



Intereses y preferencias de estudiantes frente a Bienestar Universitario*

Students interests and preferences regarding university well-being

PhD. María Claudia Mejía-Gil** | mmejagi@eafit.edu.co

Julián Arango-Ochoa*** | jarangoo1@eafit.edu.co

Laura Catalina Peña Sepúlveda**** | lpense1@eafit.edu.co

María Clara Bernal Bernal***** | mberna13@eafit.edu.co

Universidad EAFIT

Resumen

Se ha evidenciado, por estudios previos, que los estudiantes de pregrado tienen una baja participación y motivación frente a los servicios y beneficios que brindan las áreas de bienestar universitario. Los esfuerzos realizados por estas áreas no son fructíferos, debido posiblemente, a que las actividades o servicios no son comprendidos por los estudiantes o no satisfacen sus intereses. Se identificó que el bienestar es un elemento que permite a las universidades brindar desarrollo

* El proyecto se realizó en el marco del semillero SMART, el cual pertenece al Departamento de Mercadeo de la Escuela de Administración.

** Docente investigadora de la Universidad EAFIT, Magíster en Antropología de la Universidad de Antioquia y candidata a Doctora en Ciencias Sociales de la misma universidad. Coordinadora del semillero SMART.

*** Docente investigador de la Universidad EAFIT. MSc. en Ciencias del Comportamiento de la Universidad de Warwick en Reino Unido. También es fundador y consultor principal de la compañía Aleatoria S.A.S.

**** Estudiante de VII semestre del pregrado en Mercadeo de la Universidad EAFIT con énfasis en mercadeo digital. Pertenece y ha sido coordinadora del semillero de investigación SMART, perteneciente al Departamento de Mercadeo,

***** estudiante de VIII semestre del pregrado en Mercadeo en la Universidad EAFIT con énfasis en finanzas, pertenece al semillero SMART (y es su monitora actual), perteneciente al Departamento de Mercadeo,

humano a su comunidad, sin embargo, en muchas ocasiones es visto de manera asistencialista, satisfaciendo principalmente necesidades económicas.

La presente investigación consiste en la identificación de los gustos, preferencias e intereses de los estudiantes de pregrado de una universidad privada de la ciudad de Medellín, en cuanto a servicios de bienestar universitario, para mejorar la oferta de los mismos. Para apoyar esta investigación, desde el marco teórico se trataron temas relacionados con el bienestar universitario, cómo se lleva a cabo en las universidades y qué factores perciben los estudiantes que influyen en su bienestar. El proyecto se ejecutó con un método mixto, con la técnica de sesiones de grupo y con la aplicación de una encuesta. Como principales resultados se encontró que la mayoría de los estudiantes no usan los servicios que ofrece el área por falta de conocimiento, sin embargo los estudiantes que han asistido afirman que los servicios ofrecidos por el área de Bienestar Universitario son buenos y satisfacen sus necesidades; adicionalmente, prefieren que los servicios se comuniquen por medios alternativos como actividades en lugares con alta concentración de personas y redes sociales. Adicionalmente los estudiantes asocian el bienestar con factores de carácter personal y social más que académico por lo que se proponen actividades que fomenten su desarrollo personal, social y ciudadano.

Abstract

It has been shown, from previous studies, that undergraduate students in local universities have low participation and motivation regarding the services and benefits offered by their well-being¹ centers. The work done by these centers seem not to be very successful; presumably, students do not fully understand the activities or services offered, or they do not satisfy their interests. It was found that

¹ En Reino Unido y Australia, “well-being” o “wellbeing” parece ser el término aceptado para el concepto y las áreas de bienestar universitario, a juzgar por una búsqueda online. El término “wellness” aparece más en universidades de EE. UU. Decidimos dejar el primero dado que su significado es más global; el segundo se refiere más a salud.



a focus on well-being allows universities to foster human development within their community and that is the reason why well-being centers exist. However, in many cases, these centers are viewed narrowly, providing mainly economic assistance. The present research aims to identify the tastes, preferences, and interests of this population of students of a private university in the city of Medellín, regarding the services of its well-being center. This effort looks to contribute to the improvement of the well-being center value offer. We investigated aspects such as what is university welfare, how this is achieved (or attempted to be achieved) and what factors the students do perceive relevant for their well-being at the university. The project was carried out through qualitative technique by conducting group sessions, and a quantitative technique (survey). We found that most students do not use well-being center services due to lack of knowledge; however, students who have used the services indicate they are right and indeed meet their needs. Additionally, students say they prefer alternative means to know about the services, such as activities in places with a high concentration of people and online social networks. Furthermore, students associate well-being with personal and social factors rather than academic, so activities are proposed that promote their personal, social and citizen development.

Palabras clave

Bienestar universitario, desarrollo humano, preferencias; percepción.

Keywords

University well-being, human development, preferences, perception.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se plantea a partir de la necesidad de conocer los gustos, intereses y preferencias de los estudiantes universitarios a la hora de participar en los servicios ofrecidos por un área de Bienestar Universitario de una



universidad privada de la ciudad de Medellín, Colombia. El problema identificado es que estas áreas desconocen, en algunos casos, las razones por las cuales los servicios que ofrecen obtienen tan baja participación. Dada esta situación, esta investigación tiene como propósito principal identificar, desde el punto de vista de los estudiantes, cuáles son sus necesidades de bienestar universitario, el entendimiento que le dan a los mensajes enviados por esta área, así como su percepción del BU, para direccionar mejor las actividades ofrecidas a los estudiantes, buscando que ellos vivan, sientan y disfruten los diferentes espacios que ofrece la universidad y generar en ellos un bienestar académico y social. Este propósito se divide en cuatro objetivos específicos: valorar los servicios y actividades actuales de bienestar universitario según los gustos e intereses de los estudiantes; identificar la comprensión de los mensajes que se utilizan para comunicar los servicios; conocer la representación de bienestar universitario para los estudiantes; e identificar actividades de bienestar que sean necesarias y atractivas para los estudiantes de pregrado.

Desde la revisión teórica, se presentará a continuación las leyes que subyacen la obligatoriedad que tiene las instituciones educativas de contar con áreas de bienestar universitario, la importancia del papel de bienestar universitario para el correcto desarrollo profesional y social de los estudiantes universitarios y así mismo, la relevancia que adquiere conocer los intereses de los estudiantes para poder ofrecer servicios que sean atractivos para ellos.

En Colombia se exige a las instituciones de educación superior la creación de un área de bienestar con el decreto 2566 de 2003, en el que se establecen los requisitos para el ofrecimiento de programas académicos de educación superior. En el artículo 15 se especifica los lineamientos para las áreas de BU:

La institución debe contar con un reglamento y un plan general de bienestar que promueva y ejecute acciones



tendientes a la creación de ambientes apropiados para el desarrollo del potencial individual y colectivo de estudiantes, profesores y personal administrativo del programa (Colombia. Ministerio de Educación Nacional, 2003; p. 6).

Este artículo está basado en la ley 30 de 1992 (Colombia. Congreso de la República, 1992) y en el Acuerdo 03 de 1995 expedido por el Consejo Nacional de Educación Superior (CESU). Dicha ley plantea en su artículo 117 que “las instituciones de Educación Superior deben adelantar programas de bienestar entendidos como el conjunto de actividades que se orientan al desarrollo físico, psicoafectivo, espiritual y social de los estudiantes, docentes y personal administrativo” y se le atribuye al CESU la facultad de determinar las políticas de BU. En el artículo 118 se establece que “cada institución de Educación Superior destinará por lo menos el dos por ciento de su presupuesto de funcionamiento para atender adecuadamente su propio bienestar universitario” y el artículo 119 especifica que “las instituciones de Educación Superior garantizarán campos y escenarios deportivos, con el propósito de facilitar el desarrollo de estas actividades en forma permanente”.

Bienestar universitario juega un papel fundamental en el desarrollo de toda la comunidad universitaria y su importancia radica en que las universidades tienen entre sus fines la formación de profesionales, al mismo tiempo que deben contribuir al desarrollo individual y social al formar ciudadanos capaces de construir sociedades solidarias, de progreso y con calidad de vida (Reig, Cabrero, Ferrer, Richart, 2003 citado por Montoya-Vásquez, Urrego-Velásquez y Páez-Zapata, 2014). El bienestar universitario aporta a la formación integral del estudiante universitario, tanto en la generación de conocimiento como en el proceso de crecimiento como sujetos sociales que se integran a una comunidad universitaria y ciudadana (Llinás, 2009). Sin embargo, esta área puede ser vista desde tres puntos de vista: el bienestar universitario como una madre que asiste



materialmente al alumno; el bienestar universitario como soporte a la educación superior; y el bienestar universitario como la voz de todos los miembros de la comunidad en la construcción de su bienestar. Sin embargo, se ha observado cómo el área de bienestar universitario tiende a tener una visión más asistencialista y de soporte; la misma se ha enfocado en satisfacer necesidades de carácter económico, académico y psicológico, olvidándose de otros aspectos importantes para el desarrollo humano como lo son los aspectos físico, espiritual y social (Contecha y Jaramillo, 2011 en Montoya-Vásquez et al. 2014).

La vida universitaria se compone de tres elementos: la institución, la academia y la comunidad, y es el bienestar el que permite que estas tres dimensiones existan y se complementen entre ellas. Sin embargo, las actividades de bienestar dentro de la universidad son llevadas a cabo desde una visión alejada a los intereses de los estudiantes, lo que genera poca participación por parte de ellos (Rodríguez y Pérez, 2005 citado en López y Díaz, 2009). Para que las actividades propuestas desde la dependencia de bienestar universitario sean efectivas, deben estar guiadas bajo la idea del desarrollo humano al entender todas las dimensiones de los estudiantes y sus necesidades (López y Díaz, 2009). Es por esto que la investigación propuesta para conocer los intereses de los estudiantes es relevante, debido a que “si se parte de la idea de que para alcanzar el bienestar se debe iniciar por satisfacer las necesidades primarias, entonces resulta necesario establecer cuáles son estas necesidades o bienes primarios” (Caballero, 2016, p. 5).

METODOLOGÍA

La investigación se realizó con una metodología mixta: una primera etapa cualitativa, de carácter exploratorio, y una segunda cuantitativa, de carácter descriptivo. En la primera etapa, el estudio se enfocó en entender el contexto a través de la conversación con los estudiantes y encargados del área de Bienestar Universitario, para más tarde contrastar esta información con los datos obtenidos



mediante la aplicación de una encuesta. A continuación, se especifican las fases con las cuales se resolvió el objetivo de investigación propuesto:

Fase 1, conocimiento del área de bienestar de la universidad: visitas y entrevistas a personas encargadas del área de Bienestar Universitario, para conocer su funcionamiento a profundidad.

Fase 2, investigación cualitativa exploratoria: realización de sesiones de grupo con estudiantes de pregrado para establecer sus motivadores, gustos e intereses al participar en los servicios que ofrece el área.

Se realizaron cuatro sesiones de grupo con diferentes públicos: estudiantes de primer a cuarto semestre, estudiantes de quinto a décimo semestre, estudiantes activos (aquellos que participan en grupos estudiantiles, semilleros de investigación, grupos deportivos y artísticos, representantes estudiantiles, entre otros) y estudiantes que acompañan a los alumnos de primer semestre en la universidad. La técnica de sesión de grupo fue ideal para recabar los datos exploratorios, porque es un espacio en el que se exponen y negocian actitudes, creencias, percepciones y la cultura de un público objetivo. En este espacio se dirige una discusión por medio de un moderador y unos participantes que van entregando sus propias miradas de los asuntos tratados (Velandia y López, 2008). Esta etapa permitió identificar las percepciones e ideas de los estudiantes con respecto a los temas relacionados con bienestar universitario, lo cual fue el punto de partida para la construcción de la encuesta.

Fase 3, investigación cuantitativa descriptiva: se diseñó y aplicó una encuesta que permitió, de manera descriptiva, comprobar y complementar la información obtenida en la fase anterior. La encuesta es la técnica de recolección de datos cuantitativos más habitual, porque permite, por medio de un cuestionario estructurado, obtener información acerca de una población, a partir de una



muestra diseñada estadísticamente (Cascant y Hueso, 2012). La muestra fue calculada sobre una base de la población de estudiantes de pregrado de 10.970 estudiantes, con un nivel de confianza del 99% y un margen de error del 10% y dió como resultado 166 estudiantes. El instrumento de la encuesta se construyó en el software *Qualtrics*; esta fue autoadministrada y se difundió de manera virtual.

Fase 4, análisis y entrega de resultados: la información encontrada se trianguló en Microsoft Excel, por medio de matrices de análisis y se entregaron los resultados al área de Bienestar Universitario de la universidad en la cual se realizó el estudio.

RESULTADOS

En este apartado se presentan los resultados de la investigación, comenzando con las características de los participantes en la encuesta, así como las respuestas a cada objetivo específico propuesto para la investigación.

Tabla 1. Características de la muestra de la encuesta.

Variable	Descriptor	Proporción
Edad	< 18 años	3,61%
	18 - 21 años	84,33%
	22 - 25 años	10,83%
	> 25 años	1,23%
Género	Femenino	54,20%
	Masculino	45,80%

Fuente: elaboración propia.



1. Valoración de las actividades actuales realizadas por el área de Bienestar Universitario:

Para valorar las actividades propuestas actualmente por el área de Bienestar Universitario, es importante identificar el conocimiento que los estudiantes tienen de esta área; el uso que los estudiantes le dan a los servicios y las razones que tienen para usarlos o no; y finalmente, la calificación o valoración que los estudiantes le dan a los mismos. A continuación, se describen los resultados para cada aspecto:

1.1. Conocimiento del área: en este acápite nos preguntamos por el conocimiento que tienen los estudiantes del área que les provee los servicios de bienestar universitario, de sus funciones al interior de la universidad y del conocimiento de los diferentes servicios que ofrece. Encontramos que el 54% de los estudiantes encuestados conocen el área que provee los servicios, lo que demuestra que la proporción de estudiantes que no la conoce (46%) es amplia y se puede relacionar con la baja participación que estos tienen en los servicios que ofrece la misma.

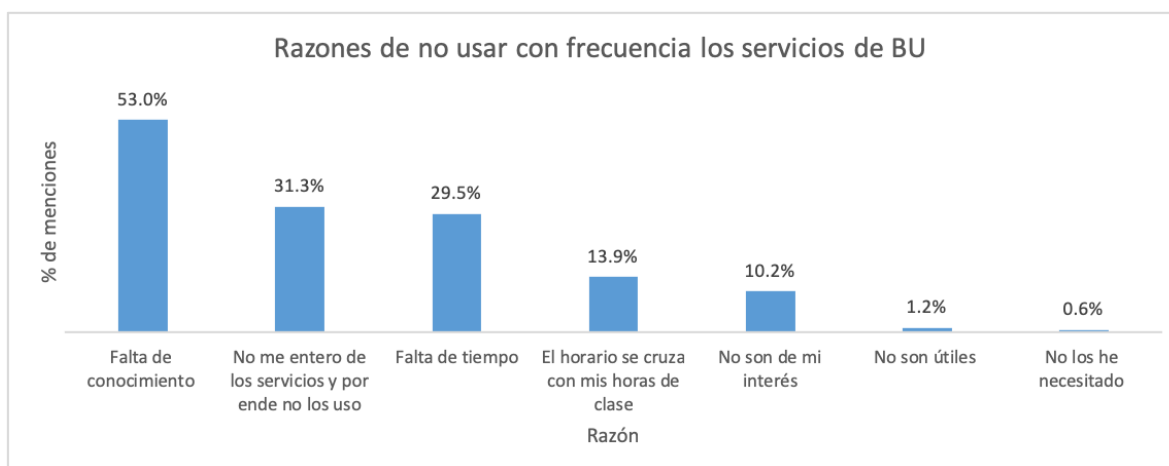
1.2. Uso de los servicios: el 66% de los estudiantes indica no usar los servicios del área. Aunque el porcentaje de estudiantes que conoce el área es 54%, solo el 34% utiliza sus servicios. Por lo tanto, se puede afirmar que, solo algunos de los estudiantes que conocen el área de Bienestar Universitario, efectivamente usan o han usado sus servicios.

1.3. Razones de no uso de los servicios: las razones principales por las que los estudiantes de pregrado expresan no usar los servicios del área de Bienestar Universitario son: falta de conocimiento (53%), es decir, los estudiantes desconocen el área y sus servicios; no se enteran de las actividad y por ende, no las usan (31.3%); y, falta de tiempo (29.5%), como la tercera razón que los



estudiantes indican para no usar los servicios de bienestar universitario que ofrece su universidad.

Figura 1. Razones para no usar los servicios del área de Bienestar Universitario



Fuente: elaboración propia.

En este sentido, se evidencia una necesidad de encontrar los canales adecuados para comunicar las actividades y que los mensajes lleguen efectivamente a los estudiantes.

1.4. Calificación de las actividades: en el momento en que se realizó la encuesta, el área brindaba un total de 39 servicios. Cada uno fue calificado por los estudiantes que lo conocía en una escala de 1 a 7, donde 1 era la calificación más baja y 7 la más alta. Se encontró que, en la calificación de cada servicio, el promedio más alto fue de 6.26 y el más bajo fue 5.15. Esto corresponde con la información que se encontró en la fase cualitativa, en la que los estudiantes afirmaban que los servicios que conocen del área de Bienestar Universitario son buenos y satisfacen sus necesidades, lo cual se evidencia en el siguiente comentario de la sesión de grupo de los estudiantes de quinto a décimo semestre: “por ejemplo uno va a los bazares, las ferias que hacen aquí en la plazoleta; por

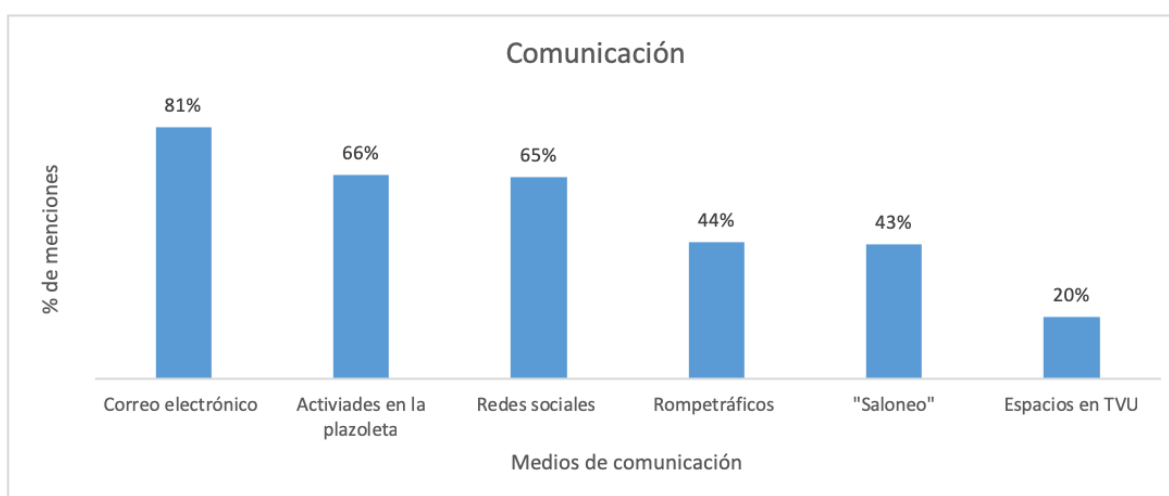


ejemplo yo estoy en el semillero de teatro y me gusta demasiado, es muy muy bacano” (Sesión de grupo 2, 20 de abril de 2017). Adicionalmente, los tres servicios mejor calificados fueron: el apoyo para estudiantes becados (6.26 puntos), las jornadas de donación de sangre (6.18 puntos) y los talleres de acompañamiento a estudiantes becados de primer semestre (6.15 puntos).

2. Comprensión de los mensajes del área

En las sesiones de grupo, los estudiantes plantearon que el área debe usar nuevas maneras para comunicarse con ellos, diferentes al correo electrónico de la universidad; sin embargo, en la encuesta se encontró que los tres medios por los que les gustaría enterarse de las actividades de Bienestar Universitario fueron: el correo electrónico (81%), actividades en espacios públicos en la universidad (66%), redes sociales (65%). Los estudiantes, a pesar de elegir el correo electrónico como el medio más adecuado para enterarse de las actividades, reclaman nuevas formas de comunicación como los espacios físicos de la universidad y las redes sociales.

Figura 2. Medios por los cuales los estudiantes quisieran enterarse de las actividades de Bienestar Universitario



Fuente: elaboración propia.

Esto se hace evidente en el siguiente comentario de un estudiante participante en la segunda sesión de grupo: “De pronto sí podrían informarlas más (las actividades) porque, por ejemplo, la feria de las artes es muy chévere, y uno no va, porque no se entera” (Sesión de grupo 2, 20 de abril de 2017).

Los intereses de los estudiantes, en cuanto a correo electrónico, presentan una disparidad que podría aprovecharse. No es evidente por qué la preferencia más notable de comunicación de la encuesta, el correo electrónico, fue rechazada en las sesiones de grupo. Una posibilidad que consideramos viable es que la arquitectura de opciones de la encuesta influyó notablemente en dicha preferencia (ver, por ejemplo, Johnson, Hassin, Baker, Bajger & Treuer 2013; Thaler & Sunstein, 2009).

En contraste, las conversaciones con estudiantes alrededor de sus preferencias de comunicación no necesariamente planteaban opciones y cada estudiante debía evaluar su respuesta en otra arquitectura de opciones. Otra pista puede hallarse en los datos agregados sobre *engagement* en plataformas típicamente de mercadeo por correo electrónico (*e-mail marketing*). IBM ha estimado, en la industria de “Escuelas y Educación²”, que la media de la tasa de apertura de correos electrónicos (*open rate*, por sus siglas en inglés) fue de 30.9% en 2016³ (IBM Marketing Cloud, 2018). Esto apunta a que 69 de cada 100 mensajes que recibe un estudiante en su correo electrónico institucional nunca son abiertos. Es posible que los estudiantes estén indicando verdaderamente que les gustaría ver más contenidos relacionados con bienestar universitario en su e-mail porque no parecen recibir algo relacionado con esto. También, quizás, las comunicaciones

² Traducción de los autores. “Schools & Education: Private and public schools, universities and technical training organizations” (IBM Marketing Cloud, 2018, p. 33)

³ La cifra es un 50% superior a la media de todas las industrias (20.68%), de acuerdo con la estimación más reciente de la compañía Mailchimp (2018).

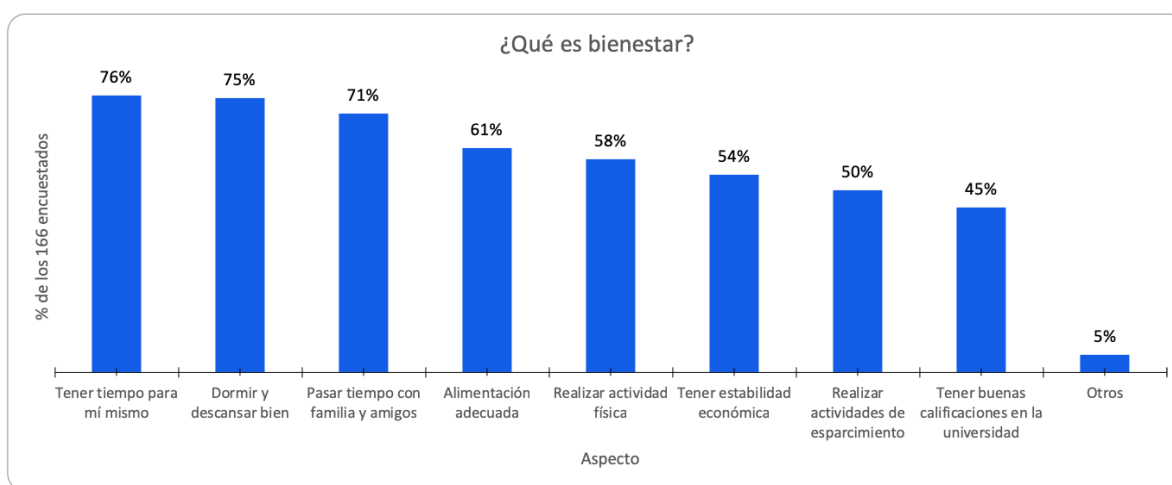


de bienestar universitario se ocultan en medio de contenidos más generales (por ejemplo, en el boletín general de la universidad). O, puede ser que tanto el remitente, como el asunto de los correos electrónicos recibidos les señale que los contenidos no son de su interés. Algunas de estas posibilidades (y otras adicionales) están alineadas con lo que indica Barnes & Noble College (2018), como, por ejemplo, que los estudiantes universitarios y los egresados son usuarios muy selectivos de correo electrónico.

3. Concepto de bienestar y bienestar universitario para los estudiantes

En la fase cualitativa se encontró que los estudiantes asocian el bienestar con factores de carácter personal y social y que inclusive el aspecto académico contribuye a disminuir el bienestar, resultados que se comprobaron en la fase cuantitativa. Vale la pena aclarar que estas respuestas se relacionan con el bienestar en general, no solo universitario. Esto se puede observar en las menciones que realizaron los estudiantes alrededor de qué relacionan con la palabra bienestar: tiempo para sí mismo (76%), dormir y descansar bien (75%), pasar tiempo con familia y amigos (71%), entre otros.

Figura 3. Con qué relacionan el bienestar los estudiantes universitarios

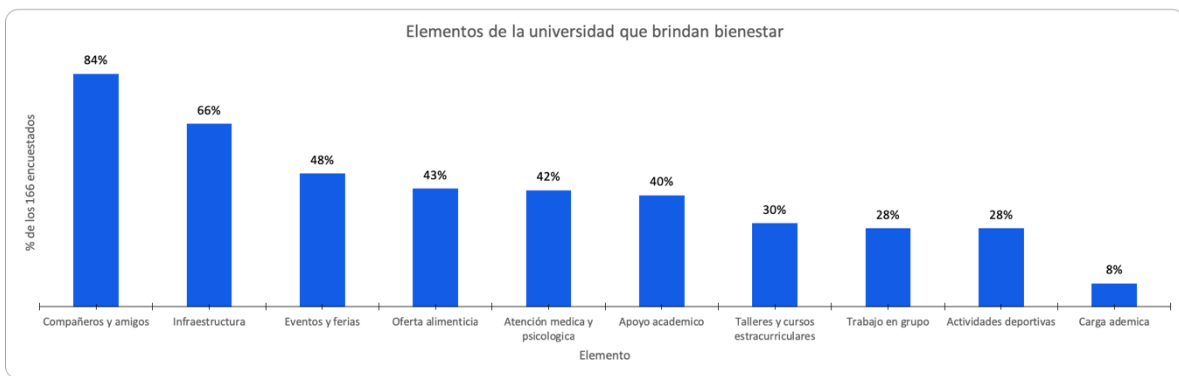


Fuente: elaboración propia.



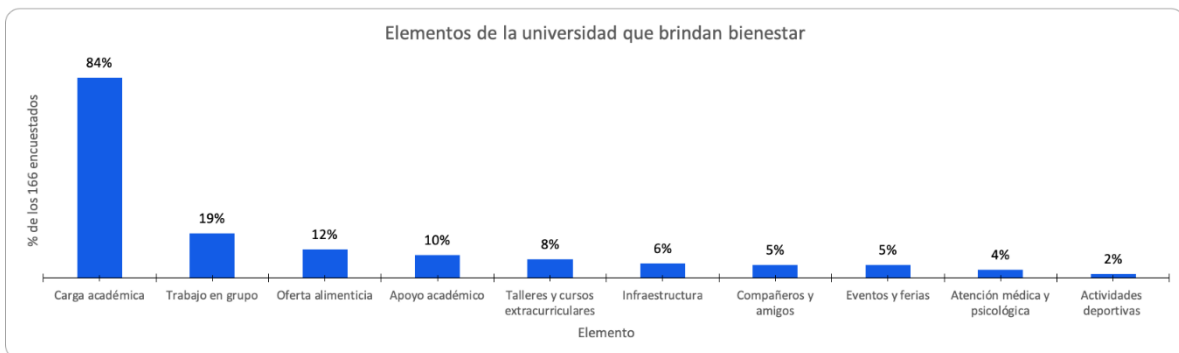
El elemento dentro de la universidad que más les brinda bienestar a los estudiantes son sus compañeros y amigos, y el elemento que más les reduce bienestar es la carga académica. A partir de esta información encontramos una oportunidad para el área de ofrecer actividades que permitan una mayor integración de los estudiantes con sus amigos, compañeros y familia, y actividades que permitan un mejor manejo de la carga académica, como talleres de manejo del tiempo y talleres para desarrollar habilidades de trabajar en equipo, pues todas estas actividades podrían contribuir de manera importante a la generación de bienestar para los estudiantes.

Figura 4. Elementos de la universidad que brindan bienestar



Fuente: elaboración propia

Figura 5. Elementos de la universidad que quitan bienestar



Fuente: elaboración propia

En la tabla 2 se muestra un resumen del significado de Bienestar Universitario desde la teoría, es decir, desde las publicaciones que se han realizado en el área; desde lo que las leyes propician en Colombia; desde las áreas de Bienestar Universitario de tres universidades de la ciudad y desde lo que los estudiantes universitarios consultados en esta investigación perciben como bienestar universitario. Si bien se evidencian algunas similitudes entre la teoría, lo legal y las áreas de Bienestar Universitario, se aprecian algunas diferencias entre estos acercamientos y lo que los estudiantes perciben como Bienestar Universitario, sobre todo en lo que concierne al manejo de la carga académica y su relación con sus compañeros al trabajar en equipo.

Tabla 2. Bienestar Universitario desde diferentes frentes

Bienestar universitario (concepto)	
Teoría	El bienestar universitario es un aspecto que es esencial en las universidades y les permite ser lugares que van más allá de la formación de profesional; son lugares que permiten el desarrollo humano. “A lo largo de esta época, se comprende el bienestar como el desarrollo físico, psíquico, espiritual y social de todas las personas que conforman la comunidad universitaria, va cambiando la concepción asistencialista y confiere significado el carácter humanista. (López y Díaz, 2009; p. 84)
Legal	Tener una formación integral que reconozca las diferentes dimensiones del ser humano y no se concentre únicamente en el aspecto académico; que pueda desarrollar otro tipo de competencias que le permitan al estudiante entender y generar un impacto en su entorno, al entenderse como un ser social que debe contribuir también a la construcción de una comunidad. (Ministerio de Educación Nacional, 2016)
Universidades en Medellín	1. La Dirección de Desarrollo Humano-Bienestar Universitario propicia las condiciones de bienestar a toda la comunidad universitaria para garantizar su proyección, mejoramiento y crecimiento, con el fin de trascender de forma positiva no solo en lo personal, sino también en el ámbito institucional.



(Universidad EAFIT, s.f.)

2. Bienestar universitario se encarga de promover y desarrollar actividades y programas para la formación intelectual, académica, afectiva, social y física con el propósito de mejorar la calidad de vida, contribuir a la formación ciudadana y a la construcción de comunidad universitaria. (Universidad de Antioquia, s.f.)

3. Bienestar universitario trasciende la vida universitaria, su cotidianidad y sus miembros, puesto que su misión se encamina al desarrollo integral de la comunidad educativa en un medio ambiente que facilita la promoción del ser humano. (Universidad de Medellín, s.f.)

Estudiantes (pregrado)	Los estudiantes perciben bienestar cuando se sienten en paz con ellos mismos y tienen una buena relación con las otras personas. En algunos momentos del semestre, el bienestar se ve afectado por la carga académica e inconvenientes al trabajar en equipo. Sin embargo, muchos estudiantes piensan que la universidad, con sus diferentes espacios y actividades, complementa el bienestar que tienen en sus hogares, es por esto por lo que los estudiantes perciben el bienestar universitario como un aspecto más que académico; es algo más enfocado hacia la persona.
-------------------------------	---

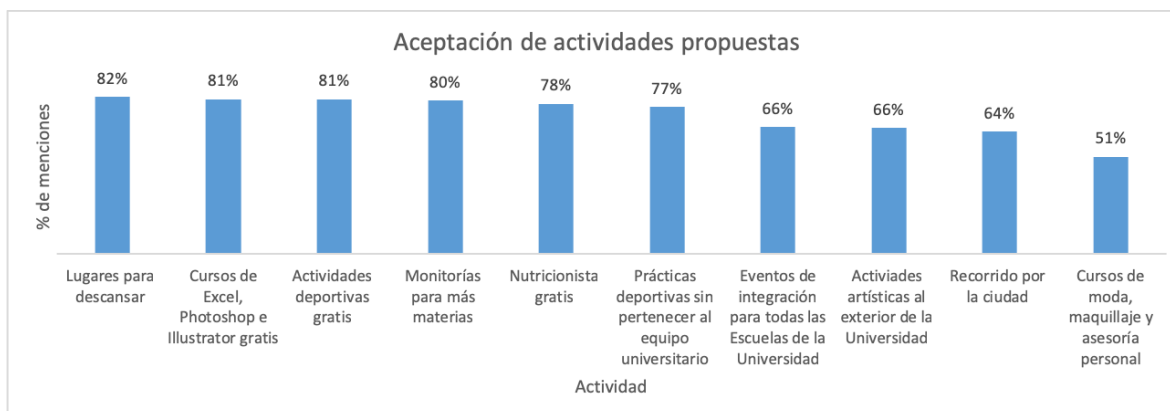
Fuente: elaboración propia.

4. Actividades propuestas por los estudiantes

Con la encuesta se pudo comprobar que todas las actividades propuestas por parte de los estudiantes en las sesiones de grupo tuvieron una muy buena acogida. Los servicios propuestos por los estudiantes son: lugares para descansar (82%); cursos gratuitos de Excel, Photoshop y Illustrator (81%); actividades deportivas gratuitas (81%); monitorías para más materias (80%); citas gratuitas con nutricionista (78%); prácticas deportivas sin pertenecer al equipo universitario (77%); eventos de integración para todas las Escuelas de la universidad (66%); actividades artísticas por fuera de la universidad (66%); Recorrido por la ciudad (64%); cursos de moda, maquillaje y asesoría personal (51%) gratuitos.



Figura 6. Aceptación de actividades propuestas



Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

En cuanto a los hallazgos encontrados en esta investigación, podemos afirmar que existe poco conocimiento por parte de los estudiantes de la universidad estudiada acerca de la gran variedad de actividades que ofrece el área de Bienestar Universitario. Sin embargo, los estudiantes valoran de manera positiva aquellas actividades que conocen o han usado, siendo la comunicación un aspecto en el que las universidades deben mejorar debido a que los estudiantes consideran que esta área tiene una buena oferta de actividades, pero la poca participación se da por el poco conocimiento que hay sobre ella y sus servicios.

El concepto bienestar para los estudiantes universitarios está relacionado principalmente con factores personales y sociales que brindan salud física y mental, sin dejar de lado la parte académica dado que sigue siendo un factor importante en la generación de bienestar dentro del ámbito universitario. Esta conclusión se asemeja a la información obtenida en una investigación realizada en el año 2009 en la Universidad de Quindío donde se encontró que “Todos los



discursos de los representantes estudiantiles, tanto individuales como colectivos, muestran como componentes del Bienestar, las dimensiones físicas, emocionales o socio afectivas, económicas y sociales” (López y Díaz, 2009; p. 135.).

Los estudiantes consideran que, dentro de la Universidad, el principal aspecto que les brinda bienestar son las relaciones sociales con sus compañeros y el aspecto que más les quita bienestar es la carga académica, por lo que se recomienda que las universidades brinden espacios y actividades de esparcimiento más accesibles, que les permita a los estudiantes conocer lugares y personas nuevas, permitiendo que se integren las actividades ofrecidas por el área de bienestar universitario con algunas materias, con el fin de que los estudiantes aprendan nuevas temáticas mientras realizan actividades que les genere bienestar.

Como implicaciones teóricas de esta investigación, observamos que aporta elementos consistentes alrededor de lo que significa Bienestar Universitario para los estudiantes y cuáles son las diferentes entre lo que propone la teoría, el discurso legal, las áreas de Bienestar Universitario y los estudiantes. Se evidencia un bajo conocimiento de lo que para los estudiantes significa bienestar, lo cual debe ser mejorado por las áreas de bienestar de las diferentes universidades. Creemos fundamental que los directivos y áreas encargadas del Bienestar Universitario dentro de las universidades realicen investigaciones frecuentemente ya que los intereses, gustos y preferencias de los estudiantes cambian constantemente y cada vez estos son más exigentes, teniendo en cuenta que es obligación ofrecer estrategias de bienestar dentro de las instituciones de educación superior para la comunidad educativa.

También evidenciamos como implicaciones teóricas, pero también prácticas, la relación de desconocimiento que muchas veces tienen los estudiantes con las áreas de Bienestar Universitario, la cual debe ser mejorada para aumentar el uso de los servicios y, por ende, el bienestar de los estudiantes al interior de la



universidad. Se evidencia que, en este desconocimiento el correo institucional, canal que tradicionalmente ha sido usado para comunicar los servicios del área, no es el preferido por los estudiantes y los mismos, demandan nuevas formas de comunicación que estén más acordes a sus prácticas cotidianas actuales, como las redes sociales.

Las siguientes son las preguntas que esta investigación deja abiertas: ¿cómo es la relación de los estudiantes con las áreas de Bienestar Universitario de universidades públicas y privadas del país? ¿Varía esta relación por ciudades, regiones, universidades públicas y privadas? ¿cuál es el significado de bienestar universitario para una muestra de diferentes universidades, publicas y privadas, para Colombia? ¿Cuál es la eficacia de las áreas de Bienestar Universitario para contribuir en el desarrollo humano, integral y social de la persona más allá del espacio universitario?

REFERENCIAS

Barnes & Noble College (9 de abril de 2018). *Yes, It's True. College Students*

Read Their Emails. [Entrada de blog] Recuperado de

<https://partnerships.bncollege.com/2018/04/yes-true-college-students-read-emails/>

Caballero, N. (2016). El bienestar desde la ética. Una visión de género. *Nóesis*.

Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 25(50), 151-172. DOI:

<http://dx.doi.org/10.20983/noesis.2016.2.6>

Cascant, M., & Hueso, A. (2012). *Metodología y técnicas cuantitativas de*

investigación. Editorial Universidad Politécnica de Valencia. España.



Recuperado de

https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17004/Metodolog%C3%ADa%20y%20t%C3%A9cnicas%20cuantitativas%20de%20investigaci%C3%B3n_6060.pdf?sequence

Colombia. Congreso de la República. *Ley 30*. (28, diciembre, 1992). Por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior. *Diario Oficial No. 40.700*. Bogotá. Recuperado de

https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-104539_archivo_pdf.pdf

Colombia. Ministerio de Educación Nacional. *Decreto 2566*. (10, Septiembre, 2003). Por el cual se establecen las condiciones mínimas de calidad y demás requisitos para el ofrecimiento y desarrollo de programas académicos de educación superior y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial No. 2508*. Bogotá. Recuperado de

https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-86425_Archivo_pdf.pdf

IBM Marketing Cloud (2018). *2016 Email Marketing Metrics Benchmark Study*.

Recuperado de [https://www-01.ibm.com/common/ssi/cgi-](https://www-01.ibm.com/common/ssi/cgi-bin/ssialias?htmlfid=UVL12406USEN)

[bin/ssialias?htmlfid=UVL12406USEN](https://www-01.ibm.com/common/ssi/cgi-bin/ssialias?htmlfid=UVL12406USEN)



Johnson, E. J., Hassin, R., Baker, T., Bajger, A. T., & Treuer, G. (2013). Can consumers make affordable care affordable? The value of choice architecture. *PLOS ONE*, 8(12), e81521.

Llinás, E. (2009). La orientación académica desde el Bienestar Universitario. Ediciones Uninorte. Recuperado de <https://www.uninorte.edu.co/documents/72553/fd13f2c5-352a-4753-9173-5ed18c79c075>

López, E., & Díaz, S. (2009). *Representaciones sociales sobre bienestar universitario de los representantes estudiantiles de la Universidad del Quindío* (tesis inédita de maestría). Universidad de Manizales, Manizales, Colombia. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/alianza-cinde-umz/20130319045631/Tesiseliana.pdf>

Mailchimp (marzo de 2018) *Email Marketing Benchmarks*. Recuperado de <https://mailchimp.com/en/resources/email-marketing-benchmarks/>

Ministerio de Educación Nacional (diciembre de 2016). *Lineamientos de Política de Bienestar para Instituciones de Educación Superior*. Recuperado de https://www.mineduacion.gov.co/1759/articles-360314_recurso.pdf



Montoya-Vásquez, D., Urrego-Velásquez, D., & Páez-Zapata, E. (2014).

Experiencia en la coordinación de programas de bienestar universitario: la tensión entre el asistencialismo y el desarrollo humano de los estudiantes. *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*, 32(3), 355-363.

Thaler, R. H. & Sunstein, C. R. (2009). *Un pequeño empujón*. México DF: Taurus.

Universidad de Antioquia. (s.f.). *Dirección de Bienestar Universitario*. Recuperado de

<http://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/institucional/unidades-administrativas/contenido/asmenulateral/direccion-bienestar-universitario>

Universidad de Medellín. (s.f.). *Descripción de la política de bienestar*. Recuperado

de <https://www.udem.edu.co/index.php/politica-de-bienestar>

Universidad EAFIT (s.f.). *Dirección de Desarrollo Humano-Bienestar Universitario*.

Recuperado de <http://www.eafit.edu.co/bienestar-universitario/acerca-de-la-direccion/Paginas/inicio.aspx>

Velandia, A., & López, W. (2008). Investigación cualitativa y psicología del

consumidor: alternativas de aplicación. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 26(2), 290-303.

