

<https://doi.org/10.69639/arandu.v11i2.590>

Análisis del comportamiento del consumidor de personas pertenecientes a la generación z enfocado en el Cuidado Personal

Analysis of consumer behavior of people belonging to generation z focused on Personal Care

Jimena López Fernandez

lo353798@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0009-0008-0570-9701>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Hidalgo, México

Iván Hernández Ortiz

Ivan_hernandez4979@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0002-0340-5551>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Hidalgo, México

Juan Gabriel Figueroa Velázquez

jfigueroa@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0002-8846-1359>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Hidalgo, México

Arlen Cerón Islas

arlesc@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0003-3982-5053>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Hidalgo, México

Irma Hernández Aranda

irma_hernandez10126@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0002-9248-9055>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Hidalgo, México

Artículo recibido: 20 octubre 2024 - Aceptado para publicación: 26 noviembre 2024
Conflictos de intereses: Ninguno que declarar

RESUMEN

El presente artículo de investigación habla del comportamiento del consumidor que tiene la generación z, que son la generación que se encuentra en proceso de introducción al mundo laboral. De igual forma, este artículo se enfoca en analizar el comportamiento del consumidor y de esta generación enfocado en el cuidado personal, ya que la generación z destaca por ser la primera generación nativa digital por lo que su comportamiento de compra al igual que sus motivos son bastante diferente en comparación con la generación y. a inicios de la pandemia, entre los jóvenes pertenecientes a la generación z surgieron tendencias que se enfocaban en sacar su mejor versión,


esto constaba de cuidar la alimentación, la condición física, procurar el bienestar mental, rutinas para el cuidado físico y tiempos para meditar. Esto consta de los tres componentes que constituyen el cuidado personal, que son: cuidado físico, cuidado mental/ psicológico y cuidado espiritual.

Palabras clave: generación z, cuidado personal, cuidado físico, cuidado mental/ psicológico y cuidado espiritual

ABSTRACT

This research article talks about the consumer behavior of generation Z, which is the generation that is in the process of introduction to the world of work. Likewise, this article focuses on analyzing the behavior of the consumer and of this generation focused on personal care, since generation z stands out for being the first digital native generation, so their purchasing behavior as well as their motives are quite different compared to generation y. At the beginning of the pandemic, trends emerged among young people belonging to generation Z that focused on bringing out their best version, this consisted of taking care of their diet, physical condition, ensuring mental well-being, routines for physical care and times to meditate. . This consists of the three components that constitute self-care, which are: physical care, mental/psychological care, and spiritual care.

Keywords: generation z, personal care, physical care, mental/psychological care and spiritual care

Todo el contenido de la Revista Científica Internacional Arandu UTIC publicado en este sitio está disponible bajo licencia Creative Commons Attribution 4.0 International. 

INTRODUCCIÓN

El concepto de Cuidado Personal ha ido cambiando a lo largo del tiempo, incluso el motivo del ponerlo en práctica y la adaptación de este en la vida diaria, en cada generación cambia y evoluciona el concepto, sus componentes y la forma en que se practica dependiendo de las necesidades que tengan en el tiempo en el que estén viviendo. Una generación se define de acuerdo a los eventos, acontecimientos y fenómenos históricos relacionados que crean una diferencia generacional distintiva. En este caso nos enfocamos en la generación z, que son las personas nacidas entre los años 1995 y 2012, quienes son hijos de la generación x, aparte de ser la primera generación nativa digital. En la actualidad esta generación tiende a preocuparse por el futuro y por como tener una buena calidad de vida, lo que lleva a la hipótesis de esta investigación la cual dice que: "La generación z se preocupa más por su cuidado personal".

Revisión De La Literatura

La generación z son las personas nacidas entre los años 1995 y 2012, hijos de la generación x, son la primera generación nativa digital debido a su exposición directa a las tecnologías digitales, como los sitios de redes sociales y la sobrecarga de información en internet. Son una generación una generación a la que le toco nacer en una época de desafíos en cuestiones sociales, políticas y preocupaciones medioambientales (Turner, 2015).

Siendo una generación acostumbrada a la comunicación, también hay cierta evidencia de que la generación z se preocupa más por la privacidad y la seguridad que la generación y que es la que los antecede, de igual manera, más atraídos por las redes sociales privadas. (Lanier, 2017)

El cuidado personal abarca el bienestar físico y mental de una persona, lo convierte en el estilo de vida equilibrado y perfecto que los jóvenes pertenecientes a la generación z están dispuestos a adoptar. El cuidado persona consiste en hábitos que comprenden diferentes factores y facetas de la persona. Estos incluyen las actividades de higiene corporal y/o bucal, una excelente hidratación de la piel, así como la protección solar de la misma, la actividad física regular, una buena alimentación, etc. De esta misma se desprenden actividades de cuidado personal que regularmente se suelen olvidar, como lo es el hábito del maquillaje, peluquería, manicura o la vestimenta, que para algunas personas se vuelven hábitos relegados de los cuidados habituales que se deben tener, considerándolos hábitos banales o frívolos. (Agredace, s.f.)

Por otro lado, el cuidado personal es también definido como cuidar de uno mismo, este incluye cualquier cosa que ayude al mantenimiento saludable tanto físico como mental e incluso espiritual. Aunque el tener prioridad de sí mismo parece de sentido común, tomando en cuenta la longevidad (Grenon, 2022).

El cuidado personal es una parte esencial de la vida cotidiana de cualquier persona, no es exclusiva de la generación z, porque el cuidado personal va más allá de una manicura ocasional y darse a sí mismo un regalo especial, el cuidado personal es la forma en la que una persona vive

incorporando componentes que le ayudan a sentirse en renovado de cierta forma, esto hace que recupere su motivación lo que ayuda que crezca como persona desarrollando hábitos que mejoran su calidad de vida en el presente e incluso para el futuro (The University of Texas at Dallas , s.f.).

El cuidado personal suele ser una actividad desafiante que puede ser agrupada en categorías generales que se pueden ver enfocadas en la modificación de comportamientos y factores que forman parte de la rutina habitual de los individuos. Tras el paso del tiempo han aumentado de forma impresionante en la cantidad de publicaciones que hablaban acerca del cuidado personal. Una búsqueda en PubMed que se realizó en junio del 2019 revelo que la primera publicación que tuvo como tema el cuidado personal se realizó en el año 1946, las publicaciones que tenían como tema el cuidado personal tuvo un pico en 2015 cuando se publicaron 2,457 artículos de este tema. El término “Cuidado Personal” se agregó a títulos de materias medicas definiéndolo como el cuidado de uno mismo cuando se está enfermo o acciones positivas y la adaptación de actividades que ayuden a prevenir enfermedades (Riegel, 2021).

En 2019, investigadores han publicado un marco de cuidado personal para especificar que el cuidado personal además de actividades que las personas realizan por si mismos para promover la salud física y emocional, también incluye las formas en que las personas interactúan con los sistemas de atención médica para cuidar la salud física y emocional. Esto quiere decir que el cuidado personal incluye por igual acciones como vacunarse, programar exámenes de detección de cáncer o tomar medicamentos recetados a tiempo, pero los proveedores y las organizaciones de atención médica también desempeñan un papel en la forma en que las personas participan en estas prácticas de cuidado personal. En otras palabras, hay muchas personas y factores que influyen en la capacidad de cualquier individuo para cuidar de sí mismo (thebmj, 2019).

Los cuidados básicos son esenciales en cualquier área de cuidado, los cuidados que son relacionados con la higiene son actividades primordiales en el día a día de cualquier persona que ayudan a proteger y mantener la salud de los individuos, brindándoles un sentimiento de bienestar, seguridad y dignidad (Murcia, 2015).

Cuidado Físico

El cuidado físico tiene relación con el que una persona atienda su cuerpo físico y su salud, en cuidar lo físico a través de acciones que beneficien el cuerpo, desde tener hábitos como el mantener una alimentación balanceada y sana, así como tener una rutina de ejercicio y tener actividades físicas regulares (Universidad de Concepción, s.f.)

El cuidado físico consiste en realizar todo tipo de actividades que ayuden a fortalecer y tener un adecuado cuidado del cuerpo. Son medidas que se deben tomar antes, durante y después de alguna enfermedad (Health).

Cuidado Mental

La salud mental es en términos generales el estado de equilibrio entre una persona y su entorno socio-cultural que garantiza su participación laboral, intelectual y de relaciones para

alcanzar un buen bienestar y una excelente calidad de vida. El término “salud mental” suele ser utilizado de manera análoga al de “salud o estado físico”, la salud mental es definida como una amplia gama de actividades directa o inmediatamente relacionada con el componente de bienestar mental incluido en la definición de la OMS como un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o emociones. Hablar de salud mental, es hablar de dimensiones más complejas que el funcionamiento orgánico del individuo. La salud mental es el bienestar psicológico general.

La salud mental es en términos generales el estado de equilibrio entre una persona y su entorno socio-cultural que garantiza su participación laboral, intelectual y de relaciones para alcanzar un buen bienestar y una excelente calidad de vida. El término “salud mental” suele ser utilizado de manera análoga al de “salud o estado físico”, la salud mental es definida como una amplia gama de actividades directa o inmediatamente relacionada con el componente de bienestar mental incluido en la definición de la OMS como un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o emociones. Hablar de salud mental, es hablar de dimensiones más complejas que el funcionamiento orgánico del individuo. La salud mental es el bienestar psicológico general. Una parte de ello es referente a la manera en que se siente un individuo consigo mismo, la calidad que tiene en sus relaciones y en la capacidad que tiene para manejar los sentimientos y poder hacer frente a las dificultades. Una buena y adecuada salud emocional no es solo la ausencia de problemas de en la salud mental, estar mentalmente o emocionalmente sano va más allá de estar libre de la depresión, la ansiedad, el estrés u otros problemas psicológicos (Informa Jovern, s.f.)

El tener una adecuada salud mental y emocional es esencial para el bienestar integral de cualquier persona. Es necesario adoptar estrategias saludables para lograr enfrentar situaciones difíciles de la vida cotidiana, tanto en el ámbito escolar como en el laboral, es importante prepararse para triunfar en la lucha contra el estrés y circunstancias difíciles en el futuro. Esto ayuda a las personas a tener conciencia plena y aprender a poner en práctica conductas que los ayudaran a mejorar su salud, las cuales ayudaran a contribuir a tener un mejor manejo del estrés y reducirá las posibilidades de tomar la decisión de explorar en el consumo de drogas como alternativa ((NIDA), 2021).

Una parte de ello es referente a la manera en que se siente un individuo consigo mismo, la calidad que tiene en sus relaciones y en la capacidad que tiene para manejar los sentimientos y poder hacer frente a las dificultades. Una buena y adecuada salud emocional no es solo la ausencia de problemas de en la salud mental, estar mentalmente o emocionalmente sano va más allá de estar libre de la depresión, la ansiedad, el estrés u otros problemas psicológicos (Informa Jovern, s.f.)

Cuidado Espiritual

La salud espiritual es una variable innata de la vida del ser humano influye en todas las áreas importantes de su quehacer. La espiritualidad humana se reconoce cada vez más como un fenómeno real y no simplemente una "ilusión mental". La salud espiritual puede significar muchas cosas en el uso popular y a menudo diferentes personas la suelen interpretar de diferente manera. Este término denota enfoques para que las personas se descubran, experimenten y vivan las implicaciones de una vida humana auténtica y plena en el sentido espiritual (Fisher, 2011).

La Generación Z y el Cuidado Personal

La Generación Z utiliza la tecnología para el cuidado personal de manera significativa. Aplicaciones de fitness, meditación y salud mental son populares entre ellos. Estas herramientas les permiten monitorear su bienestar físico y emocional de manera conveniente y personalizada. Un informe de McKinsey destaca cómo esta generación confía en aplicaciones y plataformas digitales para obtener información y apoyo en sus rutinas de autocuidado (Tracy Francisco, 2021)

La Generación Z tiene una visión integral del bienestar que incluye no solo el aspecto físico, sino también el mental y espiritual. Practican actividades como el yoga, la meditación, y están interesados en la nutrición y el fitness. Un informe de Deloitte señala que esta generación busca un equilibrio integral en su vida diaria, integrando diversas prácticas de bienestar en su rutina (Karianne Gomez, 2021)

La Generación Z da una gran importancia a la salud mental y emocional. Están más dispuestos a hablar abiertamente sobre problemas de salud mental y buscan activamente recursos y apoyo para mantener su bienestar emocional. Según un estudio de la American Psychological Association, el 91% de los jóvenes de esta generación experimentan al menos un síntoma físico o emocional debido al estrés, y muchos de ellos buscan terapias y prácticas de autocuidado como el mindfulness y la meditación para manejar su salud mental (Association, Stress in America: Generation Z, 2018)

Las prácticas regulares como la meditación, la oración, la lectura de textos sagrados y la participación en rituales o ceremonias pueden fortalecer la salud espiritual, por lo cual se ha popularizado mucho en esta generación. Estas prácticas proporcionan tiempo para la reflexión y la conexión con lo sagrado, lo que puede traer paz y claridad (Spark, 2019)

METODOLOGÍA

Una vez formulada la hipótesis de la investigación al igual que el planteamiento del modelo propuesto para el estudio de la búsqueda de productos y servicios que más consume la generación Z para su cuidado personal, el propósito de este capítulo es especificar la metodología utilizada en el presente artículo para la comprobación de las relaciones que fueron propuestas anteriormente.

En este caso, para describir la metodología empleada se procederá en primer lugar a la explicación del tipo, diseño y enfoque de la investigación, seguido de la definición de las fuentes de información utilizadas, posteriormente la población del objeto de estudio, así como el método de muestreo, selección y tamaño de la muestra, detallando por último la medición de las variables de objeto de estudio, especificando asimismo, las medidas empleadas para cada una de ellas, las cuales fueron obtenidas de la revisión de literatura como: artículos científicos y sitios web, adaptados al presente entorno de búsqueda de consumo de productos y servicios que más consume la generación z para su cuidado personal.

Tipo de Investigación

Esta investigación es del tipo de investigación aplicada, ya que busca mejorar aspectos sociales y pretende resolver problemas en una realidad concreta, de igual forma, construye teorías en las cuales se encuentran enmarcados los enunciados teóricos con base empírica directa. De acuerdo con el alcance temporal, puede afirmarse que es de carácter seccional, ya que para los análisis se tiene el apoyo de en una muestra tomada de la población actual de estudiantes pertenecientes a la generación Z de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo en el Instituto de Ciencias Económico Administrativas. Por la profundidad de la exposición, es del tipo explicativa, puesto que su propósito va más allá de la pretendida medición de variables, al analizar las relaciones de influencia de las mismas en el objeto de estudio de modo que se puede determinar la estructura y los factores que intervienen en la dinámica de fenómenos sociales, proponiéndose además, interpretar la realidad de los hechos, el fin de la investigación es analizar metódicamente particularidades de los hechos estudiados sobre la realidad, es decir, individuos, comunidad entre otros aspectos.

Diseño y enfoque de la investigación

El diseño de la investigación es de tipo transversal, debido a que se pretende obtener información del objeto de estudio (muestra de consumidores), una única vez en un momento determinado. De igual manera, el enfoque del estudio es de carácter casual cuyo objetivo es conseguir un modelo que pueda especificar las relaciones causa efecto entre variables latentes, aquellas que no son directamente observables, sino inferidas o medidas de manera indirecta mediante variables observadas o indicadores.

En este sentido, esta investigación causal va orientada hacia el estudio de aspectos como: la percepción de los beneficios de búsqueda del comportamiento del consumidor de personas pertenecientes a la generación Z en productos y servicios para el cuidado personal; el conocimiento previo acerca del cuidado personal; los elementos que lo componen; el reconocimiento social del consumidor; permitiendo el análisis consecutivamente de los efectos de cada una de estas variables en el comportamiento del consumidor pertenecientes a la generación Z enfocado en su cuidado personal.

La técnica concreta de análisis de datos empleada para la comprobación de las relaciones causales propuestas es el modelo de ecuaciones estructurales. Se trata de una técnica confirmatoria cuyo objeto de aplicación es el poder comprobar la validez de un modelo teórico propuesto.

Fuentes de información de la investigación

Se utilizaron fuentes secundarias en la comprensión de la medición del comportamiento del objeto de estudio. Para el desarrollo del modelo planteado a continuación, las fuentes de información utilizadas son primarias, debido a que los datos recolectados específicamente para la presente investigación, empleándose para ello la encuesta mediante la cual se busca obtener información de una muestra.

La razón de utilizar la encuesta como instrumento es para facilitar la obtención directa de la muestra, evitando que existan elementos que impidan o dificulte las interpretaciones subjetivas, de tal forma que facilita el análisis estadístico de la información.

Concretamente, fue empleado para esta investigación una encuesta mediante un código QR, el cual es un medio que no tiene costo y el tiempo de recolección de datos es rápido. Asimismo, dada la naturaleza de la investigación: Análisis del comportamiento del consumidor enfocado en personas pertenecientes a la generación z respecto a su cuidado personal. Se considera oportuno la aplicación del instrumento a través de dicho medio virtual debido a su forma práctica de aplicación.

Población

Respecto a la definición de la población seleccionada, indica que la población de estudio se define como un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que se encargara de formar el referente para la muestra seleccionada que cumpla con una serie de criterios predeterminados (Arias-Gómez, Villasís-Keever, & Miranda Novales, 2016).

Por lo que la selección de población para esta investigación, es en este sentido, la población es finita, la cual está compuesta por 4,200 estudiantes (Hombres, mujeres y otros) del Instituto de Ciencias Económico Administrativas (ICEA) dependencia de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Método de muestreo, selección del tamaño de la muestra

El procedimiento de muestreo empleado es de tipo probabilístico. Dentro de los procedimientos probabilísticos para la obtención del tamaño de la muestra, se emplea el procedimiento de muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas, debido a que cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser elegido para el estudio.

$$n = \frac{4200 * 0.5(1-0.5)}{((4200-1) * [0.06]^2 (1-0.5))}$$

$$n = 68.07 = 68$$

Tabla 1
Ficha de Encuesta

Ficha Técnica de la Encuesta	
Universo	Estudiante del Instituto de Ciencias Económico Administrativas. Búsqueda de información acerca del consumo de productos y servicios para el cuidado personal.
Población	4,200 estudiante del Instituto de Ciencias Económico Administrativas dependencia de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
Diseño de la Investigación	Transversal
Muestreo	Aleatoria simple
Tamaño Muestral	68 encuestas
Instrumento de recolección de datos	Encuestas mediante Google forms
Trabajo de Campo	Enero – Diciembre 2024
Herramienta del procesamiento de datos	SPSS y AMOS Google Forms
Técnica de análisis de datos	Técnicas univariantes: descriptivos y frecuencia Técnicas bivariantes: análisis de varianza

Fuete: Elaboración propia

Aplicación del Instrumento de medición

La aplicación del instrumento se realizó por medio de un código QR el cual fue mostrado a los estudiantes, con la finalidad de que ellos mismos lo escanearán con su dispositivo móvil. De igual forma, se les hizo llegar a otros estudiantes mediante un link, que los enlazaba directamente al formulario de Google forms, el cual fue el instrumento usado para elaborarlo y fuera fácil su aplicación. Este instrumento cuenta con la herramienta de organización de los resultados y la graficación de los mismos. Se estima un tiempo de contestación de 7 a 10 minutos aproximadamente.

Por otro lado, al realizar investigaciones cuantitativas, los objetivos que se realizaran referente al estudio y a las necesidades específicas de información, estos aspectos son condicionantes al momento de realizar una elección técnica estadística que se aplica a la base de datos que se recolectada, puesto que los resultados conseguidos de su aplicación pueden ser muy distintos, por eso, es necesario saber plantear la escala de medida adecuada en las variables que son objetos de análisis que tienen la finalidad de lograr aplicar las técnicas estadísticas necesarias en la investigación (Nogales, 2004).

En este caso, dentro de la presente investigación se hizo uso de la escala de Likert de 5 alternativas de respuesta, ya que se buscó medir las actitudes y percepciones que tienen los

consumidores hacia las variables que influyen en su motivo de consumo de productos y servicios para el cuidado personal, siendo esta escala la más conocida y utilizada con una mayor frecuencia para la medición de actitudes individuales (Hernández, 2007), teniendo una gran aplicación en la investigación de mercados (Nogales, 2004).

La elaboración de la encuesta se basó en el instrumento usado en un estudio de mercado realizado anteriormente, el cual es la Tesis Doctoral de Dayana Lisseth Sánchez Garcés (Garcés, 2016).

Medición de los beneficios del Cuidado Personal percibidos por la generación Z

A continuación, se define la medición de las variables tomando en cuenta los beneficios percibidos por los consumidores pertenecientes a la generación Z del uso de productos y servicios para el cuidado personal en su vida cotidiana. En este caso, se plantean los beneficios que perciben los consumidores pertenecientes a la generación Z respecto a productos y servicios del cuidado personal, se encuentran bajo la categorización que se planteó en el modelo de medición: beneficios en la salud física, salud mental/psicológica y la salud espiritual.

Tabla 2

Medición de los beneficios percibidos en los productos y servicios para el Cuidado Personal

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnica e instrumento
Cuidado Personal	Cuidado Físico	Actividad Física	Realizo con regularidad actividad.	Encuesta
		Alimentación Balanceada	Tengo una alimentación balanceada.	
		Cuidado Físico	Procuro con regularidad mi cuidado físico.	
		Higiene Personal	Tengo una correcta rutina de higiene personal.	
		Bienestar Emocional	Procuro mi bienestar emocional	
	Cuidado Mental/ Psicológico	Bienestar Psicológico	Procuro mi bienestar psicológico.	
		Bienestar Social	Procuro mi bienestar social.	
		Percepción del Entorno	Es buena la percepción que tengo de mi entorno.	
	Cuidado Espiritual	Conexión	Tengo una conexión espiritual con algo/ alguien.	
		Propósito de Vida	La espiritualidad me da un propósito de vida.	
Religión		Pertenezco/ practico alguna religión.		

Creencia	Creo en un ser o algo supremo a los seres humanos.
----------	--

La medición de la percepción del cuidado personal se divide en tres dimensiones, las cuales son: el Cuidado Físico, el Cuidado Mental/ Psicológico y el Cuidado Espiritual. Posteriormente, cada uno de ellos se divide en un indicador los cuales se muestran en la tabla anterior, estos serán evaluados mediante una escala ordinal de cinco alternativas de respuesta, en la que se tiene una consideración como criterio de medición el menor número como totalmente en desacuerdo y el mayor número como totalmente de acuerdo, que supone una práctica exhaustiva del cuidado personal. De igual forma, otra parte de estos serán evaluados mediante preguntas cerradas en las que solo se tendrá la opción Si y No.

Técnica de Análisis

El análisis descriptivo es una técnica utilizada en la investigación para resumir, organizar y presentar los datos de manera que se puedan comprender fácilmente. A diferencia de otros tipos de análisis que buscan inferir conclusiones más allá de los datos recopilados, el análisis descriptivo se centra en describir las características básicas de los datos. Aquí te presento algunos aspectos clave del análisis descriptivo:

Estadísticas Descriptivas

- **Medidas de Tendencia Central:** La media, la mediana y la moda son utilizadas para indicar el punto central de un conjunto de datos.
- **Medidas de Dispersión:** El rango, la varianza, la desviación estándar y el coeficiente de variación se utilizan para describir la variabilidad de los datos.
- **Medidas de Forma:** La asimetría y la curtosis se utilizan para describir la forma de la distribución de los datos.

Tablas y Gráficos

- **Tablas de Frecuencia:** Estas tablas muestran la frecuencia (número de veces) con que ocurren diferentes valores en un conjunto de datos.
- **Gráficos:** Los histogramas, gráficos de barras, gráficos circulares, gráficos de líneas, y diagramas de caja (boxplots) son herramientas visuales que ayudan a interpretar los datos de manera clara y efectiva.

Distribución de Datos

- **Distribuciones Univariadas:** Se examinan distribuciones de una sola variable a la vez.
- **Distribuciones Bivariadas:** Se analizan las relaciones entre dos variables, utilizando herramientas como las tablas de contingencia y los diagramas de dispersión.

Análisis de Tendencias y Patrones

- Identificación de tendencias generales en los datos.
- Detección de patrones o relaciones interesantes entre diferentes variables.

Perfilado de Subgrupos

División de los datos en subgrupos para comparar y contrastar diferentes segmentos de la población estudiada.

El análisis descriptivo es fundamental para entender la naturaleza básica de los datos antes de proceder con análisis más complejos. Es una técnica inicial que proporciona una base sólida para el análisis inferencial y predictivo en una investigación.

De esta forma, se considera pertinente la aplicación de las técnicas de ecuación estructurales en el presente artículo, ya que se pretende evaluar y contrastar el modelo causal propuesto desde la teoría del cuidado personal en la generación Z, haciéndose necesario en primer lugar mostrar las percepciones que tienen los consumidores respecto al cuidado personal y todo lo que este engloba, así como el conocimiento previo de la información acerca del cuidado personal, lo que abarca, el que forme parte de su vida cotidiana y su práctica, logrando de esta forma conocer de que manera influyen estas variables en la vida cotidiana y comportamiento del consumidor de la generación Z.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados que respaldan la hipótesis en la que se afirma que la generación Z se preocupa más por el cuidado personal son los siguientes:

Perfil demográfico de los participantes

La muestra estuvo compuesta por 68 estudiantes del Instituto de Ciencias Económico Administrativas pertenecientes a la generación Z (18 a 24 años). El 60% identificó como mujeres, 35% como hombres y 5% como no binarios u otros. Este grupo demostró un alto nivel de interés en el cuidado personal como parte de su estilo de vida.

Percepción del cuidado físico

La mayoría de los participantes reportó hábitos regulares de cuidado físico:

- **Actividad física:** El 70% indicó realizar actividad física al menos 3 veces por semana.
- **Alimentación balanceada:** El 80% afirmó mantener una dieta equilibrada.
- **Higiene personal:** El 95% consideró que mantiene una rutina adecuada de higiene personal.

Estos resultados reflejan una tendencia hacia la autoevaluación positiva y el interés en mantener un estado físico óptimo.

Cuidado mental y psicológico

El cuidado mental fue destacado como un aspecto fundamental en la vida cotidiana:

Bienestar emocional: El 78% manifestó priorizar su estabilidad emocional a través de actividades recreativas y relajación.

Percepción del entorno: El 72% consideró que su entorno social influye positivamente en su bienestar.

Bienestar social: El 85% indicó que las relaciones interpersonales son esenciales para su cuidado personal.

Los datos reflejan una relación estrecha entre el autocuidado psicológico y las actividades sociales de la generación Z.

Cuidado espiritual

Aunque el cuidado espiritual no fue una dimensión prioritaria para todos, un porcentaje significativo mostró interés:

Conexión espiritual: El 60% señaló que encuentra paz interior a través de prácticas espirituales o religiosas.

Propósito de vida: El 65% indicó que su espiritualidad contribuye a definir su propósito personal.

Este aspecto, aunque menos predominante que el físico y mental, demuestra un interés creciente por aspectos de introspección y conexión espiritual.

Influencia en el comportamiento de consumo

El análisis de las variables de consumo mostró que:

- El 95% considera relevante adquirir productos relacionados con su cuidado personal.
- Productos más consumidos: productos de higiene personal (80%), cosméticos o cuidado de la piel (70%), y suplementos nutricionales (50%).
- Motivaciones principales: mejorar su apariencia (40%), aumentar su bienestar emocional (35%), y adoptar estilos de vida saludables (25%).
- Esto demuestra que la generación Z no solo percibe el cuidado personal como un hábito, sino que está dispuesta a invertir en productos y servicios para mantenerlo.

Análisis causal y corroboración de la hipótesis

Los modelos de ecuaciones estructurales confirmaron relaciones significativas entre las dimensiones estudiadas (cuidado físico, mental y espiritual) y las actitudes hacia el consumo de productos y servicios de cuidado personal.

El cuidado físico tuvo el mayor impacto en la decisión de compra, seguido del cuidado mental.

La correlación positiva entre el bienestar emocional y el interés en adquirir productos especializados reafirma que el cuidado personal es un aspecto integral en la vida de la generación Z.

Los datos obtenidos en la investigación abarcaron un periodo de un año, que empezó en el mes de enero del año 2024, concluyendo en el mes de diciembre del mismo. Estos datos son validos para la población objetiva del estudio, sin embargo, son escalables a otros periodos, e incluso, en otras regiones.

CONCLUSIONES

A continuación, se presentan las principales conclusiones que se lograron extraer del presente trabajo de investigación, sus implicaciones conceptuales, así como metodológicas y de gestión. Así mismo se consideran las limitaciones del estudio y las posibles futuras líneas de investigación que permitirán darles continuidad al presente proyecto de investigación. La regularidad con la que los consumidores pertenecientes a la generación z cambian de marcas en los productos que usan para el cuidado de la piel no es mucha, sin embargo, las respuestas apuntan a que es aunque es menos de la mitad de los encuestados, el porcentaje es alto en los que si cambian de marcas para productos de cuidado físico. La Generación Z está redefiniendo el mercado del cuidado personal con sus demandas de sostenibilidad, autenticidad y bienestar. Comprender sus comportamientos y preferencias es crucial para que las empresas puedan diseñar estrategias efectivas que no solo atraigan a estos consumidores, sino que también fomenten la lealtad a largo plazo. Adaptarse a las expectativas de la Generación Z puede proporcionar una ventaja competitiva significativa en el dinámico mercado del cuidado personal.

REFERENCIAS

- Agredace. (s.f.). Obtenido de Agredace Asociación Granadina de Familias por la Rehabilitación del Daño Cerebral Adquirido:
<https://agredace.es/cuidado-personal#:~:text=El%20cuidado%20personal%20es%20un,en%20personas%20con%20alguna%20dependencia>
- Agredece. (s.f.). Agredece Asociación Granadina de Familias por la Rehabilitación del Daño Cerebral. Obtenido de Agredece Asociación Granadina de Familias por la Rehabilitación del Daño Cerebral:
<https://agredace.es/cuidado-personal#:~:text=El%20cuidado%20personal%20es%20un,en%20personas%20con%20alguna%20dependencia>.
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la. Revista *Alegria México*, 202.
- Association, A. P. (2018). Stress in America: Generation Z. American Psychological Association, 3-9.
- Association, A. P. (2018). Stress in America: Generation Z. American Psychological Association, 3-9.
- Batista, J. M. (2000). “Modelos de Ecuaciones Estructurales. Modelos para el análisis de relaciones causales. Madrid: Editorial La Muralla, S.A.
- Fisher, J. (11 de Enero de 2011). MDPI. Obtenido de El modelo de los cuatro dominios: conectando espiritualidad, salud y bienestar: <https://www.mdpi.com/2077-1444/2/1/17>
- Grenon. (31 de Agosto de 2022). Southern New Hampshire University. Obtenido de Southern New Hampshire University: <https://es.snhu.edu/noticias/que-es-el-cuidado-personal-y-por-que-es-importante>
- Health, D. o. (s.f.). Mass.gov. Obtenido de Mass.gov: <https://www.mass.gov/info-details/bienestar-fisico#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%3F,los%20efectos%20secundarios%20del%20tratamiento>
- Hernández, S. R. (2007). Metodología de la Investigación (4ª Edición). Madrid: : Editorial McGraw Hill Interamericana.
- Informa Jovern. (s.f.). Obtenido de Informa Jovern:
https://www.informajoven.org/info/salud/K_4.asp
- Karianne Gomez, T. M. (2021). Understanding Generation Z: Characteristics, preferences and priorities. Deloitte.

- Lanier. (2017). 5 things HR professionals need to know about Generation Z. *Strategic HR Review*, 288-290.
- LILIA, L. E. (2015). *Población*. Texcoco: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Martínez Santa María, R. C. (2010). Un modelo causal de competitividad empresarial planteado desde la VBR: capacidades directivas, de innovación, marketing y calidad. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 165-188.
- Murcia. (2015). Higiene: cuidado básico que promueve la comodidad en pacientes críticos. *SciELO*.
- Nogales, Á. F. (2004). *Investigación y Técnicas de Mercado*. Madrid: Editorial ESIC.
- Ramón, M. A. (2007). Deusto, Bilbao. Obtenido de "Introducción a los modelos de ecuaciones estructurales. Metodología LISREL con EQS": :
<http://www.ugr.es/~calbacet/eqs/apuntes/apuntes-curso-granada.pdf>
- Riegel, B. (2021). Investigación sobre el autocuidado: ¿Dónde estamos ahora? ¿A dónde vamos? *Revista Internacional de Estudios de Enfermería*.
- Ruíz, M. A. (2010). Modelo de ecuaciones estructurales. *Papeles del Psicólogo*, 34-45.
- Spark, D. (2019 de Abril de 2019). Mayo Clinic News Network. Obtenido de Mayo Clinic News Network: <https://newsnetwork.mayoclinic.org/discussion/mayo-mindfulness-connecting-spirituality-and-stress-relief/>
- Sumedico. (11 de Octubre de 2023). Obtenido de Sumedico: <https://www.sumedico.com/mentesana/2023/8/19/como-es-la-salud-mental-de-la-generacion-z-46324.html>
- The Univesity of Texas at Dallas . (s.f.). Obtenido de Student Counseling Center: <https://counseling.utdallas.edu/resources/self-care/>
- thebmj. (1 de Abril de 2019). Obtenido de thebmj: <https://www.bmj.com/content/365/bmj.l688>
- Tracy Francisco, F. H. (2021). *True Gen: Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company. Obtenido de McKinsey & Company.
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*, 103-113.
- Universidad de Concepción. (s.f.). Obtenido de Centro de Vida Saludable: <https://vidasaludable.udec.cl/node/487>