trabajo final propone desarrollar un plan de marketing estratégico basado en la investigación y análisis de su cartera de productos en términos de su desempeño histórico, su potencial de crecimiento, su posicionamiento en el mercado y su contribución a los objetivos comerciales.

PALABRAS CLAVE

Marca corporativa, Arquitectura de Marca, Análisis de producto, Estrategia Comercial.

INTRODUCCIÓN

El término *lifelong learning* o aprendizaje a lo largo de la vida se refiere a la educación que se cursa a la par y posteriormente de los grados académicos. Comprende todas las actividades de aprendizaje en la trayectoria educativa de una persona con el objetivo de aumentar el conocimiento y mejorar las competencias personales, cívicas, sociales y de empleabilidad. En el caso de la Universidad se refiere a los cursos, programas, certificados y diplomaturas. Aprendizaje para la vida es una de las unidades de negocio del Vicerrectorado de Innovación, Investigación y Posgrado. Se entiende por unidades de negocio a “una división específica dentro de una empresa, se trata de un conjunto de actividades que se llevan a cabo con una estrategia y objetivo independiente”. Un diferencial de esta unidad es que los contenidos de las formaciones si bien son desarrollados por el equipo académico de Siglo 21, si el programa cuenta con un socio estratégico, lo realizan en su conjunto. Mercado Libre, Escuela de Arte Gastronómico, Kinetic, Incutex son algunos de los socios vigentes.

El mundo evoluciona rápidamente, y cada mercado tiene patrones de crecimiento únicos que generan cambios dinámicos que las empresas deben reconocer. Esta unidad se caracteriza, a diferencia de las carreras de pregrado, grado y posgrado, por estar en constante cambio y actualización. En cuestión de meses, los programas que antes eran de gran interés y demandados en el mercado pueden dejar de serlo, y al mismo tiempo, surgen nuevos productos que buscan responder a las necesidades de los mercados actuales. Convivir con un panorama tan dinámico y cambiante representa un desafío para la organización, exigiendo que las áreas y equipos que lideren este negocio sean ágiles, proactivos y capaces de anticiparse a los cambios. No obstante, para lograr esto, es necesario contar con un plan estratégico que respalde y acompañe estas acciones.

El objetivo de este trabajo final es presentar y formalizar un modelo con inteligencia comercial que no se había llevado a cabo hasta ahora, basado en datos concretos y respaldado por evidencia. La cartera está compuesta por más de 100 programas, lo que hace imposible brindar la misma atención, inversión y calidad a todos los productos por igual en este contexto. Por ello, el plan de marketing marcará el rumbo, con sustento en los datos arrojados en la investigación para determinar qué programas priorizar. En cuanto al presupuesto, se ha asegurado que ya fue definido y aprobado por la alta gerencia al inicio del período 2023. Además, como dato adicional, dentro del plan de marketing se propone como uno de los ejes de trabajo el feedback constante a las áreas encargadas de la pauta publicitaria para el control y revisión del mismo.

MATERIALES Y MÉTODOS

El planteo del problema está referido a la viabilidad de desarrollar un plan de marketing que se sustente en el análisis de la arquitectura de marca de la unidad de negocios de cursos, programas, certificados y diplomaturas. Para dar respuesta a ésta problemática y tener un panorama más claro y certero, se procede como solución, al desarrollo de una investigación cuantitativa descriptiva. De este modo se busca detallar las propiedades, las características y los perfiles de los estudiantes que adquieren éste tipo de formaciones, logrando obtener con precisión distintos ángulos o dimensiones de una situación. Es importante destacar que “las intenciones de los estudios descriptivos no buscan establecer, ni probar relaciones de causa-efecto entre las variables, por lo tanto, se utilizan los diseños no experimentales (aleatorios o no) para el acopio de datos y alcanzar los objetivos de investigación

La investigación tomó como muestra la base de estudiantes hombres y mujeres de 18 años en adelante que durante 2022 se inscribieron a una de las formaciones, residentes en Argentina. Del total de la base (5111 datos) se logró una muestra representativa de 138 respuestas, por medio del instrumento de la encuesta y de preguntas cerradas en su mayoría y algunas abiertas. En la misma se consultó sobre los medios por los cuales se inscribió, de qué manera conoció la oferta educativa y cuál ha sido su experiencia al respecto como estudiante. Las respuestas dadas permiten obtener una valiosa información a la hora de evaluar el plan integral y las acciones de cada área respectiva.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La estrategia de marketing que se propone para la unidad de Aprendizaje para la vida se basa en un posicionamiento basado en el producto. Gracias al posicionamiento de la marca “Universidad Siglo 21” a través de su modelo monolítico, se busca promocionar a la Unidad de Aprendizaje para la Vida como un modelo académico ágil y dinámico, la cual ofrece programas que se adaptan a las tendencias y necesidades del mercado, respaldados por la universidad privada “más elegida por los argentinos y argentinas”. Un aspecto diferencial a destacar son los más de 75.000 egresados y 80.000 estudiantes que forman parte de la universidad. El análisis realizado de la cartera indica que esta unidad se compone de más de 143 programas (según duración, modalidad y apertura), y se pretende añadir alrededor de 30 programas adicionales. A nivel estratégico y presupuestario, no es viable para la Universidad invertir dinero, recursos y tiempo de manera igualitaria en todos los programas, ya que no todos rinden de la misma manera ni generan el mismo volumen de ventas. Con base en esta premisa y teniendo en cuenta que el desafío es proponer un modelo que permita trabajar con una visión estratégica de toda la cartera, se propone crear una nueva

matriz hasta ahora inexistente en la que los programas se agrupan en bloques en función de su rendimiento comercial. Mediante este tablero, será posible detectar cuáles son los más demandados por el público objetivo y se establecerán más acciones de generación de pauta publicitaria, difusión y conversión de prospectos en ellos.

El criterio de la matriz es el siguiente:

- Bloque 1: programas que superen los 200 nuevos ingresantes.
- Bloque 2: programas que van de los 100 a 199 nuevos ingresantes.
- Bloque 3: programas que van de los 20 a 99 ingresantes.
- Bloque 4: programas que van de 1 a los 19 ingresantes.
- Bloque 5: programas sin ingresantes

Las unidades de negocio estratégicas son subunidades de una organización que pueden funcionar como empresas independientes en muchos aspectos. Esto incluye su capacidad para formular ideas estratégicas y desarrollar estrategias de marketing. En el caso de este proyecto de trabajo final, se buscó precisamente abordar una necesidad específica de la unidad y, a través del análisis de su cartera y la investigación del cliente, sugerir un modelo de innovación que difiera de la estrategia del resto de la cartera de productos de la Universidad (pregrado, grado y posgrado) considerando los beneficios de estar dentro de una arquitectura de marca fuertemente posicionada en el rubro educativo. El mundo evoluciona rápidamente, y cada mercado presenta patrones de crecimiento únicos que generan cambios dinámicos que las empresas deben reconocer. Estos cambios pueden ocurrir a diario, y una empresa debe ser capaz de reaccionar rápidamente para sobrevivir en este entorno. Cada unidad tiene la libertad de adaptarse o evolucionar a medida que cambia su mercado o la demografía de los consumidores. Por esta razón, este plan se centró inicialmente en analizar la cartera de productos, los mercados y los canales de venta para comprender su posición actual y, en base a ello, desarrollar un modelo de trabajo que se ajuste y demuestre cómo está respondiendo el mercado. A partir de esto, se ejecutarán acciones tácticas y concretas que contribuirán al logro de los objetivos

REFERENCIAS

Bassat Luis, “El libro rojo de la publicidad” (2001). Random House Mondadori, S.

Gloria Mousalli-Kayat (2015) “Métodos y Diseños de Investigación Cuantitativa”. Mérida.

David Sánchez Huerta (2020) "Análisis FODA o DAFO. El mejor y más completo estudio con 9 ejemplos prácticos" Madrid – Bubok Publishing SL.

Hair, Anderson, Mehta y Babin (2010) "Administración de ventas. Relaciones y sociedades con el cliente. Cengage Learning Editores, S.A.

Kotler, Philip y Armstrong, Gary. (2012). "Marketing". México: Pearson Educación.

Lambin, Gallucci y Sicurello (2009) "Dirección de marketing. Gestión estratégica y operativa de mercado" México McGraw – Hill/Interamericana Editores S.A.

O. C. Ferrell y Michael D. Hartline (quinta edición) "Estrategia de Marketing"

Plan de posicionamiento y comunicación para las visitas guiadas del Observatorio Astronómico de Córdoba

AUTORA
Rubinstein, Victoria
vickyrubinstein@gmail.com

CARRERA
Especialización en Marketing y Dirección Comercial

REVISIÓN
Mariana, Frandino

RESUMEN

El Observatorio Astronómico de Córdoba (OAC), fundado en 1871 por Domingo Faustino Sarmiento, es la primera institución científica de Argentina y un referente en el desarrollo científico y educativo del país. Desde su integración en la Universidad Nacional de Córdoba en 1948, se ha consolidado como un centro de investigación y divulgación científica, desempeñando un rol crucial en la promoción de la cultura científica. Las visitas guiadas al OAC, tanto diurnas como nocturnas, permiten a los visitantes explorar su museo, asistir a funciones en el planetario y participar en observaciones astronómicas. Estas actividades fomentan el pensamiento crítico y el interés en la ciencia, con especial enfoque en la educación no formal.

Para garantizar que el Observatorio Astronómico de Córdoba (OAC) alcance a una mayor cantidad de público, aumente la venta de entradas y asegure su funcionamiento a largo plazo, se implementará un plan de posicionamiento y comunicación. Este plan tiene como objetivo maximizar la visibilidad y el impacto del observatorio, asegurando que sus activi-

dades de divulgación científica lleguen a un público más amplio y diverso.

PALABRAS CLAVE

Divulgación. Ciencia. Marketing. Posicionamiento. Prestigio. Comunicación

INTRODUCCIÓN

Esta propuesta se basa en la necesidad de posicionar las visitas guiadas diurnas del Observatorio Astronómico de Córdoba (OAC) en el contexto actual. Si bien el mismo cuenta con una larga trayectoria y una legitimidad establecida, es crucial adaptarse a los cambios en el comportamiento y las expectativas del público para garantizar su sustentabilidad. Por ello, la implementación de un plan de comunicación y posicionamiento efectivo no solo permitirá maximizar el impacto del observatorio en la comunidad local y nacional, sino que también aumentará su capacidad para atraer y retener a nuevos visitantes, lo que impactará en la sostenibilidad financiera del observatorio a largo plazo. A pesar de existir otros observatorios astronómicos en el país y en otras partes del mundo, cada uno tiene características únicas, por lo que el plan de comunicación y posicionamiento de marketing permitirá resaltar los aspectos diferenciadores del Observatorio Astronómico de Córdoba, como su ubicación geográfica privilegiada, su historia y su amplio catálogo de actividades extensionistas. Esto ayudará a destacarlo frente a la competencia y a atraer a un público interesado en experiencias astronómicas auténticas en horas de la tarde.

Al establecer una estrategia de posicionamiento de marketing, se podrán identificar y entender mejor las necesidades y deseos de los potenciales visitantes. A través de una investigación de mercado y análisis de la competencia, se pueden identificar oportunidades para diseñar programas de visitas guiadas que satisfagan las expectativas del público objetivo. Esto ayudará a generar demanda y aumentar el número de personas interesadas en visitar el observatorio. En última instancia, este plan busca proporcionar estrategias que al aplicarse contribuyan a fortalecer la posición del Observatorio Astronómico de Córdoba como un destino atractivo y relevante para la comunidad científica y el público en general, inclusive, durante el día.

Cabe recordar que el Observatorio Astronómico de Córdoba tiene un importante papel en la divulgación científica y la promoción de la astronomía, por lo que un plan de comunicación y posicionamiento de marketing bien diseñado permitirá comunicar de manera efectiva los conocimientos y descubrimientos astronómicos que se realizan en el observatorio. Esto no solo contribuirá a la formación de personas interesadas en la ciencia, sino que también fortalecerá la imagen del observatorio como un referente en el ámbito astronómico.

Más allá de atraer leads a las visitas diurnas que impactarán en la sostenibilidad del propio observatorio, esta propuesta de posicionamiento impactará de manera positiva en el turismo local. Al promocionar las visitas guiadas, se atraerá a turistas interesados en la astronomía y la ciencia, lo que generará un flujo de visitantes a la ciudad, beneficiando al observatorio como a la economía local y otros sectores relacionados, como la gastronomía, hotelería y el comercio. En el contexto actual, en un panorama tan dinámico y cambiante, se vuelve crucial contar con un plan de este tipo que acompañe la búsqueda de sostenibilidad de la institución.

METODOLOGÍA

La metodología propuesta para alcanzar los objetivos planteados se basa en un enfoque cuantitativo a través de un diseño descriptivo. En una primera etapa se realizará un diagnóstico, contextualizando la situación de las visitas guiadas diurnas al Observatorio Astronómico de Córdoba. Para ello se tendrán en cuenta distintas fuentes de información como la venta de entradas de visitas diurnas y visitas nocturnas. Esta base permitirá conocer las tendencias del mercado, entendiendo cuáles son las preferencias por parte los visitantes.

Como instrumento de recolección de datos, se realizará una encuesta que apuntará a indagar sobre la experiencia personal al momento de la visita, la conformidad con el servicio, etc. Es interesante señalar que la información recabada permitirá:

- 1- Analizar cuál es la arquitectura de marca que representa el servicio de visita guiada,
- 2- Conocer y estructurar la oferta de visitas,
- 3- Estudiar las características de las visitas nocturnas y las visitas a otras instituciones similares que permita incorporar información de valor a la propuesta del servicio.

La encuesta pondrá énfasis en quién es el visitante, qué lo llevó a la visita, de dónde concurre, cuándo concurre, por qué, en referencia a si la visita cumplió o no con sus expectativas.

Edad promedio	45-54 años acompañados de menores de 18
Forma en la que se enteró de la visita	Redes sociales/ recomendación
Accesibilidad	Muy buena
Estacionamiento	Suficiente
Elementos educativos	Suficientes
Elementos de observación diurna	Falta de elementos para ver el sol

Por donde recibir información	Instagram/medios
Precio	barato

RESULTADOS

Se desarrolló un sistema para la gestión de los proyectos solidarios, sus donaciones y administración de las tareas realizadas por el voluntariado.

CONCLUSIÓN

El Observatorio Astronómico de Córdoba (OAC) enfrenta el reto de posicionar sus visitas guiadas diurnas como una experiencia educativa y atractiva para un público diverso. Tras analizar varias áreas de mejora, se propuso un plan de marketing enfocado en aumentar la visibilidad del OAC, diferenciándose de la competencia y generando mayor demanda.

El análisis FODA destacó fortalezas como la ubicación estratégica, la calidad de las visitas y el personal capacitado. Sin embargo, se identificaron debilidades como presupuestos limitados y una temporada de visitas restringida. Las oportunidades incluyen el creciente interés en la astronomía y la educación científica, mientras que las amenazas incluyen la competencia turística y la contaminación lumínica.

Se recomendó el desarrollo de programas educativos, eventos especiales diurnos, y una estrategia de marketing digital. Además, se sugiere un programa de membresía, "Club de la Astronomía", que ofrezca beneficios exclusivos para fidelizar visitantes y generar ingresos adicionales.

Este enfoque busca posicionar al OAC como líder en educación y turismo científico, contribuyendo al desarrollo cultural y científico de la región.



El fortalecimiento de la cadena de valor de la quinua. El caso de Jujuy

AUTORA
Bautista, Ingrid Anahí Karen
inbau92@gmail.com

CARRERA
Especialización en Negocios Internacionales

REVISIÓN
Aurora, Romero

RESUMEN

El presente trabajo consiste en un plan estratégico de intervención para el fortalecimiento de la cadena de valor de la quinua en la región del norte argentino y, en específico, el caso de Jujuy. Dicha planificación está proyectada para el período 2022-2024. El problema principal radica en el bajo nivel de industrialización que existe en los distintos eslabones de la cadena de valor de la quinua. Este escenario le resta competitividad dentro del mercado y no le permite diferenciarse del resto de cadenas en el sector. El objetivo general del plan estratégico es brindar propuestas para el fortalecimiento de la cadena de valor de la quinua en la provincia de Jujuy. Para ello, se trabajó en el análisis de los factores externos e internos en torno a la cadena de valor de la quinua en la provincia de Jujuy y se expusieron las diferentes propuestas estratégicas, con sus objetivos y planes de acción de manera que se sustente el crecimiento en el tiempo.

PALABRAS CLAVE

Propuesta Estratégica; Quinua; Cadena de Valor; Jujuy

INTRODUCCIÓN

La realidad económica internacional nos presenta un escenario complejo y dinámico con una serie de cambios profundos en los procesos productivos, la actividad económica y en los negocios internacionales. Estos cambios devienen de una globalización creciente y acelerada que ha tenido su impacto en la distribución del poder. El poder global ya no se encuentra centralizado en el Estado-nación, sino que la aparición de nuevos actores ha descentralizado y modificado la estructura de las relaciones internacionales.

Así también dichos cambios han permitido el surgimiento de una nueva estructura conocida como cadenas globales de valor. Las cadenas de valor existentes en la actualidad emergen como resultado de un nuevo patrón de producción basado en una deslocalización geográfica conectada con mercados finales dinámicos (Oddone y Perez, 2016).

En el contexto de globalización que hoy transitamos, las ventajas competitivas ya no son exclusivamente nacionales, este escenario propició que el interés se centre en potenciar aquellas cadenas de valor significativas para la región y que por medio de este nuevo patrón de producción puedan insertarse en el mercado internacional.

Precisamente, la provincia de Jujuy realizó, en estos últimos años, un cambio en su matriz productiva basado en la maximización de las ventajas competitivas de ciertas cadenas de valor estratégicas para el crecimiento económico de la provincia, una de ellas es la cadena de valor de la quinua. En los negocios internacionales una ventaja competitiva se obtiene cuando la empresa u organización hace sus actividades estratégicamente importantes mejor que sus competidores y a un costo menor que ellos.

Como afirma el “Manual para las Cadenas de Valor” de la CEPAL, el fortalecimiento de una cadena de valor puede ser un instrumento para combatir la desigualdad, al favorecer mayores ingresos de los productores y una apropiación más equilibrada del valor agregado.

En el caso específico de la cadena de valor de la quinua, el interés se debe a diversos factores: uno de ellos es la coyuntura internacional. El año 2013 brindó un escenario favorable cuando la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) declaró ese año como “El año internacional de la quinua”, en reconocimiento a los pueblos andinos que la preservaron como alimento para generaciones presentes y futuras.

La mención de este producto por parte del organismo internacional buscó remarcar su importancia como alimento provisto de un gran valor nutritivo y que se adapta a severas condiciones climáticas como las que presentan los países de Perú y Bolivia, donde tiene

un gran desarrollo productivo.

Por lo expuesto anteriormente, el presente trabajo tiene como objetivo elaborar una serie de propuestas estratégicas de intervención de la cadena de valor de la quinua en la provincia de Jujuy con el fin alcanzar el fortalecimiento económico de la región.

MATERIALES Y MÉTODOS

Nuestra investigación es de carácter cualitativo y pretende alcanzar un nivel explicativo a través del pensamiento estratégico para la elaboración de propuestas y planes de acción. Para la recolección de datos de dicho trabajo se utilizó una diversidad de fuentes, tanto primarias como secundarias, como entrevistas semi estructuradas a directivos de los organismos provinciales competentes en la toma de decisiones del proceso de internacionalización y agregado de valor de la cadena de valor de la quinua. En el caso de las fuentes secundarias se empleó la técnica de análisis documental.

En cuanto al diagnóstico, se empleó la metodología de análisis FODA, que permite identificar a través del análisis externo e interno las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas dentro de una organización para luego llegar a la elaboración de propuestas estratégicas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A partir de todo lo anterior, se elaboraron las siguientes propuestas:

1. Inversión en infraestructura e industrialización del sector

De acuerdo con el análisis de factores internos y externos de la cadena de valor de la quinua, se puede visualizar que existe una deficiencia en cuanto a la inversión en infraestructura. La falta de modernización en cada uno de los eslabones que integran la cadena hace que sea poco competitiva frente a otras cadenas que integran el sector. Se sugiere empezar con la industrialización del sector productivo de la quinua: esto requiere de inversión y capacitación en el sector, también se debe tener en cuenta que el traspaso de una agricultura de tipo familiar hacia una industrialización debe realizarse de manera moderada para minimizar la problemática de la aversión al riesgo por parte de los pequeños productores.

Para lo mencionado anteriormente es necesario atraer y aumentar los niveles de inversión extranjera directa. En este punto se debería aprovechar el escenario internacional actual, aprovechar la interdependencia económica creciente como así también la posibilidad de insertarse en los procesos de integración regional, ya que, como se dijo anteriormente, Jujuy es parte de un proceso de integración supranacional del cual podría aprovechar y ampliar sus ventajas competitivas.

La posición geográfica de la provincia de Jujuy ofrece grandes oportunidades de inversión extranjera directa, se debería aprovechar los vínculos que se pueden obtener al ser una provincia fronteriza que limita con Bolivia y Chile, ya que este país constituye una oportunidad para acceder al mercado del sudeste asiático.

2. Aumento de maquinarias

Esta propuesta se deriva de lo anterior, ya que, una vez que se cuente con una importante inversión extranjera directa, se podrá contar con capital suficiente para aumentar la dotación de maquinarias para la cadena de valor de la quinua. Es necesario, no obstante, realizar estos cambios de manera paulatina y concertada con las comunidades dedicadas a la producción local, con el fin de minimizar la posible emergencia de problemáticas sociales. El aumento en la dotación de maquinarias a la población rural se traducirá en el incremento de la producción, que redundará en un mayor crecimiento económico para la región y un mejoramiento en la calidad de vida de la población. Es importante destacar que el nivel de maquinaria tiene una vinculación directa con la inversión en infraestructura, ya que ambos son componentes críticos y fundamentales para la industria agropecuaria.

3. Capacitación del capital humano

Resulta importante, para avanzar en el agregado de valor de la quinua, realizar capacitaciones con el fin de optimizar el capital humano. Al tratarse de una agricultura de tipo familiar basada en una economía de subsistencia, es importante aquí resguardar el conocimiento ancestral. En este punto se requiere lograr una complementariedad entre lo tradicional y el avance tecnológico. Es fundamental que los productores de las zonas de Quebrada y Puna puedan implementar nuevas tecnologías, nuevas técnicas de siembra y riego a su producción, pero sin dejar de lado el aspecto ancestral que caracteriza a este cultivo: generar valor a través de lo que se conoce como “comercio justo”.

La capacitación del capital humano implica la realización de talleres presencial o virtuales dictados por especialistas del plano nacional e internacionales. Dotar de conocimiento al personal de cada uno de los eslabones de la cadena de la quinua genera una ventaja competitiva respecto del resto de las cadenas con las que compete. Esta es la mayor ventaja que puede diferenciarla del resto.

4- Generar valor a través del sello de origen

Se debería aprovechar la cultura ancestral que trae consigo el cultivo de la quinua y, a partir de ello, generar un sello de origen, tal como se mencionó anteriormente, ya que este factor podría generar una diferenciación de esta cadena con respecto a otras. Además, el valor está en que hoy el consumidor tiene un interés creciente en conocer el origen de aquello que consume. El origen de sello se trata de una herramienta que permite al consumidor identificar el origen de bienes y servicios de su elección y preferencia, establecien-

do calidad y cualidades de procedencia que los hacen únicos. El sello de origen es una práctica o, mejor dicho, una tendencia internacional que ya se utiliza en otros países, por ejemplo, tenemos el caso de México y Chile, donde dicha práctica dota de un agregado de valor a la cadena de la quinua como tal.

5- Conformar alianzas que se traduzcan en ventajas competitivas y optimización en el proceso productivo

En esta propuesta se busca afianzar la conformación de alianzas entre actores públicos y privados, como así también con centros de investigación y universidades. El caso del vínculo entre a Universidad Nacional de Jujuy y la Secretaría de Agricultura familiar resulta, en este sentido, un ejemplo destacable. Es necesario promover la continuidad en el tiempo de dicha alianza estratégica con el fin de fortalecer la cadena de valor a partir de la instrumentación de planes de acción, seguimientos y evaluación de indicadores.

La optimización del proceso productivo implica que se mejoren cada uno de los eslabones a través de la innovación e implementación de tecnología, por ejemplo, en el eslabón de PRODUCCIÓN se hace fundamental aplicar nuevas tecnologías al igual que en el proceso de ACOPIO, principalmente, respecto de la mejora en el manejo y el control logístico. Esto se replica asimismo en los eslabones restantes de la cadena.

CONCLUSIÓN

La provincia de Jujuy se dedica principalmente a la actividad agrícola, a la producción los granos y legumbres. En este rubro es donde cuenta con gran experiencia a través de la participación en mercados internacionales.

Actualmente, sin embargo, ha empezado a transitar un cambio en su matriz productiva como fruto del creciente proceso de globalización, dicho cambio ha marcado una impronta a nivel internacional, pudiendo acceder a mercados asiáticos, europeos, como así también un crecimiento en los intercambios con los países de la región como Brasil y Paraguay. El cambio en su matriz productiva significó apostar a sectores estratégicos para el desarrollo local de la Provincia y su inserción internacional. Uno de esos sectores productivos es el dedicado a la producción de quinua.

Sí bien el cultivo de la quinua en la provincia de Jujuy se basa en la agricultura familiar y en la producción de subsistencia, no se debe negar el potencial con el que cuenta la cadena y la producción para insertarse en los mercados internacionales, pero para ello se requiere del esfuerzo del gobierno provincial y nacional para que se impulse e incentive a los productores de la zona a apostar por el proceso de internacionalización.

La internacionalización es clave en el mundo actual, cada vez más interdependiente económicamente, razón por la cual los productores de la quinua deberán adaptarse a estos

desafíos para mantenerse competitivos y sostenibles en el futuro a través de la búsqueda de eficiencia, rentabilidad y sustentabilidad. Se requiere trabajar de manera eficiente en modernizar cada uno de los eslabones que componen la cadena de valor de la quinua para lograr la ventaja competitiva que la diferencie del resto de cadenas, esto se logrará con la optimización de los principales procesos. Por ello es que remarcamos la importancia en la articulación conjunta para garantizar la eficiencia y efectividad de las propuestas de dicho plan.

Es imprescindible trabajar para alcanzar una inversión suficiente en lo que respecta a la infraestructura, de manera que la producción de quinua deje de ser primaria y basada en la autosuficiencia y alcance un nivel de industrialización suficiente que le permita superar aquellos parámetros que la limitan. La inversión en infraestructura también significa adquisición de maquinarias que complementen y mejoren cada uno de los eslabones de la cadena, ya que esto sin dudas permitirá un crecimiento exponencial en las ventas.

La generación de valor a través del sello de origen es importante y abrirá puertas en el mercado internacional a la cadena de valor. Por todo lo expuesto anteriormente es necesario continuar trabajando y aunar esfuerzos, tanto del sector público como de privados, para el fortalecimiento de la cadena de valor de la quinua de la provincia de Jujuy. El escenario es favorable y ofrece una serie de oportunidades y ventajas únicas. Por tanto, se trata de una manera de impulsar la producción de la quinua y mejorar los estándares de calidad de vida de quienes son los protagonistas en este mercado.

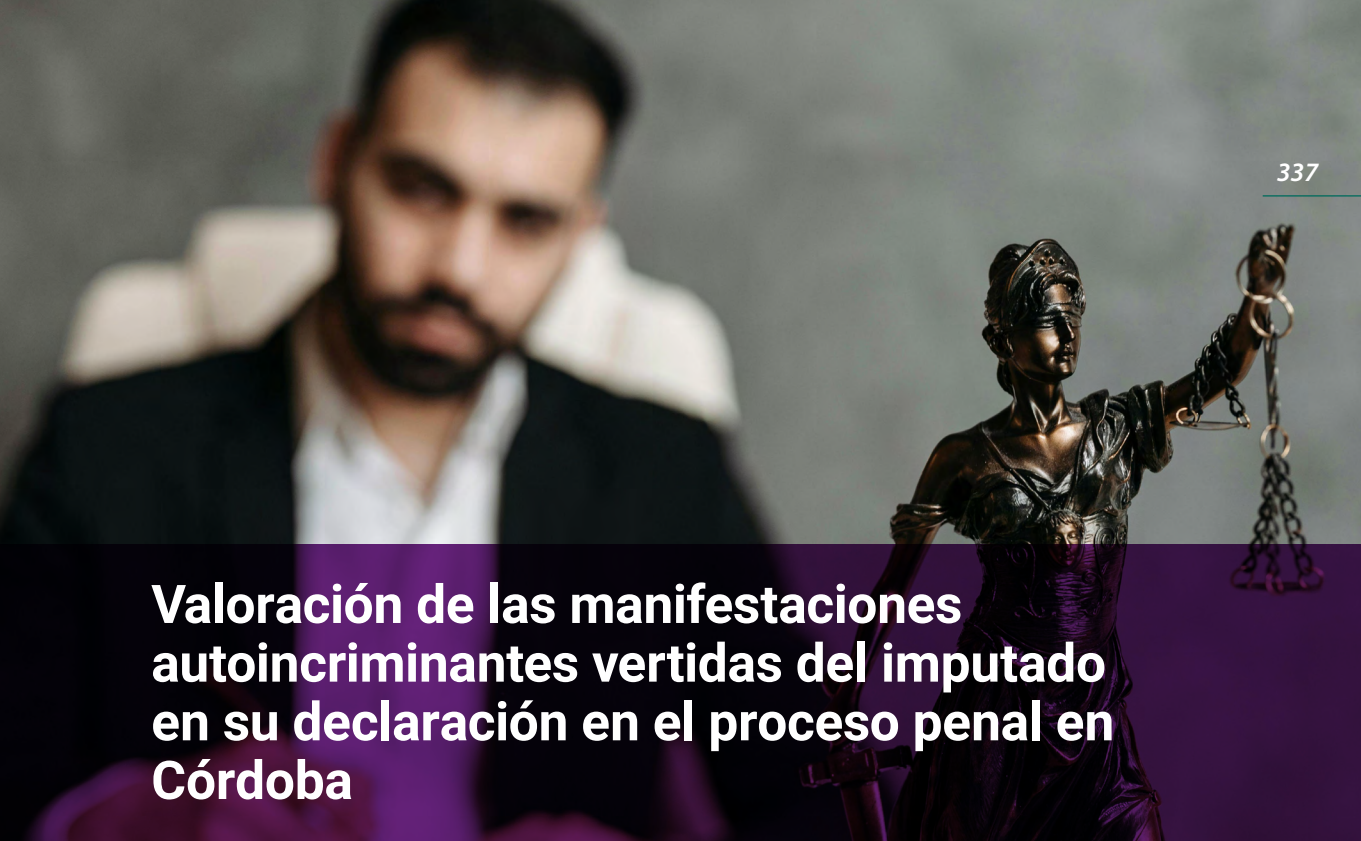
Para finalizar, se debe romper con el paradigma actual con miras a alcanzar un sistema alimentario más inclusivo donde se fortalezca a la agricultura familiar a través del acceso a la tecnología, la información y el financiamiento, para llegar a un modelo alimentario sostenible y alcanzar la inserción internacional de la cadena de la quinua en la provincia de Jujuy.

REFERENCIAS

Oddone, N. y Perez, R. (2016). "Manual para el Fortalecimiento de la cadena de valor de la Quinua". Ed. CEPAL.

Daza, R. et al. (2015). "Quinua, regalo ancestral: historia, contexto, tecnología, políticas". 1ª Ed. Fundación Nueva Gestión. Jujuy. Argentina.

Scalise, J. (s.f.). "Caracterización y Diagnóstico de la cadena de valor de la quinua en Argentina". Ed. Universidad Nacional de General San Martín. Buenos Aires. Argentina.



Valoración de las manifestaciones autoincriminantes vertidas del imputado en su declaración en el proceso penal en Córdoba

AUTORA
Dhooge, Brenda Melanie
dhoogebrendam@gmail.com

CARRERA
Maestría en Derecho Procesal

REVISIÓN
Aurora, Romero

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación, abordamos la posibilidad de valoración por el órgano acusador, y luego por el Tribunal, de los dichos y manifestaciones autoincriminantes vertidas por el imputado al momento de prestar su declaración. Primeramente, luego de dar una aproximación conceptual de imputado y del acto procesal de la declaración, vinculamos la posibilidad de valorarla con los fines del proceso penal en la Provincia de Córdoba, y con las garantías Constitucionales y Supranacionales, tanto del imputado como de las demás partes del proceso. Luego estudiamos las posturas a favor y en contra de la doctrina y la jurisprudencia, respecto de la referida temática. También consideramos la valoración del silencio del imputado, la declaración en sede policial, entre otras cuestiones de interés. Finalmente, arribamos a una conclusión, centrándonos en los dichos autoincriminantes del imputado al momento de declarar y su valoración como prueba a lo largo de la investigación penal preparatoria y posteriormente en la sentencia condenatoria.

PALABRAS CLAVE

Proceso Penal, Declaración del imputado, Valoración de la prueba, Indicio de mala justificación.

INTRODUCCIÓN

La investigación propuesta está centrada en la declaración del imputado en el proceso penal. La declaración del imputado es un acto procesal, de trascendental importancia, ya que es el momento en que el órgano investigador da a conocer al perseguido penalmente el hecho que se le atribuye, su calificación legal y cuáles son las pruebas existentes en su contra tal como lo indica el artículo art. 261 CPP de Córdoba. También, se le permite al perseguido penalmente: “intervenir en el proceso, (...) conocer y contradecir la imputación (v.gr. art. 8.2g CADH), proporcionando libremente, si lo prefiere, su versión sobre el hecho delictivo que se le atribuye” (Cafferata Nores y Tarditti, 2003, p. 272).

El problema surge cuando el imputado declara y de allí surgen elementos que pueden incriminarlo. ¿Deben ser considerados por el juzgador? O, por el contrario, al tratarse del ejercicio legítimo del derecho de defensa, no deben ser tenidos en cuenta si lo perjudican. Con lo dicho anteriormente, plasmamos como objetivo general del presente trabajo analizar la legalidad de que los dichos autoincriminantes del imputado en su declaración sean valorados por el órgano juzgador como elemento de prueba. De esta manera surge la hipótesis del presente trabajo de investigación, la cual refiere que las manifestaciones autoincriminantes realizadas por el imputado en su declaración pueden ser valoradas como elementos de prueba en el proceso penal de la Provincia de Córdoba.

Específicamente, nos preguntamos si los dichos del imputado en su declaración pueden ser usados como elemento de prueba, primeramente, por el órgano investigador para formular acusación en su contra, y posteriormente por el Tribunal en el juicio para fundar su culpabilidad y consecuente pena, con independencia de que se trate de una confesión directa, incluyendo también aquellos dichos que autoincriminen al declarante en el delito investigado o en otros.

En el primer capítulo realizamos un estudio profundo del concepto de imputado y su capacidad procesal, como también un acercamiento a la concepción del acto procesal que implica la declaración del imputado, sus requisitos de procedencia y el presupuesto probatorio. También hicimos un recorrido conceptual e histórico de los distintos sistemas procesales: acusatorio, inquisitivo y mixto, y cómo sus características han teñido la historia jurídica procesal argentina hasta nuestros días, focalizándonos en las influencias que de allí derivan y que marcan los rasgos característicos del tratamiento del imputado en el proceso penal y, específicamente, en relación con su declaración.

En el segundo capítulo abordamos la vinculación del tema en estudio con los derechos y garantías constitucionales del imputado y con los fines del proceso penal. Asimismo, estudiamos la actividad probatoria en el proceso penal, y cómo la declaración del imputado, al ser un acto procesal de marcada trascendencia, no puede ser ajena a la misma. Luego efectuamos algunas precisiones terminológicas y técnicas de los conceptos de elemento, medio, objeto y fuente de prueba, para llegar a una más acabada comprensión del tema que se investiga.

En el tercer y cuarto capítulo, analizamos y comparamos las posturas doctrinarias de autores de la Provincia de Córdoba y a nivel nacional, así como la jurisprudencia de la Provincia de Córdoba, a favor y en contra de que los dichos del imputado en su declaración sean valorados por el órgano acusador, y luego juzgador al fundar la sentencia. Asimismo, a modo ilustrativo, hicimos una breve mención de cómo es el tratamiento de la temática en algunos derechos comparados que la abordan. Aquí, a fin de llegar a la completitud del tema, también investigamos acerca del valor del silencio en la declaración del imputado, de cómo se tratan las manifestaciones vertidas por el personal policial acerca de lo dicho por el imputado, y de la declaración como testigo que luego se vuelve autoincriminante para él mismo, como también acerca de la evacuación de citas, de la posibilidad del imputado de contestar preguntas, y de si es lo mismo abstenerse de declarar que negar el hecho.

Finalmente, explicamos nuestra postura al respecto de la temática estudiada, basándonos en que en la actualidad existe una laguna normativa sobre el tema, y propusimos una solución considerando lo estudiado.

MATERIALES Y MÉTODOS

En el presente trabajo, utilizamos el tipo de investigación descriptivo, el cual consiste en “seleccionar una cuestión o problemática, recoger información sobre ella y luego realizar una descripción sobre el tema” (Sampieri, 1997).

En relación con el marco metodológico, en la tarea dogmática, usamos el método descriptivo debido a que el objetivo principal es analizar la legalidad de que los dichos autoincriminantes del imputado en su declaración sean valorados por el órgano acusador y juzgador como elemento de prueba, por lo que recogimos información acerca de lo relatado supra en la descripción de los capítulos, para poder llegar a una conclusión del tema investigado.

La estrategia metodológica utilizada es cualitativa. “El proceso de indagación cualitativa es flexible y se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría. Su propósito consiste en reconstruir la realidad tal y como la observan

los actores de un sistema social previamente definido” (Sampieri, 1997). Con relación a la justificación, la importancia jurídica y social de esta temática es trascendental, ya que están instauradas en la doctrina y jurisprudencia, nacional y provincial, soluciones contrapuestas, sin haber una regulación legal específica en este aspecto.

Respecto de su interés teórico, se vislumbra que debemos tener sentadas las bases, claras y precisas, con relación a si la declaración autoincriminante del imputado puede ser valorada, ya que es un acto procesal de marcada relevancia para el descubrimiento de la verdad real, como también es el momento en que el imputado puede ejercer su derecho de defensa, por lo que hay dos aristas importantes en dicho sentido.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Luego de abordar la temática tratada en este trabajo de investigación, a saber: analizar la legalidad de que los dichos autoincriminantes del imputado en su declaración sean valorados por el órgano juzgador como elemento de prueba, consideramos que el objetivo general del presente fue abordado desde varias aristas.

Luego de identificar los derechos y garantías constitucionales del imputado en el proceso penal argentino, específicamente en el proceso penal cordobés, y avocarnos al concepto y alcance del sujeto imputado, y luego de la declaración del imputado como acto procesal, describimos los diversos sistemas procesales y su relación con el imputado y su declaración. Posteriormente, comparamos sus derechos con la finalidad del proceso penal y relacionamos su compatibilidad. También describimos los distintos momentos de la actividad probatoria en el proceso penal de la Provincia de Córdoba y lo vinculamos con lo expuesto anteriormente.

Específicamente, abordamos los dichos del imputado en su declaración, los cuales expresen no solo una confesión directa, sino también aquellos dichos que lo autoincriminen en el delito que se investigue o en otros, o sean mendaces. Y posteriormente, analizamos la cuestión de si esos dichos pueden ser usados como elemento de prueba, primeramente, por el órgano investigador para formular la acusación en su contra y, posteriormente, por el Tribunal en el juicio para fundar su culpabilidad y consecuente pena. Dicho de otro modo, analizamos si la declaración del imputado puede ser fuente de pruebas en el proceso penal.

También analizamos y comparamos las posturas jurisprudenciales de la Provincia de Córdoba y las posiciones doctrinarias a favor y en contra de que los dichos del imputado en su declaración sean valorados por el órgano acusador y luego juzgador al fundar la sentencia, y, a modo ilustrativo, hicimos una breve mención de cómo es el tratamiento de la temática en algunos derechos comparados que la abordan. Luego de este pormenorizado

análisis dogmático y jurisprudencial, concluimos que en la actualidad existe una laguna normativa en la legislación procesal sobre este tema, y es por este motivo que no hay una solución uniforme del mismo.

Tal como lo enseña Bulygin E. (2005, p. 12) en el caso de una laguna normativa, es decir, en un caso genérico que no está regulado por las normas generales, el juez puede “resolver discrecionalmente el conflicto entre el actor y el demandado en un caso individual correspondiente a ese caso genérico. Decir que el juez tiene discrecionalidad significa que puede hacer lugar a la demanda o rechazarla, pero en ambos casos la norma individual que dicta en su sentencia (al obligar al demandado a hacer lo que el actor pretende o al permitir al demandado no hacerlo) tiene que estar fundada en una norma general so pena de ser arbitraria”. En esta hipótesis, la norma general no forma parte del derecho y por eso el juez debe crearla. El hecho de que el juez cree dicha norma que resuelve el caso en el cual existe una laguna normativa, significa que esa norma es producto de la valoración del juez. Esa valoración no necesariamente es expresión de sus preferencias personales, sino que puede estar basada en valoraciones compartidas por el grupo social o en normas morales que el juez cree que son objetivas. Cualquiera que sea la decisión del juez, tiene que contener una norma individual que resuelva el conflicto y esta norma individual, para no ser arbitraria, debe estar fundada en una norma general.

Es por ello que, ante la ausencia de una norma procesal que resuelva el caso que estudiamos, ha surgido un abanico de respuestas, cada una basada en posturas igualmente válidas. Así las cosas, como solución, creemos menester la creación legislativa de una norma procesal que dé respuesta específica a la cuestión de si los dichos autoincriminantes y mendaces del imputado en su declaración serán valorados por el órgano acusador para fundar la acusación y luego por el órgano juzgador para fundar la responsabilidad y consecuente pena del imputado.

Más allá de esta solución propuesta, que es una respuesta positivista y certera al problema que investigamos basada en la creación de una norma procesal concreta, consideramos que la visión del Tribunal Superior de Justicia de Córdoba es la que más se adecua a nuestro sistema procesal penal. Esta postura conjuga el respeto al derecho de defensa del imputado, clarificando que la declaración del imputado es un medio de defensa, pero también es eventual fuente de pruebas, ya que deberá valorarse de igual manera si los dichos se efectúan a su favor o si de los mismos surge alguna cuestión que lo inculpe. Ello es armonioso con la normativa constitucional y convencional, y también con la búsqueda de la verdad y el respeto por los derechos de la víctima y demás actores del proceso penal, ya que lo contrario sería parcializar la visión hacia una de las partes: el imputado. De todas maneras, somos conscientes de que tanto la creación de una norma procesal como la fal-

ta de esta muchas veces no se debe a omisiones del legislador, inocentes o por ignorancia, sino a cuestiones de política legislativa. En este sentido, resulta preferible que el Poder Judicial sea el encargado de decidir y formar criterio respecto de una temática particular, y no las decisiones individuales de los jueces, que son mutables conforme a los cambios sociales y políticos. En esta actividad dinámica es que debemos tener presente el respeto a las normas fundamentales y la concordancia del sistema normativo.

REFERENCIAS

Bulygin, E. (2005). “El problema de la validez en Kelsen” en Kelsen, Hans, Bulygin, Eugenio., y Walter, Robert: Validez y eficacia del derecho, Buenos Aires: Astrea, 2005, pp. 99-124.

Cafferata Nores, José I. y ot. (2003) Código Procesal Penal de la Provincia de Córdoba Comentado, Ed. Mediterránea.

Sampieri, R. H., Fernández, C.C., Baptista, P.L. (1997) Metodología de la investigación, McGrawHill, México.

Humanos, C. A. S. D. (2018) Convención Americana Sobre Derechos Humanos.

Educación sostenible y creatividad. La educación sostenible para promover la conciencia ambiental y la creatividad implicando a los adolescentes como actores y promotores de acciones en beneficio de la sociedad mediante la “Ley Yolanda”.

AUTORA

Cabezas, Alicia María

alicia_tranrut38@hotmail.com

CARRERA

Maestría en Innovación Educativa

REVISIÓN

Mariana, Frandino

RESUMEN

Este proyecto de innovación buscó generar un cambio social en la provincia de Tucumán a través de la construcción de una herramienta educativa sostenible y creativa. Se propuso, en el año 2022, un concurso llamado “Ocuparse del Ambiente” dirigido a estudiantes de quinto y sexto año de secundaria, con el objetivo de concientizar sobre la importancia de la “Ley Yolanda” (N° 27.592) y la necesidad de capacitar a los funcionarios públicos en temas ambientales.

Con el desarrollo del proyecto quedó evidenciado el interés de los adolescentes sobre los problemas ambientales lo que se vio reflejado en cada video y el involucramiento de más de ochocientos alumnos de quinto y sexto año de las escuelas de la provincia de Tucumán que participaron en el concurso “Ocuparse del ambiente”, Su desarrollo implicó

una experiencia innovadora en relación a la metodología, siendo una práctica situada en base a la construcción cooperativa de los alumnos participantes y constituyendo así un aprendizaje significativo que incluyó el uso de Tics y la interacción con redes sociales en la instancia inicial de votación. Se logró de este modo desarrollar nuevas experiencias de aprendizaje con recursos novedosos a nivel educativo en la provincia con el fin de unir las necesidades sociales con las soluciones aportadas por los alumnos.

Las expectativas fueron superadas ampliamente ya que no sólo se logró cumplir con el objetivo propuesto sino que además el gobernador de Jujuy replicó el proyecto en su provincia por considerarlo un gran aporte al desarrollo educativo, social y ambiental.

PALABRAS CLAVE

Innovación, educación sostenible, creatividad, Ley Yolanda.

INTRODUCCIÓN

Cada vez son más los especialistas que afirman que la escuela mata la creatividad. No es fácil refutar el concepto, basta con retrotraernos a nuestras vivencias desde que iniciamos la etapa escolar en la educación inicial para sostener que los espacios y prácticas educativas tradicionales persisten y la mayoría de las instituciones no dan oportunidad a los espacios que propicien el desarrollo de ideas y mucho menos el juego. Alcanza con observar una imagen de las aulas de hace cincuenta años y una actual para evidenciar que no hay diferencia alguna: “Tenemos alumnos del siglo XXI, profesores del siglo XX y programas del siglo XIX” (Filgueira, 2017: s.p).

Analizando el contexto educativo argentino, en el que los alumnos de secundaria desarrollan sus procesos de aprendizaje, se puede identificar la necesidad de incorporar en ellos prácticas innovadoras y creativas para que puedan generar ideas y soluciones a los problemas sociales con una perspectiva sostenible. Formarlos y brindarles herramientas para que puedan lograrlo sería un modo de propiciar esa creatividad que les sirva para la vida. En respuesta a esto, el proyecto realizado intentó demostrar que no es complicado realizarlo y además es sumamente relevante puesto que se considera una de las competencias necesarias de cara al futuro. Es por ello que en el desarrollo de la investigación-acción propuesta se pretendió ligar al proceso creativo de los alumnos una serie de valores relacionados al aprendizaje sostenible como base de una enseñanza responsable y relevante que se centró en los problemas y necesidades actuales poniendo el foco en una formación para la vida que contemple el análisis y la reflexión del contexto en el que están inmersos los alumnos y las instituciones educativas.

En 2015 la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptó la Agenda 2030 para el

Desarrollo Sostenible donde los Estados miembros aprobaron 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y 169 metas. La educación ambiental está incluida en los ODS 1, 4, 6, 7, 11, 12 y 13, pero se menciona de manera transversal en todos.

Es por ello que, partiendo de la línea temática “Educación sostenible y creatividad”, el presente proyecto de innovación intentó constituirse en una herramienta para generar cambios que contribuyan al desarrollo social de la provincia de Tucumán y para ello desde OCUPARSE, una comunidad de hacedores que intenta brindar soluciones a los problemas sociales de los tucumanos, se decidió intervenir teniendo en cuenta una necesidad actual a nivel provincial en el año 2022:

En el año 2021 La Legislatura de Tucumán aprobó por unanimidad la adhesión a la “Ley Yolanda” pero, a noviembre de 2022, no se estaban realizando las capacitaciones obligatorias en la temática de ambiente, con perspectiva de desarrollo sostenible y con especial énfasis en cambio climático. Fue por ello que se planteó como objetivo general:

Concientizar a las personas que se desempeñan en la función pública de acuerdo a lo expresado en la Ley Yolanda N° 27592 mediante la creación de un concurso donde participan alumnos de quinto y sexto año de secundaria, de la provincia de Tucumán, en el año 2022 (Cabezas, 2022).

En este sentido, los principales ejes de Innovación en los que desarrolló el proyecto fueron:

- Enfoque práctico e innovador, utilizando videos como herramienta de concientización sobre la Ley Yolanda, un tema aún poco conocido en la provincia.
- Aprendizaje experiencial fomentando el aprendizaje activo y la creatividad, permitiendo a los estudiantes desarrollar habilidades de comunicación, trabajo en equipo y producción audiovisual.
- Colaboración interinstitucional con la comunidad de hacedores “Ocuparse”, el Parque Solar Cauchari, la Universidad Siglo 21 y otras instituciones públicas y privadas, fortaleciendo el impacto social del proyecto.
- Impacto social directo buscando generar un cambio real en la provincia de Tucumán, concientizando a los funcionarios públicos sobre la Ley Yolanda y promoviendo la capacitación en temas ambientales.

METODOLOGÍA

Para la ejecución del plan de acción se realizaron una serie de pasos metodológicos a modo de establecer una secuencia ordenada y

lógica que derive en resultados favorables de acuerdo a los objetivos planteados.

En ese sentido y luego de la selección de la necesidad detectada de propiciar en los

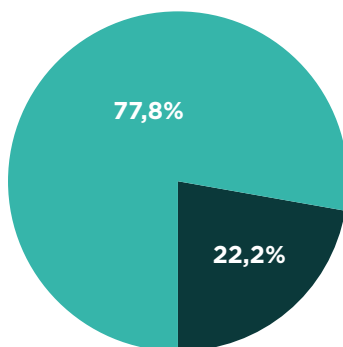
adolescentes espacios para intervenir con sus ideas de manera creativa concientizando a las personas que trabajan en la función pública sobre la urgencia de un futuro sostenible, mediante la visibilización de la “Ley Yolanda”, se realizó una encuesta aleatoria, por Google Forms a personas que trabajan en instituciones públicas (Rentas, Tribunales, Caja Popular de Ahorros, AFIP), para evidenciar el estado de las capacitaciones en la provincia de Tucumán, en el año 2022, en lo referente a dicha ley. Los resultados arrojados fueron contundentes: A abril de 2022 no existían registros ni evidencias de inicio como lo muestra el gráfico de torta que se adjunta más abajo. Cabe aclarar que de los encuestados, un 22,2 % puso que si recibió capacitación sobre la ley Yolanda, lo cual era contradictorio. Al indagar surgió la confusión de los participantes con la “Ley Micaela”.

Figura Nro. 1: Estado de las capacitaciones en lo referente a la Ley 27592 o “Ley Yolanda” en la provincia de Tucumán en el año 2022.

Grado de familiaridad con tecnología de reconocimiento facial (FR) y blockchain (NTFs) o ambas

NO  SÍ 

9 RESPUESTAS



Fuente: https://docs.google.com/forms/d/1axD5iA_XoPaXSdYafb9LnpyF1zVpEty5AmWBceUNHEk/edit#responses

Luego de constatar la pertinencia del concurso denominado “OCUPARSE DEL AMBIENTE” se decidió que participarían alumnos de quinto y sexto año de la provincia de Tucumán. La consigna quedó definida en construir un video grupal, uno por curso de un minuto, creativo e innovador, para concientizar a las personas que trabajan en la función pública sobre el contenido de la Ley Yolanda.

De ese modo se inició el trabajo con el equipo de ocuparse para establecer los pasos a seguir en la distribución de tareas, canales de comunicación con docentes y alumnos de

las escuelas, aliados estratégicos para entrega de premios y lugar del evento final.

De modo paralelo se lanzó la publicidad por redes sociales y se enviaron las cartas formales de invitación a las instituciones educativas con la página Web en la que figuraba el reglamento del concurso, fechas de inicio, cierre y botón de inscripción.

A posteriori se logró definir la muestra que consistió en ochocientos alumnos de quinto y sexto año de las escuelas de la provincia de Tucumán que participaron en el concurso "OCUPARSE DEL AMBIENTE" en el año 2022.

Durante todo el proceso el investigador interactuó con los participantes para buscar respuestas a preguntas que se centran en la experiencia social con el objetivo de cambiar la realidad y afrontar los problemas de una población, en este caso la implementación de la Ley Yolanda, a partir de sus recursos y participación.

Para recabar datos cualitativos en el desarrollo del proyecto se usaron como instrumentos: la encuesta, la observación, la recolección de los videos subidos a la página y luego a Instagram, y los comentarios emitidos en redes sociales sobre el concurso.

Se determinaron dos instancias de votación luego de la presentación de los videos de acuerdo a la fecha en la que debían subir las producciones a la página creada para tal fin. Luego de eso, se realizó un sorteo con todos los colegios para armar los 5 grupos que irían a votación por Instagram. Los dos colegios con más "Me Gusta" pasarían a la etapa presencial final para competir, mediante evaluación y luego votación del jurado, por el premio donado por Parque Solar Cauchari de \$300.000.

A modo de sintetizar las características del enfoque metodológico podemos citar:

- Investigación-acción: Se utilizó un enfoque cualitativo para investigar las necesidades del contexto y generar acciones para la transformación social.
- Aprendizaje basado en proyectos: Se implementó un concurso que involucró a los estudiantes en la creación de videos educativos sobre la Ley Yolanda.
- Metodologías activas: Se promovió el aprendizaje activo, la creatividad y el trabajo en equipo.

Resultados Esperados:

- Mayor concientización sobre la Ley Yolanda en la provincia de Tucumán.
- Impulso a la capacitación de los funcionarios públicos en temas ambientales.
- Desarrollo de habilidades creativas y comunicativas en los estudiantes.
- Fortalecimiento de la colaboración interinstitucional para el desarrollo de proyectos sociales.

CONCLUSIÓN

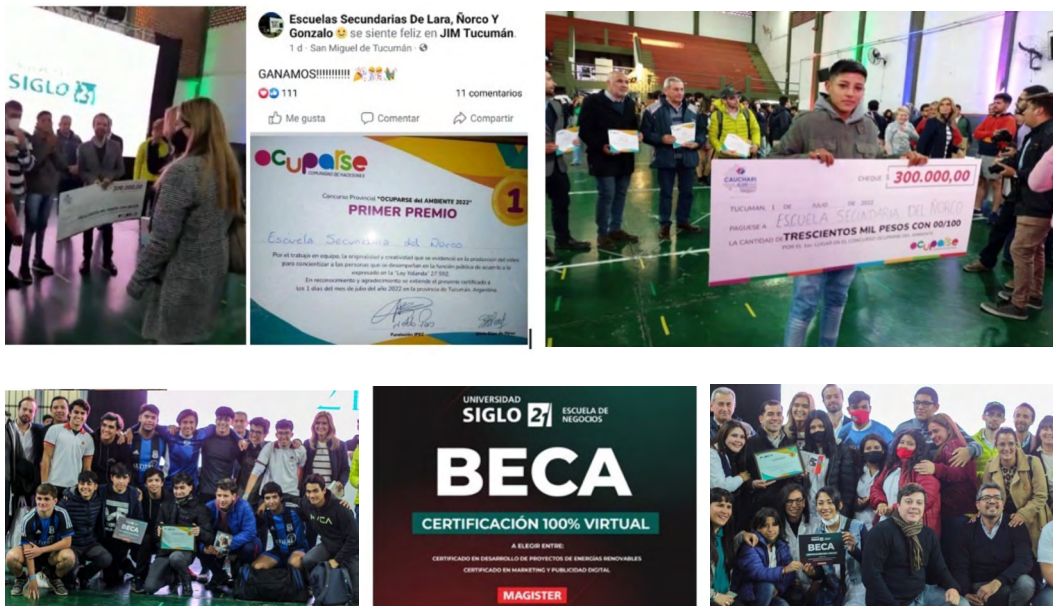
Este proyecto de innovación representó un aporte significativo a la educación ambiental en la provincia de Tucumán, promoviendo la concientización y la acción en beneficio de la sociedad. Su enfoque práctico, colaborativo y creativo lo convierte en una propuesta destacada entre las producciones intelectuales de la comunidad.

El concurso logró difundir la importancia de la ley y el video ganador fue enviado a los jefes de los organismos públicos de la provincia para ser reenviado, a su vez, a los trabajadores de cada institución vía mail.

El 05 de octubre de 2022 el presidente Alberto Fernández encabezó el inicio de la capacitación en materia ambiental por la Ley Yolanda considerando que en materia de cambio climático y de cuidado del ambiente, las soluciones “no pueden esperar a mañana”.

<https://www.ambito.com/politica/alberto-fernandez/encabezo-el-inicio-la-capacitacion-materia-ambiental-la-ley-yolanda-n5552181>

De ese modo constatamos que se logró cumplir con los objetivos propuestos y poner en agenda las capacitaciones en materia de medio ambiente con perspectiva sostenible.



OCUPARSE DEL AMBIENTE ¡Unidos por un futuro sostenible!

Cobo C. y Moravec j. w. (2011). Aprendizaje Invisible: Hacia una nueva ecología de la educación. PDF. http://biblioteca.ajusco.upn.mx/archivos/cva/estrategias/mediateca/pdf/Aprendizaje_Invisible_Hacia_una_nueva_ec.pdf

Declaración de la conferencia de las naciones unidas sobre el medio humano. Principio 19. Recuperado de <https://www.sib.gob.ar/portal/wp-content/uploads/2019/02/Declaraci%C3%B3n-de-la-conferencia-de-las-Naciones-Unidas-sobre-el-medio-humano-Estocolmo-1972.pdf>

Filgueira F. (2017). Entrevista en El Observador. Recuperado de <https://www.elobservador.com.uy/nota/-tenemos-alumnos-del-siglo-xxi-profesores-del-siglo-xx-y-programas-del-siglo-xix--20171114500>

Gardner, H. (1995). Mentes creativas: una anatomía de la creatividad. Barcelona: Paidós.

Graham, Berman & Bellert (2015 cap 8.). Aprendizaje Sostenible. Prácticas inclusivas para las aulas del siglo XXI. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/386448692/Aprendizaje-Sostenible>

Hernández, S.R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación (4ª ed.) México D.F.: McGraw Hill Interamerican. https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612-mtis_sampieri_unidad_1-1.pdf

Labrador, J. (2008). Metodologías activas. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.

Ley 27592 O Ley Yolanda (2020). Formación integral en ambiente para las personas que se desempeñan en la función pública. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/ambiente/ley-yolanda>

Ley de Educación Ambiental Integral. Hacia un nuevo contrato social de ciudadanía responsable. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/ambiente/educacion-ambiental/ley-de-educacion-ambiental>

Mora F. (2013). "Neuroeducación: sólo se puede aprender aquello que se ama". Madrid. Alianza Editorial. PDF <https://wiac.info/docview>

Maggio, M (2018). XIII Foro Latinoamericano de Educación. Habilidades del Siglo XXI. Cuando el futuro es hoy. Fundación Santillana.

ONU (2015). Objetivos de desarrollo sostenible. 17 objetivos para transformar nuestro mundo. Disponible en <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

Iribarren, L., Guerrero Tamayo K., Garelli, F y Dumrauf, A. (2022). Revista Praxis Educativa. Praxis educativa UNLPam, Vol. 26, N° 1, enero – abril 2022, E - ISSN 2313-934X, pp. 1 – 24.

Rodríguez Gómez G., Gil Flores J. & García Jiménez E (1996). Metodología cualitativa. Ediciones Aljibe. Granada. España.

Rodríguez García, S.; Herráiz Domingo, N.; Prieto de la Higuera, M.; Martínez Solla, M.; Picazo Zabala, M. y Castro Peláez, I. (2011). Investigación acción. Recuperado de https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/97/o/IA._Madrid.pdf

UNESCO (2015). Liderar la consecución del ODS4- Educación 2030. Disponible en: <https://www.unesco.org/es/education/education2030-sdg4>

UNESCO (2016). Informe de Seguimiento de la Educación en el Mundo: La Educación al servicio de los pueblos y el planeta: creación de futuros sostenibles para todos. Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000248526>

Vidal Ledo, M. y Rivera Michelena, N. (2007). Investigación-acción. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412007000400012

Yasnitsky, A., van der Veer, R., Aguilar, E. & García, L.N. (Eds.) (2016). Vygotski revisitado: una historia crítica de su contexto y legado. Buenos Aires: Miño y Dávila Editores.

Utilización de la inteligencia de negocios en startups

AUTOR

Ramonda, Carlos Alberto

carlos.ramonda@ues21.edu.ar

CARRERA

Maestría en Inteligencia de Negocios
y Explotación de Datos

REVISIÓN

Mariana, Frandino

RESUMEN

Cómo se gestiona la información en una organización, adquiere cada vez mayor relevancia y genera ventajas competitivas. Por esta razón es que hace varios años se vienen desarrollando herramientas y metodologías enfocadas en la administración y creación de conocimiento mediante el análisis de datos. Dentro de esas estrategias se encuentra la "inteligencia de negocios" (del inglés: "business intelligence" ó "BI"). El presente trabajo de investigación busca evaluar la utilización de herramientas BI en startups de la ciudad de Córdoba para la toma de decisiones. A su vez, se detallan tres objetivos específicos: (1) Identificar las herramientas que utilizan las startups cordobesas en relación a inteligencia de negocios. (2) Identificar las principales problemáticas que enfrentan las startups cordobesas en la implementación de herramientas de inteligencia de negocios; y (3) Analizar la utilización de los resultados de las herramientas de BI en los procesos relacionados con la toma de decisiones de las startups. Para validar la hipótesis y alcanzar los objetivos propuestos, se ha utilizado un diseño de investigación cuantitativo. Se ha llevado a cabo

una encuesta entre las startups de la ciudad de Córdoba para recopilar datos sobre el uso de herramientas de BI y su impacto en la toma de decisiones. Además, se ha realizado un análisis de las tendencias y desafíos observados en el panorama de las startups en relación con la implementación de herramientas de BI. Se concluye que la adopción de herramientas de BI en las startups en Córdoba, ronda el 45%, una señal alentadora de una conciencia creciente sobre la importancia de estas herramientas. También es de resaltar que la plataforma más elegida según los resultados, es Microsoft Power BI con un destacado 85% de respuestas favorables. Por otro lado, la principal razón que esgrimen las startups acerca de la no utilización de herramientas de BI, es la falta de capacitación. Esto destaca la necesidad urgente de estrategias educativas sólidas para empoderar a los empleados en el manejo eficaz de estas herramientas. Otras razones implican el desconocimiento, la falta de presupuesto y la falta de capacidad técnica, desafíos significativos que requieren enfoques estratégicos y adaptativos según la realidad de cada organización. Por último, se proponen 10 ejes que han sido elegidos como fruto del análisis del presente trabajo, y que se sugiere prestar atención para una propuesta de adopción de BI en una organización.

PALABRAS CLAVE

Business Intelligence, BI, Startups.

INTRODUCCIÓN

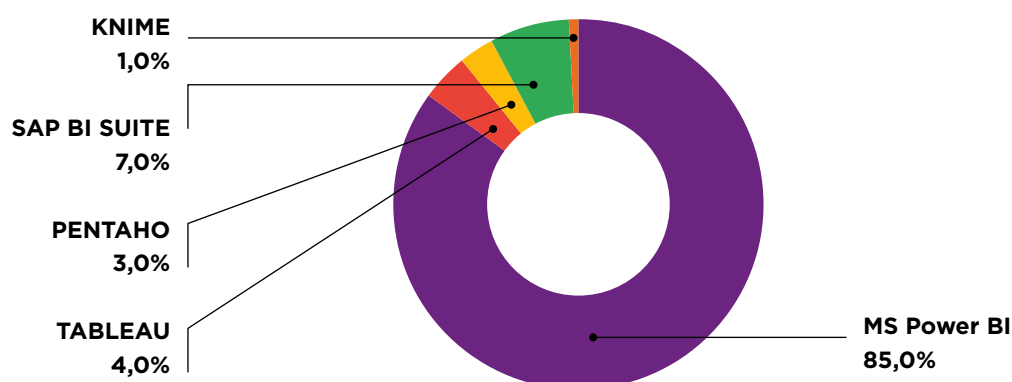
Las organizaciones enfrentan un entorno cada vez más competitivo, lo que les exige utilizar la inteligencia de negocios (BI) para convertir la información en acciones estratégicas, optimizando la toma de decisiones y mejorando la competitividad, como el aumento de beneficios y la reducción de costos operativos. Este estudio examina el uso de BI en startups de Córdoba, Argentina, evaluando su impacto en la toma de decisiones y los desafíos asociados, como la falta de personal calificado y los altos costos de herramientas propietarias, lo que impulsa a muchas a adoptar soluciones open source. La investigación se pregunta cómo las startups cordobesas utilizan la BI para tomar decisiones. El objetivo principal es evaluar el uso de BI en las startups cordobesas, identificando las herramientas que emplean y las problemáticas que enfrentan, así como analizando cómo se utilizan los resultados de BI en los procesos de toma de decisión. La hipótesis es que existen startups en Córdoba que aplican BI en sus decisiones. Para ello se llevó a cabo encuestas para recolectar y analizar datos. Córdoba, la segunda ciudad más poblada de Argentina, tiene una economía diversificada y un ecosistema emprendedor alimentado por talento joven de universidades locales. El 81% de los fundadores de startups en Córdoba posee estudios universitarios (Córdoba Startup Monitor, 2023). Organismos como la "Agencia Córdoba

Innovar y Emprender” y el “CorLab” promueven el desarrollo de startups, publicando datos actualizados del sector. Según el informe del CorLab y “Córdoba data.ie”, hay 400 startups en la provincia, 324 de ellas en la capital (Agencia Córdoba Innovar y Emprender, 2023); siendo ésta la población objetivo del presente estudio.

MÉTODO Y RESULTADOS

Como parte del presente trabajo, se diseñó una encuesta para evaluar la utilización de herramientas de inteligencia de negocios (BI) en startups de Córdoba para la toma de decisiones, con objetivos específicos de identificar las herramientas usadas, las problemáticas en su uso y analizar su impacto en la toma de decisiones. Este instrumento, incluye preguntas sobre la ubicación, industria, tamaño y antigüedad de las startups para contextualizar los resultados. También se consulta sobre el conocimiento y uso de herramientas de BI. En las respuestas sobre la utilización de BI, se indaga su influencia en distintos niveles organizativos. Para startups que no usan BI, se investigan las razones, como falta de presupuesto o desconocimiento. Esta estructura busca proporcionar una visión integral de la adopción y desafíos de BI en startups, ofreciendo información valiosa para futuras recomendaciones en la toma de decisiones basadas en datos. De aquellas organizaciones que utilizan herramientas, la más utilizada es Microsoft Power BI con el 85% de respuestas favorables, en concordancia con los visto en los informes de Gartner 2023, donde indica a esta plataforma como líder en el segmento.

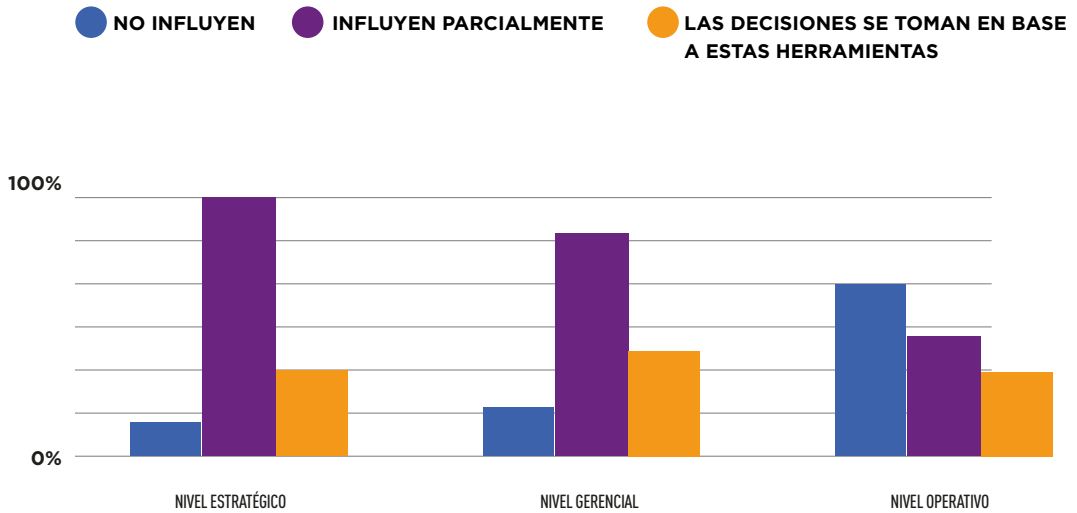
Figura Nro. 1: Principales herramientas de BI que se utilizan en las startups.



Fuente: elaboración propia.

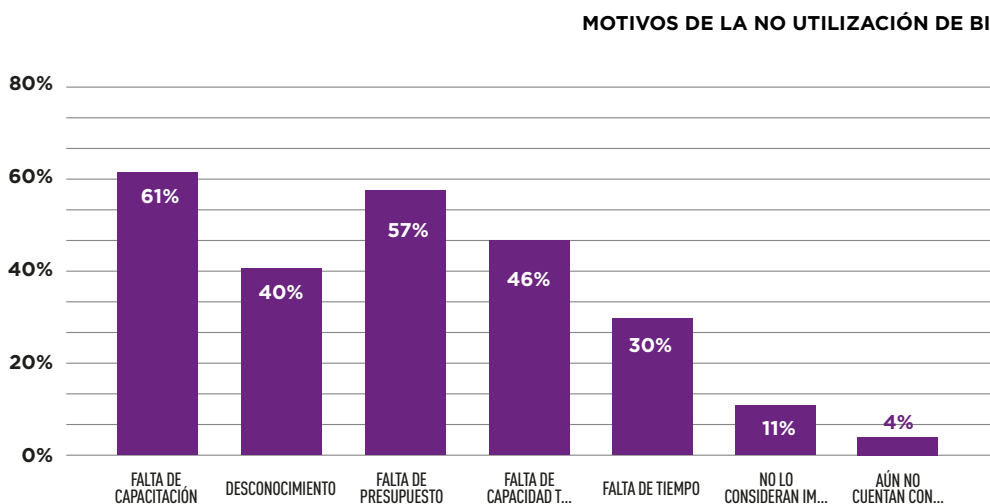
La mayoría de las startups considera importante el uso de herramientas de BI, aunque el 54% no las utiliza, lo que indica una oportunidad de mejora o una falta de conciencia sobre sus beneficios. Entre las startups que utilizan BI, estas herramientas influyen parcialmente en la toma de decisiones a nivel estratégico y gerencial, y no influyen a nivel operativo. Por otro lado, la opción “las decisiones se toman en base a herramientas de BI” en ningún nivel muestra cierta preponderancia como se puede visualizar en el gráfico esquemático que se muestra a continuación (Fig. 2).

Figura Nro. 2: Influencia de las herramientas BI en el proceso de toma de decisiones en los niveles organizacionales



Fuente: elaboración propia.

Siguiendo con el análisis, otro punto a chequear es la distribución de respuestas en torno a la consulta sobre el motivo u origen de la no utilización de herramientas de inteligencia de negocio en la organización. Cabe aclarar que se podía elegir más de una opción en el instrumento, por ello los porcentajes que figuran a continuación:



Fuente: elaboración propia.

La capacitación es un obstáculo clave para la adopción de herramientas de BI, que podría abordarse mediante programas de formación internos o externos para que los empleados se sientan cómodos usándolas desde etapas tempranas. Las organizaciones deben entender los beneficios a corto y largo plazo de BI para superar la falta de tiempo y la percepción de falta de importancia. Para maximizar el valor de BI, es beneficioso mejorar la integración de estas herramientas en los procesos operativos y comprender las percepciones detrás de su falta de influencia en el nivel operativo.

CONSIDERACIONES FINALES

Partiendo de la hipótesis de que existen startups en Córdoba que aplican herramientas de inteligencia de negocios (BI) en la toma de decisiones, la evaluación del uso de BI revela desafíos que deben ser abordados para aprovechar sus capacidades en el contexto empresarial actual. La adopción de BI en el 45% de las startups es un indicador positivo, destacando a Microsoft Power BI como la herramienta preferida, con un 85% de respuestas favorables. El hecho de que BI tenga mayor influencia a nivel estratégico y gerencial, y menos en el operativo, señala una oportunidad para su integración en todos los niveles. Los principales obstáculos incluyen la falta de capacitación, desconocimiento, presupuesto limitado y escasa capacidad técnica. Para enfrentarlos, se recomienda implementar programas de capacitación, alianzas con instituciones educativas, y aprovechar recursos

gratuitos en línea. Además, compartir casos de éxito puede motivar a otros a adoptar estas herramientas.

Para una implementación efectiva de BI, es esencial promover una cultura organizacional orientada a los datos y explorar alternativas de bajo costo para el mercado local. Soluciones de BI con buena relación costo-beneficio y asistencia técnica simplificada pueden facilitar la adopción. Además, mostrar cómo BI optimiza procesos y ahorra tiempo puede disipar preocupaciones. Implementar BI en startups, incluso con limitaciones presupuestarias, requiere un enfoque estratégico y adaptado. A continuación, se resumen de manera gráfica, 10 ejes clave para una propuesta de adopción de BI en una startup:

Figura Nro. 4: Consideraciones para adoptar BI en startups.



Fuente: elaboración propia.

Siguiendo este marco de trabajo y adaptándolo, las startups pueden dar sus primeros pasos hacia una implementación efectiva de BI. La claridad en los objetivos, una cultura centrada en datos, y la elección correcta de herramientas tecnológicas son esenciales. BI ayuda a gestionar datos, identificar oportunidades y ofrecer una ventaja estratégica. También permite resolver problemas operativos y financieros de manera proactiva, atrayendo inversionistas al proporcionar datos concretos. En resumen, BI no sólo implica análisis de datos, sino una transformación cultural que optimiza recursos y mejora la sostenibilidad y rentabilidad de las startups.

REFERENCIAS

Agencia Córdoba Innovar y Emprender (2023). Recuperado de: <https://innovaryemprendercba.com.ar/la-agencia/>

Assur, N., Rowshankish, K. (2022). The data-driven enterprise of 2025. McKinsey & Company. Recuperado de: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-data-driven-enterprise-of-2025>

CorLab (2023). Resultados del Córdoba Startup Monitor 2023. Recuperado de: <https://corlab.cordoba.gob.ar/la-municipalidad-publica-los-resultados-del-monitor-de-startups-por-tercer-ano-consecutivo/>

Ramon Rodríguez, J. González Farran, X. y Guitart, I. (2016). ¿Cómo planificar un proyecto de inteligencia de negocio?. Editorial UOC.

Rodríguez Parrilla, J. M. (2015). Cómo hacer inteligente su negocio: business intelligence a su alcance. México D.F, México: Grupo Editorial Patria.

Schlegel K., Sun J., Pidsley D., Ganeshan A., Fei F., Popa A., Miclaus R., Macari E., Quinn K., Long C. (2023). Magic Quadrant for Analytics and Business Intelligence Platforms. Gartner Inc. Recuperado de: <http://tinyurl.com/3n5b6jbs>



Implementación de una solución de Business Intelligence para mejorar la toma de decisiones en GH Farma

AUTOR
Pedano, Dario
dariopedano88@gmail.com

CARRERA
Maestría en inteligencia de negocios y explotación de datos

REVISIÓN
Aurora, Romero

RESUMEN

Este artículo presenta el desarrollo de una solución integral de Business Intelligence (BI) diseñada para GH Farma, una empresa farmacéutica con sede en Córdoba. La herramienta BI fue creada para abordar desafíos relacionados con la toma de decisiones mediante el uso de indicadores estratégicos clave. Con un rápido crecimiento, GH Farma identificó brechas en el aprovechamiento de sus datos existentes. El proyecto incluyó la integración de herramientas BI para analizar datos de ventas, desempeño de empleados y gestión de stock, brindando información valiosa para la planificación estratégica. Además, se implementaron modelos de Machine Learning para la previsión de ventas y optimización de ingresos. Los resultados demuestran que el uso de información basada en datos puede mejorar significativamente la eficiencia empresarial y la toma de decisiones en pequeñas y medianas empresas a bajo costo.

PALABRAS CLAVE

Business Intelligence, Previsión de Ventas, Toma de Decisiones, Machine Learning, Planificación Estratégica

INTRODUCCIÓN

GH Farma, fundada en 2016, ha experimentado un rápido crecimiento, expandiéndose de una sola sucursal a cuatro en un corto periodo. A partir de esta expansión, la empresa enfrenta desafíos en la gestión de datos y en la toma de decisiones. La dependencia de decisiones manuales y la falta de análisis de datos estructurados obstaculizan su eficiencia operativa. Este estudio tiene como objetivo implementar una solución de BI que integre diversas fuentes de datos para generar visualizaciones e información que mejoren las operaciones comerciales, la gestión de stock y el rendimiento de los empleados. El proyecto también explora el uso de Machine Learning para prever ventas, permitiendo una mejor planificación financiera.

MATERIALES Y MÉTODOS

Los datos utilizados en este proyecto provienen del sistema de facturación interno de GH Farma (GEMA), que contiene información de ventas y stock. El procesamiento y análisis de datos se realizaron con herramientas como KNIME, PostgreSQL, Python y Looker Studio para la visualización. **El proceso involucró varias etapas clave:**

- **Recolección de Datos:** Se realizaron entrevistas con los propietarios de GH Farma para comprender sus necesidades de datos. Además, se recopilaron datos históricos de ventas y variables macroeconómicas para la creación de modelos predictivos.
- **Proceso ETL:** Se utilizó KNIME para la extracción, transformación y carga (ETL) de datos para luego alojarlos en una Base de Datos en Postgre. Se consolidaron los datos de fuentes internas y fuentes externas como indicadores macroeconómicos.
- **Modelos de Machine Learning:** Se implementaron modelos de regresión en Python para la previsión de ventas. También se usaron árboles de decisión para segmentar el comportamiento de los clientes y prever ventas futuras.
- **Visualización:** Se seleccionó Looker Studio por su flexibilidad y rentabilidad, brindando paneles en tiempo real accesibles para la dirección de GH Farma.

RESULTADOS

La solución de BI proporcionó varios conocimientos claves para GH Farma. Los datos de ventas se segmentaron en categorías de productos, lo que permitió a la dirección identificar artículos de alto margen, como, por ejemplo, productos de perfumería. Además, se

pudo rastrear el rendimiento de ventas de los empleados de manera mensual, lo que facilitó la introducción de esquemas de incentivos. Los modelos de Machine Learning previeron con éxito las tendencias de ventas, ofreciendo a GH Farma una herramienta confiable para la planificación financiera. El impacto general fue una mejora significativa en los procesos de toma de decisiones, permitiendo a la empresa optimizar su stock y gestionar mejor sus recursos.

DISCUSIÓN

La solución de BI implementada para GH Farma demostró la efectividad de la toma de decisiones basada en datos, especialmente en pequeñas y medianas empresas (pymes). La capacidad de analizar tendencias de ventas y prever el rendimiento futuro proporcionó a la dirección de GH Farma información procesable, reduciendo la dependencia de decisiones intuitivas. Además, la introducción de herramientas de Machine Learning brindó un enfoque innovador para mejorar la gestión de ventas y stock. Los desafíos encontrados durante el proyecto incluyeron la complejidad en la integración de datos y la resistencia inicial a adoptar la nueva tecnología. Sin embargo, estos problemas se mitigaron con capacitación continua y soporte.

REFERENCIAS

- Cano, J.L. (2007).** Business Intelligence: Competir con Información. ESADE: https://apps.utel.edu.mx/recursos/files/r161r/w21056w/Business_Intelligence_competir_con_informacion_2.pdf
- García Alsina, M. (2017).** Big Data: Gestión de Datos No Estructurados. Barcelona: Editorial UOC.
- Kimball, R. (2013).** The Data Warehouse Toolkit. Canada: Wiley Computer Publishing.
- Tovar, C. (2017).** Investigación sobre la Aplicación de Business Intelligence en la Gestión de Pymes Argentinas. Recuperado de: https://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/pbr15/PBR_15_05_Tovar.pdf
- Holmes, D. (2018).** Advanced Analytics and AI: Impact on Business Strategy. Great Britain: Wiley.



NNA en la red. La IA en la prevención del grooming y la explotación sexual.

AUTORA
Agusti Yanina
abg.agustianina@gmail.com

CARRERA
Especialización en Cibercrimen

REVISIÓN
Sabrina, Chemelli

RESUMEN

En un contexto de creciente uso de pantallas digitales y de conectividad a internet, los delitos de grooming y la producción, facilitación, comercialización y distribución de material de abuso sexual infantil, han aumentado significativamente, exponiendo a los niños, niñas y adolescentes (en adelante NNA) a riesgos que afectan su desarrollo neuro psicológico y emocional. El presente trabajo propone analizar el rol de la IA aplicada a la prevención del grooming y la explotación sexual de NNA en internet.

PALABRAS CLAVE

Inteligencia Artificial, grooming, material de abuso sexual infantil.

INTRODUCCIÓN

Vivimos un momento sin precedentes en la historia de la humanidad: internet es parte de nuestras vidas y la IA llegó para quedarse. Si bien internet ha posibilitado el desarrollo de

las comunicaciones y de la información, también así nuevos escenarios para la comisión de delitos. En la actualidad, la mayoría de los NNA tienen acceso a dispositivos electrónicos y a internet. Miles de pederastas ven esto como un escenario positivo para captar a más víctimas y aprovechándose de su vulnerabilidad, logran manipularlos para conseguir un objetivo de índole sexual.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente trabajo tiene un diseño documental y se apoya en investigaciones y publicaciones previas, además de la normativa nacional, los tratados, convenciones internacionales a los que Argentina suscribe en materia de derechos de NNA y ciberdelincuencia.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La infancia y el desarrollo pleno son derechos protegidos internacionalmente, así lo establece el art. 27 de la Convención sobre los Derechos del Niño, que Argentina suscribe. En consecuencia, dicha Convención dispone en sus arts. 19 y 34 el compromiso de los estados parte a proteger al niño contra todas las formas de explotación y abuso sexual. Sin embargo, a diario se difunden miles de imágenes y vídeos a través de internet en los que NNA son víctimas de abuso sexual y en diferentes partes del mundo y a cada hora, un menor está siendo contactado por un adulto con un propósito o finalidad sexual.

El Convenio de Budapest es el primer tratado internacional sobre ciberdelincuencia. Surgió ante la necesidad de una armonización legislativa entre los países, como así también la cooperación para perseguir este tipo de delitos, incluyendo la explotación sexual de NNA. Argentina adhirió con algunas reservas, modificando el Código Penal mediante la Ley 26.388 que permitió incorporar los delitos informáticos a dicho instrumento legal.

Los delitos informáticos contra la integridad sexual de NNA, tipificados en los artículos 128 y 131 son respectivamente el grooming on line y la producción, financiación, oferta, comercialización, publicación, facilitación, divulgación o distribución de material de abuso sexual infantil.

El grooming on line refiere a toda forma de acoso, manipulación, persecución o cualquier conducta de facilitación que un adulto despliega respecto de un menor de edad a través de plataformas digitales (como redes sociales, mensajería instantánea, correos electrónicos o juegos on line) con un propósito o finalidad sexual. Implica una serie de conductas intencionales con el objetivo de ganarse la confianza del NNA y se caracteriza por ser un proceso gradual y metódico, donde el adulto explota las vulnerabilidades del menor para cumplir sus objetivos ilícitos.

En la actualidad, la mayoría de los NNA tienen acceso a dispositivos electrónicos y a

internet y pueden estar expuestos a estos peligros. Gustavo E. Aboso (2020, p.237) afirma que el desarrollo tecnológico trajo consigo un efecto negativo que lamentablemente se cristaliza en la irrupción de nuevas formas de comportamientos que atentan contra la integridad sexual de los menores de edad.

Las víctimas de estos delitos son especialmente vulnerables toda vez que afecta a su desarrollo neuropsicológico, funcionamiento sexual y puede desencadenarse trastornos ya que, los niños se encuentran en un estadio evolutivo en proceso, tanto a nivel físico y emocional como cognitivo, es decir que los procesos de madurez están inconclusos, por ende, separar realidad de ficción les cuesta mucho más.

Son varios factores que confluyen y que hacen de esta, una problemática actual y real. Incluso se vaticina un crecimiento exponencial si no se toman las acciones necesarias para detectar, prevenir y mitigar estos delitos.

La masividad de usuarios conectados a internet y el volumen de datos e información que comparten a cada segundo, hace que la tarea de monitorear y controlar sea extremadamente compleja. Ante la imposibilidad humana de revisar la información que se comparte y detectar material de abuso sexual infantil resulta necesario recurrir a tecnologías avanzadas y mecanismos de vigilancia automatizados que complementen el trabajo humano para garantizar entornos más seguros.

El anonimato, que caracteriza el uso de internet, también favorece la comisión de delitos. Casi siempre los pederastas utilizan perfiles falsos para ocultar su identidad y generalmente utilizan programas para interferir o impedir la determinación de la dirección de IP como el sistema TOR, o que use IP dinámicas, redes abiertas públicas o privadas con acceso a terceros para no ser identificado.

Otro factor determinante es que se trata de delitos transnacionales, es decir que trascienden las fronteras de un país, por ende, de su sistema normativo. La cooperación internacional es clave.

Entonces ¿De qué manera se puede detectar, prevenir y mitigar los delitos informáticos contra la integridad sexual de NNA?

La IA se presenta como una opción eficiente ya que es capaz de procesar grandes cantidades de información de manera rápida y precisa, reduciendo significativamente los tiempos y costos. Al automatizar este proceso, el capital humano puede enfocarse en tareas más especializadas, como la investigación y el seguimiento de casos, optimizando los recursos disponibles.

Los algoritmos de IA tienen además la capacidad de identificar características, correlaciones y patrones que podrían pasar desapercibidos para el ojo humano lo que permite reducir los errores manuales y eliminar los sesgos cognitivos, es decir, las interpretaciones

subjetivas o juicios erróneos que pueden surgir del razonamiento humano. Otro beneficio es que la IA no está sujeta a las mismas limitaciones que las personas, lo que le permite trabajar de manera continua, sin interrupciones ni restricciones de tiempo. Esto garantiza una vigilancia constante y eficiente, maximizando la capacidad de respuesta frente a amenazas digitales.

El análisis automatizado de contenidos digitales compartidos en línea permite, mediante algoritmos de reconocimiento de imágenes, detectar material de abuso sexual infantil, incluso eliminar automáticamente contenido inapropiado, como imágenes, videos que se distribuyen en plataformas digitales. Este mecanismo es de particular relevancia toda vez que la pronta identificación y supresión del contenido resulta esencial para prevenir su difusión y minimizar el daño a las víctimas involucradas.

Asimismo, la IA permite bloquear de manera automática los sitios web o cuentas implicadas en actividades delictivas, contribuyendo a interrumpir de forma inmediata la continuidad de acciones ilícitas.

La inteligencia artificial también tiene la capacidad de generar alertas automáticas a las autoridades competentes y a los administradores de la plataforma donde ocurrió el incidente. La colaboración entre empresas, organizaciones y organismos públicos también es clave las que deben establecer protocolos coordinados que posibiliten una respuesta rápida y efectiva.

Además, la IA también puede aplicarse para la prevención del grooming, contribuyendo a la creación de entornos en línea más seguros para NNA. ¿Cómo lo logra? Al monitorear redes sociales y plataformas digitales, la IA puede identificar patrones de comportamiento asociados con el ciberacoso mediante algoritmos de procesamiento de lenguaje natural (PNL) en el análisis de texto. Esto le permite detectar palabras, frases o expresiones ofensivas, amenazantes o denigrantes en conversaciones, publicaciones o mensajes. Cuando la IA detecta en tiempo real patrones de conversación que sugieren conductas abusivas, puede intervenir de forma inmediata bloqueando la comunicación o alertando a los responsables del menor sobre la situación de peligro.

Cabe aclarar, que la IA tiene ciertas limitaciones, como la dificultad para interpretar correctamente el contexto o la intención detrás de un mensaje. Esto puede generar falsos positivos o negativos en la detección de ciberacoso, todo dependerá de cuán entrenado esté el modelo y de los algoritmos utilizados.

Para obtener resultados más precisos, muchas plataformas están invirtiendo en el desarrollo de modelos más avanzados de IA que integren una mayor capacidad de análisis contextual. Las empresas tecnológicas, en su responsabilidad de controlar el contenido compartido por los usuarios a sus plataformas, podrían implementar herramientas de IA

que analicen automáticamente emitiendo alertas inmediatas cuando se detecta material sospechoso. Estas herramientas permiten intervenir antes de que un NNA esté expuesto a situaciones de grooming o ciberacoso, contribuyendo así a un entorno digital más seguro.

A la fecha existen varios precedentes de IA aplicada a la detección, prevención y mitigación de delitos de abuso sexual de NNA en plataformas digitales.

Google desarrolló API Content Safety que gracias al machine learning, puede detectar material de abuso sexual infantil en el procesamiento de imágenes y extraer características claves de estas para utilizarlas como entrenamiento del modelo

Por su parte, Microsoft patentó con el nombre "Artemis", una tecnología desarrollada en colaboración con The Meet Group, y las plataformas de videojuegos en línea Roblox, Kik y Thorn. Con el propósito de ayudar a identificar instancias potenciales de grooming on line y poder dar una respuesta temprana efectiva, los equipos diseñaron esta técnica de machine learning aplicada a conversaciones de chat por texto que evalúa y califica las características de la conversación y asigna un valor de probabilidad, que luego, moderadores humanos deben corroborar para determinar si se trata o no de una inminente amenaza, en caso positivo reportar a las autoridades.

"Sweetie", es un proyecto sin precedentes creado por Terre des Hommes, una organización con sede en Holanda que lucha activamente contra la explotación infantil en el mundo. Sweetie es un avatar digital que fue diseñado para simular en apariencia y comportamiento a una niña filipina de 10 años, con el objetivo de captar y atrapar agresores sexuales de NNA en internet (Hans Guyt, 2014) ¹.

Lo revolucionario de este prototipo radica en el uso de IA y otras tecnologías avanzadas, que permiten a Sweetie generar conversaciones, imágenes y videos como si se estuviera interactuando con una niña real. Al interactuar en línea a través de chats y otras plataformas digitales, Sweetie recolecta información de los agresores como el nombre de usuario, ubicaciones geográficas y direcciones IP. Sin embargo, ha planteado debates éticos en torno a la privacidad, la intimidad y la protección de datos personales al recopilar información sensible sin el consentimiento explícito de los involucrados. En 2014, el australiano Scott Robert Hansen se convirtió en el primer condenado gracias a "Sweetie".

Clearview AI es una compañía tecnológica fundada en 2017 que desarrolló una herramienta de reconocimiento facial que permite, a través de redes neuronales, identificar a

1. Hans, Guyt (22/10/2014). Sweetie pone a pedosexual tras las rejas. Terre des Hommes. Recuperado de <https://www.tdh.de/was-wir-tun/arbeitsfelder/sexuelle-gewalt/meldungen/sweetie-verurteilung-paedosexueller/>

personas a partir de fotos o imágenes públicas, extraídas de diversas fuentes de Internet, como redes sociales o sitios web. El software puede comparar una imagen con millones de otras en cuestión de segundos. Si encuentra una coincidencia, proporciona información sobre la fuente de la imagen, lo que permite identificar a la persona en cuestión.

En mayo de año 2019, National Center for Missing and Exploited Children (NCMEC) recibió un informe de Yahoo, Inc. indicando que un usuario recibió imágenes que mostraban abusos sexuales a una niña. En una de las imágenes podía visualizarse la cara de un adulto. La agencia federal Homeland Security Investigations (HSI) del Departamento de Seguridad Nacional de los EEUU solicitó ayuda a Clearview AI para investigar el hecho. Clearview AI, utilizando el reconocimiento facial encontró que el mismo rostro aparecía en el fondo de una imagen que alguien había subido a Internet, foto tomada en una feria comercial. Esto permitió a los detectives extraer dos pistas importantes: la ubicación de la feria y el nombre de la marca que representaba. Con esta información las fuerzas del orden federal lograron arrestar al agresor. Se trataba de Andrés Rafael Viola, de 36 años en aquel entonces, un ciudadano argentino que residía en Las Vegas, Nevada mientras que la víctima era una niña de 7 años que estaba bajo su cuidado la que fue rescatada.

Clearview AI no sólo ha ayudado a identificar agresores sino también a muchas víctimas. El uso de esta tecnología genera preocupación en algunos sectores, principalmente por la recolección masiva de imágenes faciales sin el consentimiento de los individuos podría violar leyes de privacidad en varios países. Sin embargo, la compañía argumenta que las mismas se encuentran publicadas en internet, compartidas por los mismos usuarios en diferentes plataformas y redes sociales. Además, algunos críticos argumentan que el software podría ser susceptible de errores, lo que podría llevar a identificar falsamente a personas inocentes. Esto ha encendido debates sobre el equilibrio entre el uso de tecnología avanzada para la seguridad pública y la protección de los derechos individuales.

Sin duda, la IA tiene el potencial de contribuir a la detección, prevención y mitigación de delitos contra la integridad sexual de NNA en internet. Su aplicación en los precedentes mencionados ha demostrado ser de gran ayuda para identificar material de abuso sexual y patrones de comportamiento asociados con el ciberacoso, permitiendo actuar a tiempo. Sin embargo, el uso de la IA también plantea desafíos importantes en términos de afectación de derechos fundamentales, como el derecho a la privacidad, la protección de datos personales y la no discriminación.

Nuestro país carece todavía de una regulación específica que establezca un marco jurídico claro para el desarrollo y la aplicación de la IA. Nuestro país carece todavía de una regulación específica que establezca un marco jurídico claro para el desarrollo y la aplicación de la IA. La falta de legislación que norme el uso ético y seguro deja un vacío legal

que puede derivar en la utilización indiscriminada de estas tecnologías y la afectación de derechos fundamentales.

La tecnología avanza a pasos agigantados, pero no debemos olvidar el respeto por los derechos fundamentales. La educación, la colaboración y la regulación adecuada son las claves para lograr este equilibrio. El futuro de la tecnología y el bienestar de los NNA dependen de cómo elegimos usar y regular las herramientas hoy.

REFERENCIAS

Tratados y Convenios Internacionales, Legislación

Ley N° 23849 (1990). Convención sobre los Derechos del Niño. Boletín Oficial de la República Argentina.

Ley N° 26.904. (2013). Modificación del Código Penal e incorporación del artículo 131 sobre ciberacoso o grooming. Boletín Oficial de la República Argentina.

Ley N° 27.436 (2018). Modificación del art. 128 del Código Penal. Boletín Oficial de la República Argentina.

Ley N° 26.388 (2008). Delitos Informáticos y Ciberseguridad. Boletín Oficial de la República Argentina.

Convenio de Budapest (2021). Convenio sobre Ciberdelito. Ley 27411/2017. Boletín Oficial de la República Argentina.

Aboso, G. E. (2020). DERECHO PENAL CIBERNÉTICO. Editorial B de F.

Sitios Web

Courtney Gregoire (2020). Microsoft comparte nueva técnica para hacer frente al grooming infantil en línea para propósitos sexuales. Recuperado de <https://news.microsoft.com/es-xl/microsoft-comparte-nueva-tecnica-para-hacer-frente-al-grooming-infantil-en-linea-para-propositos-sexuales/>

Google (s.f.). API Content Safety Recuperado de <https://protectingchildren.google/#tools-to-fight-csam>

Noticias/Artículos periodísticos

Peiró, Patricia (27/02/2018). Sweetie, la cazadora de pedófilos que quiere colaborar con la policía. EL PAIS. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2018/02/15/planeta_futuro/1518696623_728007.html

Videos

Clearview AI (2022). How Facial Recognition is Identifying Human Trafficking Victims. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=1G5hW1ZIHGg>

Terre des Hommes (2014). SWEETIE - Terre des hommes gegen Kinderprostitution. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=w0BUgUII4YU&list=PLx8n7ozHKB2yTgvXSnaX89JKUn9ks3mWg>



Listado de Autores

TRABAJOS FINALES DE GRADUACIÓN
2023 | 2024

Egresado/a	Título	Carrera	Pág.
Álvarez Brusa, Nahuel Nicolás	La potencialidad turística con relación al tanototurismo del Hospital Colonia Santa María de Punilla	Licenciatura en Gestión Turística	168
Agusti Yanina	NNA en la red. La IA en la prevención del grooming y la explotación sexual.	Especialización en Cibercrimen	361
Aravena, Oriana	Comunicación asertiva, optimismo y resiliencia: taller psicoeducativo para el Hotel Howard Johnson Villa Carlos Paz	Licenciatura en Psicología	207
Ayala Giraudó, Romina P.	Logística internacional: tiempos de despacho de contenedores de exportación desde Córdoba hasta Melbourne, Australia	Licenciatura en Comercio Internacional	144
Barrionuevo, Agustín Ariel	Sistema de asistencia a centros de diálisis y seguimiento de pacientes	Ingeniería en Software	92
Bautista, Ingrid Anahí Karen	El fortalecimiento de la cadena de valor de la quinua. El caso de Jujuy	Especialización en Negocios Internacionales	331
Cabezas, Alicia María	Educación sostenible y creatividad	Maestría en Innovación Educativa	343
Calcabrini, Alejandra	Manejo de residuos del Parque Industrial De General Deheza	Licenciatura en Gestión Ambiental	158
Cárcamo, Micaela Agustina	Proyecto de desarrollo de producto turístico en finca la Emilia	Licenciatura en Gestión Turística	174
Carranza, Virginia	Inclusión financiera: pagos con QR y criptomonedas	Licenciatura en Administración	108
Cavarra, Florencia Luana	Comportamiento del consumidor online - "La influencia de los niños, niñas y adolescente en la intención de compra en el ecosistema digital"	Licenciatura en Comercialización	137
Chiappella, Débora Alejandra	Determinación de estructura financiera óptima para empresas comerciales	Contador Público	99
Chiselino, Catalina	Marco para el cálculo de huella de carbono en FADEPA	Licenciatura en Ambiente y Energías Renovables	123
Coppari, Giuliana	DearMe: Aplicación móvil enfocada en Wellnes	Licenciatura en Diseño Gráfico	32

Corradini, Diego Fernando	Innovación abierta con Santexgroup RockingData aplicada a la experiencia de usuario en una APP de gestión de eventos de Signature Boston	Licenciatura en Emprendimiento	150
De La Vega, Nicolás	Expectativas y motivos de consumo de alcohol: evaluación del Modelo de Predisposición Adquirida	Licenciatura en Psicología	211
Dhooge, Brenda Melanie	Valoración de las manifestaciones autoincriminantes vertidas del imputado en su declaración en el proceso penal en Córdoba	Maestría en Derecho Procesal	337
Escumbarti, Gabriel Alejandro	Modelos de aprendizaje innovadores en IPEM N.º 193 José María Paz: Inclusión de TIC	Licenciatura en Educación	255
Fassi, Trinidad	Construyendo puentes internacionalmente sostenibles: el área metropolitana de Córdoba y Lahti en la gestión de residuos	Licenciatura en Relaciones Internacionales	287
Fortina, Yanina María Julia	Innovación Abierta Santex-Lambda y transformación digital del Club Atlético Paracao de Paraná	Licenciatura en Emprendimientos	155
Francitorra, Joaquín Tomás	Expectativas hacia el alcohol, contextos de consumo y procrastinación académica en estudiantes universitarios	Licenciatura en Psicología	215
Gagliesi, Juan José	Plan de marketing para alcanzar el objetivo de ventas 2023 de cursos, certificados, programas y diplomaturas de institución universitaria. Caso: Universidad Siglo 21	Especialización en Marketing y Dirección Comercial	371
Galaz, Abril Agustina	Rentabilidad sustentable	Licenciatura en Administración	114
Gastaldi Fachín, Andrea Carolina	El adulto mayor en el derecho de las familias y violencia familiar	Especialización en derecho de las familias, niñez, adolescencia y violencia familiar	313
Gómez Sadir, Celina	Cultura de la cancelación: su impacto en la imagen de figuras públicas	Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales	274
Homenuc, Gabriela Alejandra	Impacto de la educación emocional para la prevención del delito en la niñez y adolescencia	Licenciatura en Criminología y Seguridad	247

Irastorza, Rosario	Autoestima y deserción escolar en el Instituto Provincial de Enseñanza Media N° 193 José María Paz	Licenciatura en Psicología	221
Leguizamón, María José	Hallyu, el impacto de la ola coreana en el turismo	Licenciatura en Gestión Turística	179
López, Lorena Mariel	Femicidio y violencia de género: un análisis del caso Paola Acosta desde una perspectiva jurídica y normativa	Abogacía	233
Macías, Juan José Ramiro	Sistema de Gestión de Atenciones Nutricionales – NutriHis	Licenciatura en Informática	69
Mariatti Luciana	Cátedra de Audioperceptiva II: diseño de libro interactivo	Licenciatura en Diseño Gráfico	39
Megetto, María Virginia	Estrategias para la gestión del cambio y la transformación digital a fin de optimizar la inteligencia de negocio en la Empresa Econovo	Ingeniería en Innovación y Desarrollo	88
Meroi, Martin Nicolás	Entre nubes y balances (análisis de los estados contables 2017 a 2021 de Aerolíneas Argentinas)	Contador Público	104
Mielgo, Maricel Evangelina	Capacitación en secuencias didácticas articuladas e innovadoras para ciclo orientado. Saldán, Córdoba	Licenciatura en Educación	259
Monteresino, Rocío Belén	Indumentaria Cíclica	Licenciatura en Diseño de Indumentaria y Textil	21
Muneta, Adolfo	Desarrollo de la infraestructura digital de Córdoba Capital como Smart City para su inserción global	Licenciatura en Relaciones Internacionales	292
Neirotti Pittón Valentina	Bethel - Casas de Dios: Identidad visual y promoción en medios digitales	Licenciatura en Diseño Gráfico	43
Nieto, Rocio Macarena	Diseño de indumentaria de equitación ergonómica y accesible para los iniciados en el deporte	Licenciatura en Diseño de Indumentaria y Textil	27
Novo, Nayla Mailen	El Rol de la MOE de OEA en las elecciones Municipales de Nicaragua, 2017	Licenciatura en Relaciones Internacionales	296
Olmedo Ramirez, Ignacio Santiago	Suplementación con creatina monohidrato en adultos mayores: un análisis integral de sus efectos	Licenciatura en Nutrición	201

Pedano, Dario	Implementación de una solución de Business Intelligence para mejorar la toma de decisiones en GH Farma	Maestría en inteligencia de negocios y explotación de datos	358
Peruchini, Lucila Carolina	Formación docente en inteligencia emocional para abordar las necesidades educativas especiales en Instituto Santa Ana	Licenciatura en Psicología	225
Piedra, Fanny Elizabeth	Bienestar emocional de los adultos mayores interactuando con animales	Licenciatura en Gerontología	191
Rambo, Mauro Emmanuel	Blockchain en la cadena de suministros forestales	Licenciatura en Informática	73
Ramirez, Matías Ezequiel	Nueva mirada: el liderazgo coach como motor principal de la marca empleadora	Licenciatura en Gestión de Recursos Humanos	162
Ramonda, Carlos Alberto	Utilización de la inteligencia de negocios en startups	Maestría en Inteligencia de Negocios y Explotación de Datos	351
Rivara, Eduardo Luis	Privacidad en reconocimiento biométrico mediante el uso de tecnología blockchain	Licenciatura en Informática	78
Rojas, José María	Cómo se desarrolla la respuesta a emergencias en la cuenca petrolera del Golfo San Jorge, Provincia de Chubut	Licenciatura en Higiene Seguridad y Medio Ambiente del Trabajo	63
Romero Lorenzi, Matías Nicolás	La implementación del etiquetado frontal y su impacto en la decisión de compra en estudiantes	Licenciatura en Nutrición	195
Rubinstein, Victoria	Plan de posicionamiento y comunicación para las visitas guiadas del Observatorio Astronómico de Córdoba	Especialización en Marketing y Dirección Comercial	327
Saifert, Ana Laura	Gestionar una escuela donde todos puedan aprender	Licenciatura en Educación	264
Salso, Micaela Belén	Gestión integral del agua en la finca La Emilia SRL: manual de buenas prácticas ambientales	Licenciatura en Ambiente y Energías Renovables	131
Santillán, Julieta	El arte de crear un personaje 3D: Una exploración del proceso de producción	Licenciatura en Diseño y Animación Digital	49

Sarmiento, María Lourdes	Determinación de oficio sobre base presunta y proceso penal	Especialización en Derecho Penal Tributario y Económico	318
Segnini Linares, Andrea Nathaly	Análisis del discurso en publicaciones de Instagram sobre Salud Mental	Licenciatura en Periodismo	269
Silva, Mariana Florencia	La ponderación de la prueba en el despido discriminatorio	Abogacía	237
Tosello, Agustín	El proceso artístico para la creación de un personaje 3D	Licenciatura en Diseño y Animación Digital	56
Tranche, María José	La potencialidad de la música y la danza folklórica como recurso turístico de la Patagonia Argentina	Licenciatura en Gestión Turística	183
Vazquez, Facundo José	Criptomonedas en el agro: evaluación de su viabilidad y potencial de desarrollo en empresas agropecuarias	Licenciatura en Administración Agraria	118
Velasquez, Debora Danisa	Derechos: la importancia de nuestros principios laborales resueltos a la luz de un problema axiológico	Abogacía	242
Venturini, Natalia	Los macroinfluencers de turismo y su relación con su audiencia de las generaciones X y millennial	Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales	282





APRENDIZAJES QUE
TRASCIENDEN

ANUARIO TRABAJOS FINALES
DE GRADUACIÓN **2023|2024**