

## **EDUCACIÓN COMBINADA: SINERGIAS ENTRE ENTORNOS VIRTUALES Y PRESENCIALES EN LA FORMACIÓN CONTEMPORÁNEA**



### **BLENDED EDUCATION: SYNERGIES BETWEEN VIRTUAL AND FACE-TO-FACE ENVIRONMENTS IN CONTEMPORARY LEARNING**

Edmundo José Jalón Arias<sup>1\*</sup>

E-mail: [uq.edmundojalon@uniandes.edu.ec](mailto:uq.edmundojalon@uniandes.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3060-736X>

Dionisio Vitalio Ponce Ruiz<sup>1</sup>

E-mail: [uq.dionisioponce@uniandes.edu.ec](mailto:uq.dionisioponce@uniandes.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5712-4376>

Luis Orlando Albarracín Zambrano<sup>1</sup>

E-mail: [uq.luisalbarracin@uniandes.edu.ec](mailto:uq.luisalbarracin@uniandes.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3164-5229>

Luis Javier Molina Chalacan<sup>1</sup>

E-mail: [uq.luismolina@uniandes.edu.ec](mailto:uq.luismolina@uniandes.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3755-2717>

<sup>1</sup>Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Ambato, Ecuador.

\*Autor para correspondencia

#### **Cita sugerida (APA, séptima edición)**

Jalón Arias, E. J., Ponce Ruiz, D. V., Albarracín Zambrano, L. O., & Molina Chalacan, L. J. (2026). Educación combinada: Sinergias entre entornos virtuales y presenciales en la formación contemporánea. *Revista Conrado*, 22(108), e5198.

#### **RESUMEN**

La educación contemporánea se enfrenta al reto de responder a las necesidades cambiantes de una generación caracterizada por la inmediatez, la hiperconectividad y la flexibilidad. En este contexto, los modelos híbridos emergen como una alternativa que no solo fusiona lo presencial con lo digital, sino que busca generar experiencias de aprendizaje más dinámicas, personalizadas y centradas en el estudiante. La combinación de estos espacios potencia el desarrollo de competencias digitales, la autonomía en el aprendizaje y el fortalecimiento del pensamiento crítico, al tiempo que preserva el valor del encuentro humano en el aula. Asimismo, esta integración permite ampliar la accesibilidad y la inclusión educativa, favoreciendo a estudiantes que enfrentan limitaciones de tiempo, distancia o recursos. Sin embargo, la implementación de este modelo no está exenta de desafíos, pues demanda inversión en infraestructura tecnológica, formación docente en metodologías innovadoras y un rediseño curricular que responda a los objetivos pedagógicos de manera coherente. La investigación en torno a estas sinergias resulta esencial para establecer estrategias sostenibles que garanticen una educación de calidad y equitativa en el siglo XXI.

#### **Palabras clave:**

Educación Híbrida, Innovación Pedagógica, Competencias Digitales, Inclusión Educativa, Formación Contemporánea.

#### **ABSTRACT**

Contemporary education faces the challenge of meeting the evolving needs of a generation marked by immediacy, hyperconnectivity, and flexibility. In this context, blended models emerge as an alternative that not only merges face-to-face and digital components but also aims to create more dynamic, personalized, and student-centered learning experiences. This combination enhances the development of digital competencies, fosters autonomous learning, and strengthens critical thinking, while preserving the value of human interaction in classrooms. Moreover, such integration broadens accessibility and educational inclusion, particularly benefiting students facing limitations of time, distance, or resources. Nevertheless, implementing this model entails significant challenges, including the need for technological infrastructure, teacher training in innovative methodologies, and curricular redesign aligned with pedagogical goals. Research on these synergies is crucial to establishing sustainable strategies



Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0.

Vol 22 | No.108 | enero-febrero | 2026  
Publicación continua  
e5198



that ensure quality and equitable education in the 21st century.

#### Keywords:

Blended Education, Pedagogical Innovation, Digital Competencies, Educational Inclusion, Contemporary Learning.

## INTRODUCCIÓN

A pesar de los tiempos actuales y la cantidad de herramientas tecnológicas todavía existen asignaturas con materiales textuales densos y actividades que no integran tecnología ni interactividad, genera una desconexión significativa entre los estudiantes de la Generación Z y el proceso educativo, las causas del problema son falta de integración tecnológica, atención limitada, desconexión con sus valores y preferencia por el aprendizaje práctico, esto genera consecuencias como la baja participación, desempeño académico limitado y una des preparación para el futuro laboral. Se debe considerar que esta generación caracterizada por su preferencia por contenidos visuales, interactivos y breves, encuentran estas metodologías poco estimulantes y desalineadas con sus hábitos de aprendizaje.

La clasificación de grupos de personas nacidas y que viven en el mismo periodo de tiempo, se les conoce como generaciones humanas, para Oviedo (2018) estos grupos tienen en común ciertos patrones de comportamientos que condicionan la forma como consumen y perciben las cosas, en resumen, tienen una identidad social común y la clasificación es la siguiente:

La generación silenciosa (1928-1945), los baby boomers (1946-1964), la generación X (1965-1980), la generación Y o millennials (1981-1996), y la generación Z (1997-2012). A estas generaciones se le suman otras, tales como la generación perdida (1883-1900), la generación grandiosa (1901-1927), y la última generación, según Williams (2015), citado por (Jiménez et. al., 2023, p.160), es la Alfa, que comprende a los nacidos entre los años 2013 y 2025.

La generación Z según Cardenas & Cáceres (2019) son los nativos digitales nacidos con dispositivos tecnológicos bajo el brazo, por lo que le gusta las respuestas inmediatas y participar en redes sociales con mayor privacidad de los progenitores, esto descartaría Facebook por la edad de los usuarios, crean contenidos y buscan comunicarse mediante imágenes.

Cada una de estas generaciones mantienen ciertos comportamientos que influyen en la manera como aprenden, por eso se busca determinar patrones y plantear

estrategias pedagógicas que ayuden a mejorar los procesos ya existentes, pero con ajustes específicos, así también lo sostiene (Bonilla et. al., 2020; Herrera & Villafuerte. 2023) en sus investigaciones resaltan que los métodos de aprendizaje deben estar acordes a los estudiantes, buscando entornos de autoaprendizajes más llamativos, que lleguen a ser críticos, que sepan desenvolverse en diferentes ambientes con ciertos niveles de fiabilidad y prácticos en el diario vivir, en resumen, alcanzar un mayor aprovechamiento de la parte cognitiva en los estudiantes.

Se debe considerar el diseño tecnopedagógico para la generación en mención que tiene como fin la integración de forma óptima entre la pedagogía y la tecnología, para (Méndez & Pozo, 2021) le considera como un paradigma que redirecciona el proceso de enseñanza-aprendizaje, mediado por las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), y que contribuye al desarrollo de competencias y resultados de aprendizaje en los estudiantes. Se considera un enfoque estructurado que permite a los docentes impactar positivamente en el aprendizaje a través de metodologías activas y herramientas tecnológicas, por otro lado, se debe considerar el modelo de aprendizaje híbrido, para Hernández et. al. (2021) se apoya en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) para complementar las clases presenciales con actividades y recursos en línea, buscando activar de manera favorable la parte cognitiva en los estudiantes

Los autores (Durango et. al., 2019; Suárez et. al., 2019) plantean en sus investigaciones la importancia del uso de estrategias pedagógicas acorde a los estudiantes, buscando amplificar las capacidades para mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje, para lo que se debe considerar los siguientes aspectos: atención a la diversidad, adaptaciones que respondan a las necesidades individuales, aprendizaje significativo, metodologías y materiales referentes a los estilos de aprendizajes, habilidades y competencias, potenciar habilidades cognitivas, sociales y emocionales, motivación y autoestima, consentir que experimenten el éxito académico y sentirse valorados dentro y fuera del aula.

## MATERIALES Y MÉTODOS

El enfoque metodológico adoptado en esta investigación corresponde a un paradigma cuantitativo, con un diseño no experimental, de carácter transversal y con alcance exploratorio. Tal como señalan Hernández Sampieri & Mendoza Torres (2018), este tipo de estudios resulta pertinente cuando se busca “indagar un fenómeno o problema de investigación poco estudiado y del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes”. Este nivel de

alcance permitió identificar y analizar características comunes en los estudiantes de la Generación Z, quienes constituyen el grupo de interés central de este trabajo. Para ello, se seleccionó como población de estudio a 83 estudiantes pertenecientes a los primeros cursos del Bachillerato General Unificado A (25) y B (27), así como al segundo curso A (31) de la Unidad Educativa INSUTEC. A esta muestra se le aplicó una encuesta estructurada de 20 preguntas de selección múltiple, diseñada con el propósito de obtener información confiable y veraz acerca de comportamientos compartidos, lo cual facilitará la formulación de estrategias pedagógicas contextualizadas que potencien el aprendizaje y fortalezcan la dinámica educativa en el aula, ajustándose a las características de esta generación.

De manera complementaria, se empleó un enfoque de investigación bibliográfica, con el fin de conceptualizar e identificar aspectos teóricos y prácticos sobre las generaciones humanas, en particular la Generación Z, y sobre las estrategias pedagógicas más adecuadas. Arias Odón (2023) define este tipo de investigación como un “proceso dirigido a la búsqueda de nuevos conocimientos mediante la recuperación, análisis e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y publicados por otros investigadores o instituciones científicas en fuentes documentales” (p. 12). Este recurso metodológico permitió consolidar el marco teórico y brindar un sustento académico al análisis de los resultados.

Asimismo, se incorporó una perspectiva sistémica que facilitó la identificación de relaciones, dinámicas y patrones de interacción entre los estudiantes, comprendiendo cómo estas formas de comportamiento se articulan con los rasgos característicos de la Generación Z. Esta aproximación integral favorece no solo la comprensión del fenómeno en estudio, sino también la proyección de propuestas pedagógicas más pertinentes y eficaces para el contexto educativo actual.

## RESULTADO

Según los autores Cardona et al. (2020) en su investigación resumen que “La recolección de la información permitió medir el impacto que tiene la edad, la cultura de consumo de las personas, los medios de compra tradicional y/o digital” (pág. 103). De la encuesta realizada a los estudiantes de los cursos antes mencionados, se presentará como resultado los siguientes datos, esta información, lleva a formar un perfil con características específicas de como la generación Z percibe y se comporta ante ciertas situaciones, lo que permitiría plantear estrategias que mejoren la enseñanza. Esta investigación se agrupa en 6 categorías con un número determinado de preguntas que responden a la misma, y son las siguientes Figura 1, Tabla 1, 2, 3, 4, 5 y 6:



Figura 1: Categorías sobre el aprendizaje y las preferencias.

Tabla 1: Categoría 1. Fuentes de Información y Preferencias de Aprendizaje

Preguntas	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4
1: ¿Cuál es tu principal fuente de información?	81,7	8,5	7,3	2,4
2: ¿Cómo prefieres aprender algo nuevo?	60,2	8,4	10,8	20,5
16: ¿Qué tan seguido utilizas plataformas como YouTube o TikTok para aprender algo nuevo?	61,4	34,9	2,4	1,2

Nota: En la tabla se alojan las tres preguntas que tributan a la categoría 1

La pregunta 1 registraba las siguientes opciones: 1. Redes sociales (Instagram, TikTok), 2. Sitios web de noticias, 3. Televisión, 4. Libros.

- Con esta pregunta se identificaba que 81.7% utilizan las redes sociales como su fuente de información primaria, para luego seguir con un 8.5% los sitios web y apenas con un 2.4% los libros, por lo que ya se puede ir identificando de cómo receptan la información el 90,2% de los estudiantes.

La pregunta 2 registraba las siguientes opciones: 1. A través de videos, 2. Leyendo artículos, 3. Escuchando podcasts, 4. Participando en talleres prácticos.

- En esta pregunta el 60.2% aprende algo nuevo revisando videos, el 20,5 % realizando talleres prácticos y con apenas el 8,4% busca información científica debidamente justificada para poder aprender, cabe hacer referencia que el 71% prefiere aprender algo nuevo viendo videos y podcasts

La pregunta 16 registraba las siguientes opciones: 1. Muy frecuentemente, 2. Ocasionalmente, 3. Rara vez, 4. Nunca.

- De esta pregunta se obtiene que el 61.4% utilizan estas plataformas frecuente y ocasionalmente un 34.9% los que nos indica que el 96.4% de estudiantes consumen tiempo en estas plataformas.

En la categoría uno se logró identificar con precisión que el 90,2% su fuente de conocimiento es el Internet con sus herramientas más usadas; las redes sociales y los sitios web, también se debe considerar que el 71% prefiere aprender algo nuevo mediante la revisión de videos y podcasts, es así que las plataformas más usadas están en el 96.4% y son YouTube o el tiktok entre frecuentemente y ocasionalmente, lo que reafirma a las dos primeras preguntas sobre el uso de dispositivos y herramientas tecnológicas como fuentes de información y aprendizaje.

**Tabla 2: Categoría 2. Valores y Prioridades en el Ámbito Laboral**

Preguntas	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4
3: ¿Qué valoras más en un trabajo?	61,4	21,7	9,6	7,2
15: ¿Te consideras una persona emprendedora?	35,8	51,9	9,9	2,5
8: ¿Cuál es tu opinión sobre la educación formal?	44,6	48,2	2,4	4,8

Nota: En la tabla se alojan las tres preguntas que tributan a la categoría 2

La pregunta 3 registraba las siguientes opciones: 1. Buen salario, 2. Oportunidades de crecimiento, 3. Un ambiente inclusivo, 4. Flexibilidad horaria.

- El 61.4% consideran que lo que más valoran en un trabajo es el buen sueldo, caso contrario no lo consideran bueno, el 21.7% lo ve como una oportunidad de crecimiento y el 9.6% por la flexibilidad de horario que podría tener, cabe hacer énfasis que estos dos últimos porcentajes se ajustarían a un sueldo módico.

La pregunta 15 registraba las siguientes opciones: 1. Sí, tengo ideas para negocios propios 2. Tal vez, me gustaría intentarlo, 3. No estoy seguro, 4. No, prefiero trabajar para otros.

- A pesar de la corta edad el 35.6% tiene una idea muy clara de negocio propio y están dispuesto a plasmarlo, en cambio el 51.9% mantiene una idea muy vaga de negocio, pero deja el espacio para poder hacer el intento de realizarlo y el 2.5 no considera ninguna idea y prefiere ser empleado.

La pregunta 8 registraba las siguientes opciones: 1. Es esencial para el éxito, 2. Es importante, pero no lo único que importa, 3. No creo que sea necesaria para todos, 4. Prefiero aprender por mi cuenta.

- El 44.6% considera que la educación formal es esencial para el éxito, el 48.2% asume que es importante, pero no debe ser lo único y el 4.8% prefiere aprender bajo su ritmo y su criterio

La categoría dos nos indica como características las consideraciones que tiene esta generación al momento que tenga que elegir un trabajo y la fidelidad hacia el mismo está bajo la condición de un Buen Sueldo (61.4%), cabe considerar que el 35,6 % tiene ideas de negocios y están casi decididos a plasmarlos y en un gran porcentaje 51.9 podrían intentarlo, por lo que se podría decir que el 87.5% estaría dispuesto a sacar adelante su emprendimiento. En relación con el lograr el éxito en lo profesional por medio de la educación formal el 88,8%, lo considera como esencial, pero que no debería ser lo único que debe importar en la vida.

**Tabla 3: Categoría 3. Uso y Actitudes hacia las Redes Sociales y la Tecnología**

Preguntas	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4
4: ¿Con qué frecuencia utilizas redes sociales?	46,3	39	14,6	0
12: ¿Qué tipo de contenido prefieres consumir en redes sociales?	70,7	8,5	3,7	17,1
19: ¿Qué tan importantes son las opiniones de los influencers para ti al tomar decisiones de compra?	14,5	43,4	28,9	13,3

Nota: En la tabla se alojan las tres preguntas que tributan a la categoría 3

La pregunta 4 registraba las siguientes opciones: 1. Más de 5 horas al día, 2. 2-5 horas al día, 3. Menos de 2 horas al día, 4. No uso redes sociales.

- El 46.3% de los estudiantes reconocen que utilizan las redes sociales más de 5 horas por día y el 39% tienen más control sobre la utilización de estas, bajando entre 2 a 5 horas y apenas el 14.6% navegan menos de 2 horas

La pregunta 12 registraba las siguientes opciones: 1. Entretenimiento (memes, videos divertidos), 2. Información (noticias, educación), 3. Activismo (causas sociales), 4. Estilo de vida (moda, viajes).

- Lo más buscado en las redes sociales por esta generación, es el entretenimiento con un 70.7% y con un 17.1% el contenido sobre estilos de vida, otro ítem de contenido buscado es información que tenga que ver noticias, educación, etc.

La pregunta 19 registraba las siguientes opciones: 1. Muy importantes, 2. Algo importantes, 3. Poco importantes, 4. No son importantes.

- El 14.5% y el 43.4% observan como importante y algo importante las recomendaciones dadas por los influencers al momento de una compra de un producto o servicio, apenas el 13.3% no considera para nada importante la opinión de los antes mencionados con respecto a la toma de decisiones.

En la categoría 3 se identifica que el 85.3% de la generación Z pasan entre 2 o más de 5 horas sumergidos en la navegación en redes sociales y que el contenido más buscado con un 70.7% es el entretenimiento, esto conlleva a considerar la opinión de influencers en la toma de decisiones compra, así lo indica el 86.8% unos con fidelidad absoluta a estos personajes y otros con menos, pero también consideran su opinión para la decisión de compra.

Tabla 4: Categoría 4. Conciencia, Interacción social y comunicación.

Preguntas	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4
5: ¿Qué tan importante es para ti la sostenibilidad en los productos que consumes?	42,2	50,6	4,8	2,4
13: ¿Cómo prefieres comunicarte con tus amigos?	50	6,1	35,4	8,5
10: ¿Qué tan cómodo te sientes compartiendo tus opiniones en línea?	21,7	48,2	24,1	6
11: ¿Cuál consideras que es un problema social importante hoy en día?	20,7	37,8	37,8	3,7
6: ¿Cómo te sientes acerca del trabajo en equipo?	34,1	12,2	46,3	7,3
14: ¿Qué tan importante es para ti la diversidad e inclusión en tu entorno social?	50	43,9	6,1	0

Nota: En la tabla se alojan las 6 preguntas que tributan a la categoría 4

La pregunta 5 registraba las siguientes opciones: 1. Muy importante, 2. Algo importante 3. Poco importante, 4. No es importante.

- El 42.2% creen en la relevancia en la sostenibilidad de los productos que consumen y el 50.6% le considera importante pero no tanto y apenas 2.4% le es indiferentes la condición de sostenible en los productos que consumen.

La pregunta 13 registraba las siguientes opciones: 1. Mensajes de texto o chat en línea, 2. Llamadas telefónicas, 3. Reuniones presenciales, 4. Videollamadas.

- El 50% de los jóvenes encuestado reflexionan la mejor forma de comunicarse son los mensajes de texto o chat en línea y el 35.4% en reuniones presenciales, quedando el 14.6% para llamadas y videollamadas como medios de comunicaciones utilizados.

La pregunta 10 registraba las siguientes opciones: 1. Muy cómodo, 2. Algo cómodo, 3. Poco cómodo, 4. Nada cómodo.

- Esta pregunta lleva a determinar que el 21,7 % se siente cómodo dando sus opiniones en líneas en los diferentes medios y el 48.2% lo hace, pero no con la misma comodidad del primero y apenas el 6% dicen sentirse incomodo dar opiniones en línea.

La pregunta 11 registraba las siguientes opciones: 1. Cambio climático, 2. Desigualdad social, 3. Salud mental, 4. Derechos humanos.

- Creen que es un problema social la desigualdad social y la salud mental, tanto es así que mantienen el mismo porcentaje 37.8%, otro ítem que identifican como problema es el cambio climático con 20.7% y apenas con el 3.7% los derechos humanos.

La pregunta 6 registraba las siguientes opciones: 1. Me encanta colaborar con otros 2. Prefiero trabajar solo, 3. Depende del proyecto, 4. No tengo una opinión clara.

- El 34.1% creen que les encanta colaborar con otros y el 46.3% dice que dependiendo del proyecto a desarrollar podrían trabajar a gusto con otros, en cambio 12.2% prefieren hacer sus cosas, solos.

La pregunta 14 registraba las siguientes opciones: 1. Muy importante, 2. Algo importante, 3. Poco importante, 4. No es importante.

- El 50% consideran como importante la diversidad e inclusión en entorno sociales y el 43.9% lo consideran algo importante

En la categoría 4 se busca definir características sobre “Conciencia, Interacción social y comunicación” es así que el 92.8% sostiene que es algo importante la sostenibilidad en los productos que consumen, otra característica es que el 50% de la generación prefieren comunicarse por medio de mensajes de textos y con un porcentaje inferior de manera presencial, el 48.2% dice que se siente algo cómodo haciendo comentarios en líneas, por otro lado mantiene el mismo porcentaje 37.8% considerando como problema social la “desigualdad social” y la “salud mental”, también se logra identificar que el 46.3% no presenta problema en trabajar en equipo y que solo dependerá del proyecto que se encuentren desarrollando y el 50% piensa importante diversidad e inclusión en un entorno social.

Tabla 5: Categoría 5: Bienestar y Manejo del Estrés

Preguntas	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4
17: ¿Cómo manejas el estrés relacionado con los estudios o el trabajo?	39	29,3	11	20,7
19: ¿Cuál es tu mayor preocupación respecto al futuro?	51,8	7,2	26,5	14,5
9: ¿Qué te motiva más a la hora de elegir una carrera?	41	41	9,6	8,4

Nota: En la tabla se alojan las tres preguntas que tributan a la categoría 5

La pregunta 17 registraba las siguientes opciones: 1. Hablando con amigos o familiares, 2. Haciendo ejercicio, 3. Usando aplicaciones o técnicas de meditación, 4. Ignorándolo

- El 39% manejan la condición de estrés hablando con amigo y familiares, por otro lado, el 29.3% lo hacen mediante rutinas de ejercicios y el 20.7% dice que lo ignoran y lo ven como una forma de manejo de estrés.

La pregunta 19 registraba las siguientes opciones: 1. Seguridad financiera, 2. Cambio climático, 3. Salud mental y bienestar, 4. Oportunidades laborales.

- Unos de los mayores temores con respecto al futuro es la “seguridad financiera” con un 51.8% y con un 26.5% es consideran la “salud mental y bienestar”, otro ítem que les preocupas es las “oportunidades laborales” que no existan al momento de ser profesionales y ello se refleja en un 14.5%.

La pregunta 9 registraba las siguientes opciones: 1. La pasión por el área, 2. La seguridad financiera, 3. La posibilidad de ayudar a otros, 4. La creatividad y la innovación

- A pesar de su corta edad ya algunos tienen muy claras sus ideas respecto a la carrera que van a seguir, es por lo que el 41% lo considera por “la pasión en el área” y con un mismo porcentaje por “la seguridad financiera”, claro está que el último valor lo mueve más la parte económica y con un 9.6% “la posibilidad de ayudar a otros” y con un porcentaje menor “la creatividad y la innovación”.

En la categoría 5 que busca identificar el “Bienestar y el manejo del estrés” se logró definir características como: “el hablar con amigos y familiares” como actividad para el manejo del estrés (39%) y con 29.3% lo hacen con rutinas de ejercicios, uno de los miedos que más les pasa por sus pensamientos con respecto al futuro es “la seguridad financiera” con un 51.8% y el no poder lograrlos les causa estrés. Otra característica detectada es que el 41% está claro sobre su preferencia de profesión que es por la pasión que tienen por el área y con porcentaje igual por la seguridad financiera.

Tabla 6: Categoría 6: Intereses y Actividades de Tiempo Libre

Preguntas	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4
20: ¿Qué tipo de actividades prefieres hacer en tu tiempo libre?	32,5	31,3	16,9	19,3
7: ¿Qué tan seguido participas en actividades sociales o comunitarias?	8,4	43,4	39,8	8,4

Nota: En la tabla se alojan las 2 preguntas que tributan a la categoría 6

La pregunta 20 registraba las siguientes opciones: 1. Jugar videojuegos, 2. Salir con amigos, 3. Leer o ver series/películas, 4. Practicar deportes.

- Unas de las actividades que prefieren hacer los jóvenes de esta generación es “jugar videojuegos” con un 32.5%, con un 31,2% eligen el “salir con los amigos” y el “practicar deporte” obtiene un 19.3%

La pregunta 7 registraba las siguientes opciones: 1. Frecuentemente, 2. Ocasionalmente 3. Rara vez, 4. Nunca

- Con 43.4% se identifica que “ocasionalmente” participan en actividades sociales, con el 39% “rara vez” y con porcentajes iguales 8,4% se encuentran los ítems de “frecuentemente” y “nunca”

La categoría 6 que hace referencia a actividades de tiempo libre y lo que les interesa, se determinaron con casi iguales porcentajes el “jugar videojuegos” y “salir con los amigos”, además se logró identificar que ocasionalmente y rara vez practican en actividades sociales y comunitarias

## DISCUSIÓN

Las estrategias pedagógicas recomendadas según el resultado obtenido de la encuesta aplicada y considerando sus características, hábitos de aprendizaje y preferencias que tiene la generación, se agruparán en 6 aspectos:

Para el primer aspecto se considera las siguientes estrategias referentes a la integración de dispositivos tecnológicos, con sus respectivas herramientas tecnológicas:

- Uso de plataformas digitales: Aprovechar herramientas como YouTube, TikTok y podcasts para presentar contenidos educativos en formatos atractivos y accesibles, dado que el 90.2% de los estudiantes utiliza internet como fuente principal de conocimiento.
- Microaprendizaje: Diseñar lecciones cortas y enfocadas que incluyan infografías, videos breves e interactivos para captar su atención y facilitar la retención de información.
- Gamificación: Incorporar elementos de juego como puntos, insignias y desafíos para motivar el aprendizaje. Esto puede incluir simulaciones o actividades interactivas que fomenten la participación.

En la investigación de Palma et. al. (2022) resaltan el uso de esta técnica joven, pero que también se pueden aplicar otras parecidas como la Game based learning y Serious games, la primera es el contenido de una asignatura hecho juego con ciertos niveles de complejidad y la segunda son juegos específicos, para mejorar habilidades específicas.

En el segundo aspecto se define las siguientes estrategias de aprendizajes.

- Proyectos prácticos: Proponer tareas basadas en problemas reales o simulaciones que permitan aplicar conocimientos en contextos significativos. Esto responde a su preferencia por actividades prácticas y orientadas a metas.
- Colaboración en línea: Fomentar el trabajo en equipo a través de plataformas virtuales, considerando que el 46.3% no tiene problemas para colaborar en grupo cuando el proyecto es relevante.
- Aprendizaje social: Crear espacios en redes sociales o foros donde puedan interactuar, compartir ideas y aprender de sus pares e influencers educativos. Para (Balladaires & Jaramillo, 2022; Calva et. al., 2019) en sus publicaciones resaltan el uso de las redes sociales, pero que se debe considerar la ética digital como disciplina filosófica que

busca el discernimiento de valores éticos en el actuar y convivir de los nativos digitales.

En un tercer aspecto, se plantea las estrategias para la adaptación a estilos visuales y multitarea.

- Material visualmente atractivo: Presentar la información mediante gráficos, memes, videos explicativos y presentaciones dinámicas que resuenen con su estilo de comunicación visual.
- Multimedia interactiva: Utilizar herramientas como pizarras digitales, aplicaciones educativas y módulos interactivos que permitan explorar conceptos de manera autónoma.
- Para un enfoque Personalizado en el cuarto aspecto, se traza las siguientes estrategias:
- Rutas de aprendizaje individualizadas: Diseñar actividades que se adapten a diferentes ritmos y estilos de aprendizaje, permitiendo a los estudiantes avanzar según sus intereses y capacidades.
- Retroalimentación inmediata: Implementar cuestionarios y ejercicios interactivos con resultados instantáneos para mantener su interés y reforzar el aprendizaje.
- Las estrategias diseñadas para el aspecto 5 sobre la conexión con valores y contextos relevantes
- Sostenibilidad e inclusión: Incorporar temas relacionados con sostenibilidad, diversidad e inclusión en los contenidos educativos, ya que el 92.8% valora estos aspectos.
- Narrativas significativas: Utilizar historias o casos reales que conecten los temas académicos con sus intereses personales o metas profesionales.
- En el aspecto 6 sobre la gestión del estrés y bienestar, se plantea las siguientes actividades
- Espacios seguros para la expresión: Crear dinámicas donde puedan compartir inquietudes relacionadas con su futuro profesional o seguridad financiera (51.8% lo considera una preocupación importante).
- Actividades extracurriculares: Fomentar actividades como ejercicios grupales o proyectos creativos que contribuyan al manejo del estrés mientras refuerzan habilidades sociales.

## CONCLUSIÓN

Al revisar y analizar los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, fue posible identificar una serie de características específicas que permiten comprender de manera más clara cómo la Generación Z aborda sus procesos de aprendizaje y cuáles son las herramientas tecnológicas que despiertan mayor interés en ellos. Los datos revelaron, además, aspectos vinculados al tiempo promedio de navegación en redes sociales, evidenciando

un alto nivel de exposición a contenidos digitales que influyen en su manera de aprender, socializar y tomar decisiones. Se observó, igualmente, el papel determinante de los influencers en la toma de decisiones de consumo, lo que demuestra la capacidad que estas figuras tienen para incidir en sus elecciones cotidianas y en la construcción de referentes sociales. De manera paralela, emergieron preocupaciones relacionadas con los miedos personales frente al futuro, particularmente asociados a la incertidumbre académica, laboral y social, así como el nivel de estrés generado por dichas inquietudes y las estrategias que implementan para sobrellevarlas. Todo este conjunto de hallazgos permitió configurar un perfil más integral de esta generación, entendida no solo desde sus preferencias tecnológicas, sino también desde sus dimensiones emocionales y sociales.

Con base en estos resultados, se plantea que las estrategias pedagógicas deben orientarse a la adaptación del proceso de enseñanza-aprendizaje a las particularidades, necesidades e intereses propios de los estudiantes de la Generación Z. Para lograrlo, las recomendaciones fueron organizadas en seis ejes fundamentales: la integración de herramientas tecnológicas en el aula; la promoción de metodologías activas de aprendizaje; la adaptación a estilos visuales y a la capacidad de realizar múltiples tareas; el diseño de enfoques personalizados; la vinculación de los contenidos académicos con valores y contextos significativos; y la implementación de acciones que favorezcan la gestión del estrés y el bienestar estudiantil. Estos elementos en conjunto permiten proponer estrategias educativas más pertinentes y ajustadas a la realidad de los estudiantes, garantizando una mayor efectividad en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias Odón, F. (2023). Investigación documental, investigación bibliométrica y revisiones sistemáticas. *REDHECS*, 31(22), 9-28. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9489470>
- Balladares, J. & Jaramillo, C. (2022). Valores para una ética digital a partir de las generaciones digitales y el uso de las redes sociales: una revisión de la literatura. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(1), 40-52. [https://www.593dp.com/index.php/593\\_Digital\\_Publisher/article/view/747](https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/747)
- Bonilla, M., Cárdenas, J., Arellano, F., & Pérez, D. (2020). Estrategias metodológicas interactivas para la enseñanza y aprendizaje en la educación superior. *Revista Científica UISRAEL*, 7(3), 25-36. <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/rcui/article/view/282>

- Calva, D., Galarza, A., & Sare, F. (2019). Las redes sociales y las relaciones interpersonales de las nuevas generaciones de ecuatorianos. *Revista Conrado*, 15(66), 31-37. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442019000100031&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442019000100031&script=sci_arttext)
- Cárdenas, I. & Cáceres, M. (2019). Las generaciones digitales y las aplicaciones móviles como refuerzo educativo. *Revista metropolitana de ciencias aplicadas*, 2(1), 25-31. <https://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/55>
- Cardona, L., Castillo, G., & Flores, J. (2020). Las características de las generaciones millennials y centennials frente a la evolución de las tecnologías y su influencia en la compra de productos del sector asegurador. *Libre Empresa*, 17(1), 102-115. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8020867>
- Durango, L., Vera, E., & Caicedo, S. (2019). Gamificación como estrategia pedagógica medida por TIC en educación básica primaria. *RCTA*, 2(34), 111-116. <https://ojs.unipamplona.edu.co/index.php/rcta/article/view/71>
- Hernández Sampieri, R. & Mendoza Torres, C. (2018). *Metodologías de la investigación: rutas cuantitativas, cualitativas y mixta. 1er. Ed.* México: McGrawHill. [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf)
- Hernández, M., Nieto, J., & Bajonero, J. (2021). Aprendizaje híbrido generado desde las Instituciones de Educación Superior en México. *Revista de ciencias sociales - Universidad del Zulia. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales*, 27(4), 49-61. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8229877>
- Herrera, C. & Villafuerte, C. (2023). Estrategias didácticas en la educación. *Horizontes Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 7(28), 758-772. <https://revistahorizontes.org/index.php/revistahorizontes/article/view/935>
- Jiménez, D., Miraval, G., & Montes, J. (2023). Paradigma de consumo de las generaciones baby boomers, X y millennials: análisis desde la sostenibilidad ambiental. *Equidad y Desarrollo*, 1(42), 158-186. <https://equidad.lasalle.edu.co/article/view/547>
- Méndez, C. & Pozo, E. (2021). La tecnopedagogía: enlace crucial entre metodologías activas y herramientas digitales en la educación híbrida universitaria. *Revista Scientific*, 6(22), 248-269. [https://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista\\_Scientific/article/view/822](https://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/822)
- Oviedo, D. (2018). La obra de Hans Jonas: ética de la responsabilidad para generaciones futuras y no-tecnóoptimistas. *Revista científica de la UCSA*, 5(3), 69-79. [https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2018.005\(03\)069-079](https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2018.005(03)069-079)
- Palma, D., Machuca, S., & Jalón, E. (2022). Gamificación en entornos virtuales de aprendizaje para la unidad educativa distrito metropolitano. *Revista Conrado*, 18(85), 212-217. <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v18n85/1990-8644-rc-18-85-212.pdf>
- Suárez, P., Salamanca, A., & Jaime, A. (2019). Estrategias mediadas por tic para desarrollar el pensamiento espacial y los sistemas geométricos. *Voces Y Realidades Educativas*, 1(1), 99-114. <https://voceyrealidadeseducativas.com/ojs/index.php/vyc/article/view/52>

## CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran no tener conflicto de interés

Autor	Roles
Edmundo José Jalón Arias	Conceptualización, Investigación, y validación
Dionisio Vitalio Ponce Ruiz	Conceptualización
Luis Orlando Albaracín Zambrano	Análisis formal
Luis Javier Molina Chalacan	Redacción y revisión

Contribución de los autores