

Revista Líderes Teen: orientación vocacional para adolescentes y jóvenes

Paulina Morales-Montesinos¹, Paulo Alejandro Estrada-Real¹, Joshua Abraham Ferríz-Rodríguez¹, Sara Vera-Gutiérrez¹, Alejandra Pineda-Ortega¹, Fabrizio Ixcamparij-Rivera¹

¹ Universidad La Salle México, Facultad de Arquitectura, Diseño y Comunicación. Ciudad de México, México.

paulinamorales@lasallistas.org.mx, paulo.estrada@lasallistas.org.mx,
joshuaferriz@lasallistas.org.mx, sara-vera@lasallistas.org.mx,
alejandrapineda@lasallistas.org.mx, fabrizio.ixcamparij@lasallistas.org.mx

Resumen. Según datos del Instituto mexicano para la competitividad (IMCO), sólo 19 de 37 personas terminan sus estudios universitarios. Una de las causas de abandono es porque los estudios de licenciatura no fueron lo que se esperaba. La decisión vocacional en torno a qué carrera elegir es decisiva para el resto de la vida de cualquier ser humano. Este proyecto de emprendimiento busca apoyar a los adolescentes y jóvenes a identificar su vocación profesional, por medio de una revista de publicación semestral, digital, de distribución gratuita en el espacio virtual, donde se compartan artículos de opinión, entrevistas y reportajes en torno al ingreso a la vida universitaria y laboral, enmarcados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible sobre Educación y Disminución de las desigualdades

Palabras Clave: diseño editorial, vocación profesional, acceso a la Educación Superior.

1 Descripción de la problemática prioritaria abordada

Una de las decisiones más importantes en la vida de cualquier ser humano es la elección de la profesión, puesto que conlleva una resolución que afectará, muy probablemente, el resto de la vida.

En México, según datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), 79 de cada 100 estudiantes que ingresan a la Universidad no logra terminar sus estudios (Líderes Mexicanos, 2018). Existen diversos factores para el abandono escolar en la educación superior, entre las principales causas de abandono y deserción a nivel universitario se encuentran la desmotivación, el poco interés de los estudiantes, el aburrimiento, y porque los estudios cursados no cumplieron sus expectativas (Rochin, , 2021; Universia, 2014).

El último año de preparatoria y el primer año universitario son los tramos más críticos y cruciales para la definición de qué área del conocimiento elegir, así como finalizar con trayectorias estudiantiles exitosas, pues es en estos periodos son en los que se toma la decisión de seguir o abandonar la escuela. Por ello, los estudiantes deben estar acompañados por docentes o profesionales expertos en el área vocacional y tener ciertas guías para enfrentar las dudas y dificultades tanto internas como externas (Rochin, 2021).

Memorias del Concurso Lasallista de Investigación, Desarrollo e innovación
Vol. 10, Núm. 2, pp. DHS 152-159, 2023, DOI: 10.26457/mclidi.v10i2.3848 Universidad La Salle México
PAULINA MORALES-MONTESINOS, PAULO ALEJANDRO ESTRADA-REAL, JOSHUA ABRAHAM FERRÍZ-RODRÍGUEZ, SARA VERA-GUTIÉRREZ, ALEJANDRA PINEDA-ORTEGA, FABRIZIO IXCAMPARIJ-RIVERA de la Licenciatura en CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y COMUNICACIÓN de LA UNIVERSIDAD LA SALLE MÉXICO.
CECILIA VALLEJOS PARÁS fue la asesora de este trabajo.

Un estudio hecho por Otero Escobar (2022) resalta que para disminuir los riesgos de deserción escolar en las Instituciones de Educación Superior es necesario dar seguimiento a las clases y a la selección docente, promover la vinculación de los estudiantes con empresas, así como fomentar programas de apoyo socio afectivo para los estudiantes.

En este sentido, proporcionar a los adolescentes y jóvenes de herramientas que les permitan hacer una adecuada orientación vocacional, así como tener claro lo que encontrarán en cada una de las licenciaturas y de las ofertas educativas de las principales Instituciones de Educación Superior en México, tanto públicas como privadas, así como la descripción del modelo educativo de cada institución, las cargas de trabajo en cada área de conocimiento, entre otros temas, puede ser de ayuda para el seguimiento y término de los estudios.

Por ello, este proyecto de emprendimiento busca abrir espacios de comunicación entre adolescentes, jóvenes e Instituciones de Educación Superior para brindar las herramientas necesarias hacia la toma de decisión vocacional y hacia la permanencia universitaria.

Este proyecto se encuentra alineado a los Objetivos del Desarrollo Sostenible sobre Educación de Calidad y Reducción de desigualdades, toda vez que plantea ofrecer herramientas para la permanencia escolar y buen aprendizaje con miras a obtener fuentes de trabajo dignas y justas para los adolescentes y jóvenes mexicanos.

2 Objetivo

Brindar herramientas para el apoyo en la transición de la preparatoria a la universidad y de la universidad a la vida laboral, por medio de la difusión del liderazgo juvenil y de la divulgación de los distintos sectores que contribuyen al crecimiento económico y social del país.

3 Discusión de resultados e impactos obtenidos

Del origen de la publicación

Líderes Teen es una revista digital enfocada en temas sobre educación, empleo, ciudadanía, acción social, que les preocupan a los adolescentes y jóvenes con respecto a su vida personal y escolar antes de convertirse en profesionales. En consecuencia, busca ser una herramienta tangible para la problemática prioritaria de la Educación, así como con los Objetivos de Desarrollo Sostenible concernientes a Educación, y a la Reducción de las Desigualdades.

En este sentido, Líderes Teen tiene la firme convicción de que, a medida que los adolescentes y jóvenes tengan un conocimiento real sobre los propósitos de cada profesión, así como de las oportunidades laborales y de los espacios de acción donde pueden colaborar y desarrollarse, será en la medida en que las desigualdades sociales puedan reducirse por medio de la Educación.

De las características propias de la publicación

El nombre de la revista alude a la visión futurista de los adolescentes y jóvenes actuales por convertirse en líderes de sus negocios y estilos de vida.

En lo referente al logotipo, se empleó el uso de mayúsculas para darle más vida a la temática, así como una tipografía distinta en la palabra teen, para caracterizar al público objetivo. La Figura número 2 contiene las dos portadas de cada número, donde se visualiza el logotipo y nombre de la revista.

El público objetivo son adolescentes y jóvenes mexicanos, entre 16 a 18 años de edad, que estén cursando la preparatoria o licenciatura. Al tener un público menor de edad, la línea editorial de la revista gira entorno a no usar palabras altisonantes, no publicar anuncios publicitarios ni desarrollar temáticas que puedan ser sensibles o que atenten contra los derechos de este sector de la sociedad, como alcohol, lencería, cigarrillos, entre otros.

Para analizar la propuesta inicial y tener un diferenciador en el mercado, se efectuó un estudio de benchmarking con la finalidad de comparar la propuesta con otras revistas ya posicionadas en el mercado, tal y como se puede observar en la Figura número 1. Entre los resultados, se llegó a la conclusión que Líderes Teen posee nuevas características tanto en los temas que aborda, centrándose en ámbitos como el de salud mental, además de brindar apoyo en las tareas escolares, abarcando diferentes géneros periodísticos, que no se encuentran actualmente en el espacio público, además de contar con novedoso diseño editorial que permita a los jóvenes identificarse visualmente con la revista.

Del concepto creativo y cuidado editorial

En cuanto al concepto creativo y cuidado editorial, para la composición y maquetación de los textos y elementos multimedia, se decidió emplear una retícula universal para las páginas internas, con un encolumnado que varía entre 2 a 4 por página. Utilizar una tipografía para el cuerpo de texto Playfair Display y familias regular, black, italic, y bold, y en los títulos las familias Bebas y Varisty.

El concepto creativo maneja una paleta de colores acorde con los planteamientos de la revista, como el azul, que denota compromiso y orden al estudiar y trabajar. O como el blanco, que comunica tiempos de paz y estabilidad. Preocupados por un diseño inspiracional, uno de los lineamientos editoriales es que las fotografías y las imágenes sean al 100% de autoría propia o bien, un intercambio por parte de los artículos o personas entrevistadas.

Del contenido editorial

La publicación contempla los géneros periodísticos más empleados en la actualidad, como la nota informativa, la entrevista, el artículo de opinión y el reportaje. Se compone de distintas secciones atractivas para el público objetivo, entre las que destacan: Tácticas al éxito, Salud mental y Conociendo líderes juveniles.

En los primeros dos números, como se observa en la Figura número 3, se presentan una serie de contenidos escritos por articulistas expertos de distintas edades, sobre Innovación social, Cómo efectuar el Servicio Social, La conciliación entre escuela y trabajo, La era digital y El panorama laboral en la actualidad, entre otros.

De los audiovisuales y elementos multimedia

Para la publicación digital, está permitido emplear los formatos de animados gif, videos, audio e imágenes interactivas, así como banners publicitarios y encuestas en línea.

De la publicidad

En cuanto a los anuncios publicitarios, la segunda, tercera y cuarta de forros, así como en las páginas de interiores, se podrán colocar anuncios publicitarios, ya sea de marcas o de Instituciones de Educación Superior, que hablen sobre objetos o experiencias enfocados en tecnología, educación, estilo de vida, cultura, historia, gastronomía, papelería, ciencia, y ecología, que estén relacionados a los gustos de los estudiantes, tal y como lo muestra la Figura número 4. Los anuncios publicitarios podrán ofertarse como intercambio, como donativo para una Asociación Civil, o por medio de un contratación y pago.

4 Conclusiones y perspectivas futuras

La Revista Líderes Teen es una herramienta de comunicación que puede colaborar con los adolescentes y jóvenes a tomar decisiones sobre su futuro profesional, así como a hacer mayormente más asertivos en cuanto al área de conocimiento a la que se quieren dedicar. Aunado a ello, la revista abre nuevos caminos para el desarrollo laboral de los jóvenes mexicanos, por lo que contribuye a aminorar las desigualdades en México.

Los siguientes números de la revista plantean múltiples desafíos para el equipo editorial, de manera específica, aquellos relacionados con la distribución y la fuente de financiamiento; no obstante, mediante una estratégica campaña de comunicación, se piensa que se podrá llegar al objetivo de publicar de manera semestral, esto es dos ediciones al año, para el próximo 2024.

Así mismo se planea medir la efectividad de estos contenidos a través de redes sociales de la misma, creando una comunidad participativa que nos informé de los conocimientos que esta plataforma pudo brindarles, así como de los temas que pueden interesarles para futuros números, además de hacernos partícipes de las decisiones en las que la revista haya podido influir.

5 Agradecimientos








autores agradecen a Cecilia Vallegos Parás por su apoyo incondicional en este proyecto, así como por todos los conocimientos dados para su realización. A nuestra familia por ayudarnos a conseguir nuestras metas.

6 Referencias

1. Brockmann, J. (2012). Sistema de retículas. *Un manual para diseñadores gráficos*. Editorial Gustavo Gili. España. PP. 184.
2. Marín, C. (2019). *Manual de periodismo*. Grijalbo. México.
3. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (23 de agosto de 2018). 21 de cada 100 estudiantes en México terminan la carrera. Líderes Mexicanos. <https://lideresmexicanos.com/noticias/21-de-cada-100-estudiantes-en-mexico-terminan-la-carrera/>
4. Otero Escobar, A. (2022). Deserción escolar en estudiantes universitarios: estudios de caso del área económico-administrativa. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*. 12(23). DOI:10.23913/ride.v12i23.1084
5. Rochin Berumen, Fabiola Lydie. (2021). Deserción escolar en la educación superior en México: revisión de literatura. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(22), e01. Epub 21 de mayo de 2021. <https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.821>

6. Universia (8 de diciembre de 2014). Jóvenes mexicanos dejan la universidad porque ésta no cumple con expectativas. Universia. <https://www.universia.net/mx/actualidad/orientacion-academica/jovenes-mexicanos-dejan-universidad-porque-esta-cumple-sus-expectativas-1116582.html>
7. Zappaterra, Yolanda (2014). *Diseño editorial: periódicos y revistas*. Editorial Gustavo Gili. España. PP. 208.
8. Ríos, C. (2023). ¿El futuro de la educación en México está en las universidades? Expansión. <https://expansion.mx/opinion/2023/06/19/el-futuro-de-la-educacion-en-mexico-esta-en-las-universidades#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20Instituto,en%20menos%20de%20seis%20meses.>

Definición del modelo de negocio a través del Modelo Canvas

<p>Key Partners </p> <ul style="list-style-type: none"> • Instituciones de Educación Superior. • Preparatorias y bachilleratos. • Empresas dedicadas a la contratación de personal, de búsqueda de cazatalentos. • Departamentos de Capital Humano. 	<p>Key Activities </p> <p>Actividades dirigidas a la preproducción, producción y postproducción de la pieza editorial, relacionadas con diseño editorial, venta de publicidad y actividades de comunicación y de relaciones públicas para alianzas con socios clave.</p>	<p>Value Propositions </p> <p>Se busca bajar los índices de deserción y abandono escolar, así como contribuir a la reducción de desigualdades sociales y económicas de México, por medio por medio de un recurso editorial, creativo y atractivo para adolescentes y jóvenes mexicanos, que los impulse a seguir los estudios de Educación Superior.</p>	<p>Customer Relationships </p> <p>Se busca que los contenidos de la revista se efectúen por líderes de opinión. Además, por medio de las redes sociales se tendrá comunicación con los clientes, al hacer trivias, concursos y encuestas para conocer gustos y áreas de oportunidad.</p>	<p>Customer Segments </p> <p>Adolescentes y jóvenes mexicanos entre 16 y 25 años de edad, que estén cursando la educación media superior o superior, o que estén interesados en ingresar a ellos.</p> <p>Perfil demográfico: preferentemente que vivan en las ciudades con mayor densidad en México, en cuanto a número de población y número de Instituciones de Educación Superior, como son: CDMX, Monterrey, Guadalajara, Puebla, Querétaro y León.</p>
<p>Cost Structure </p> <ul style="list-style-type: none"> • Sueldos de colaboradores de tiempo completo: editor general, director de arte o diseño, corrector de estilo, fotógrafo, director de ventas y publicidad, director de Relaciones Públicas y Comunicación. • Costos de impresión y distribución a lugares de venta y adquisición gratuita. • Costos de sitio web y desarrollador de contenidos (Media Management). 		<p>Revenue Streams </p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta de espacios publicitarios dentro del sitio web de la revista, como banners y publireportajes. • Menciones de productos y marcas en redes sociales. • Venta de anuncios publicitarios en revista impresa. • Venta de la revista impresa en tiendas de conveniencia. 		

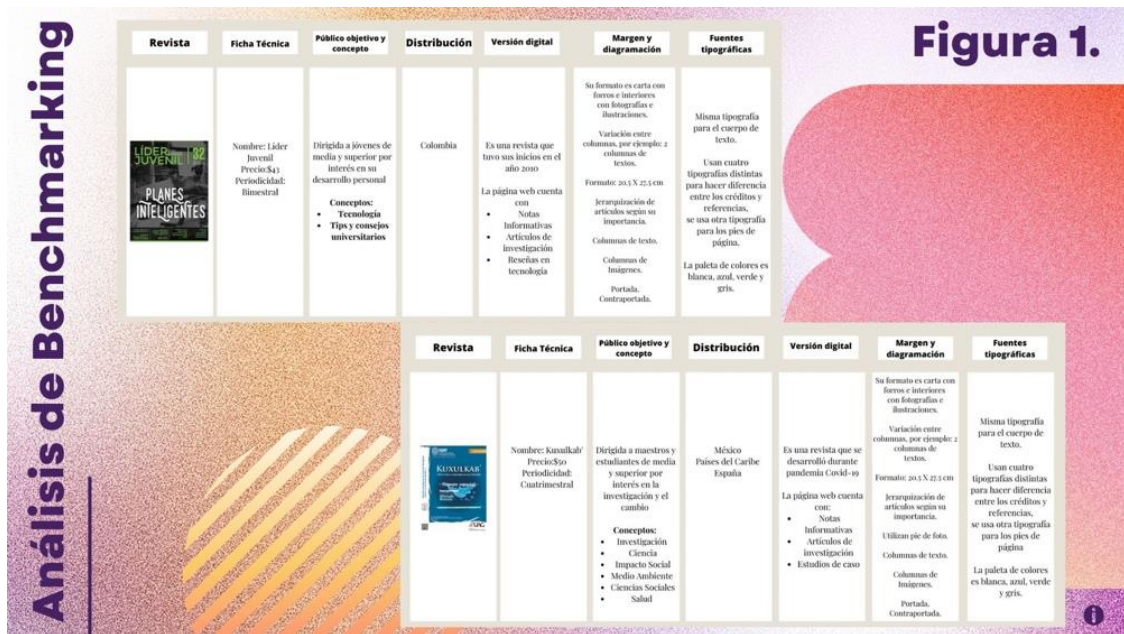


Figura 1. Análisis de Benchmarking. Elaboración propia.



Figura 2. Portadas de los números 1 y 2 de la Revista Líderes Teen. Elaboración propia.



Figura 3. Ejemplos de páginas internas. Elaboración propia.

Figura 4. Ejemplos de anuncios publicitarios.



Figura 4. Ejemplos de anuncios publicitarios. Elaboración propia.