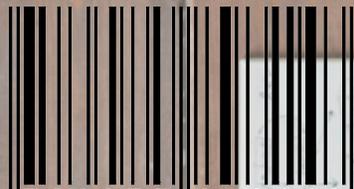


TÓPICOS RELACIONADOS CON LA APLICACIÓN PROFESIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN

ISBN: 978-607-5893-14-3



9 786075 893143

RED

IBAI

RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN ICAE

TÓPICOS RELACIONADOS CON LA APLICACIÓN PROFESIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN

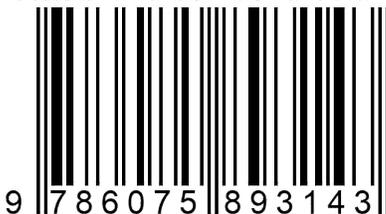
SAÚL BENJAMÍN ANDRADE HERNÁNDEZ, SIXTO ANTONIO VIZARRETEA RICARDEZ, MONTSERRAT ACOSTA CADENAS, VERÓNICA USCANGA HERNÁNDEZ, ZANDRA ELIZABETH FRANCO CRUZ, CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA, ARTURO RIVERA LÓPEZ, IRMA PÉREZ HERNÁNDEZ, VICTOR MANUEL RICARTE MONTAÑO, CAROLINA BRITO ESCALANTE, EVELYN SALGADO MORALES, ALBA MERCADO HERRERA, GABRIEL OLIVERAS BAXIN, JESÚS LÓPEZ ORTEGA, BLANCA FLOR GONZÁLEZ NARANJO, ERIK FELIPE LÓPEZ CÁMARA, DANIELA FUENTE MORENO, MARÍA DE JESÚS CECILIA RAMÓN VILA, LUIS FLORES MUÑOZ, ELVIA LOEZA GONZÁLEZ, ALFREDO VAZQUEZ ESTRADA, MARCELINO MALDONADO BELTRAN, ALEJANDRO GARCÍA QUINTERO, ANSELMO LARA MORALES, ÁNGEL RENÉ ZAMUDIO PRIETO, LUZ ELENA BARRIENTOS HERNÁNDEZ, GRISELDA PUENTE GUZMÁN

©RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. 2024



EDITA: RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.
DUBLÍN 34, FRACCIONAMIENTO MONTE MAGNO
C.P. 91190. XALAPA, VERACRUZ, MÉXICO.
CEL 2282386072
www.redibai.org
redibai@hotmail.com

ISBN: 978-607-5893-14-3



Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C.
(978-607-5893)
Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.
No. de ejemplares: 2
Presentación en medio electrónico digital
Formato PDF 2.3 MB
Fecha de aparición 29/05/2024
ISBN 978-607-5893-14-3

Xalapa, Veracruz. México a 15 de mayo de 2024

DICTAMEN EDITORIAL

La presente obra fue arbitrada y dictaminada en dos procesos; el primero, fue realizado por el **COMITÉ EDITORIAL RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.** con sede en México; que sometió a los capítulos incluidos en la obra a un proceso de dictaminación a doble ciego para constatar de forma exhaustiva la temática, pertinencia y calidad de los textos en relación a los fines y criterios académicos de la misma, cumpliendo así con la primera etapa del proceso editorial. El segundo proceso de dictaminación estuvo a cargo del **COMITÉ CIENTÍFICO RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.**; donde se seleccionaron expertos en el tema para la evaluación de los capítulos de la obra y se procedió con el sistema de dictaminación a doble ciego. Cabe señalar que previo al envío a los dictaminadores, todo trabajo fue sometido a una prueba de detección de plagio. Una vez concluido el arbitraje de forma ética y responsable y por acuerdo del Comité Editorial y Científico de la Red Iberoamericana de Academias de Investigación A.C. (REDIBAI), se dictamina que la obra **“TÓPICOS RELACIONADOS CON LA APLICACIÓN PROFESIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN”** cumple con la relevancia y originalidad temática, la contribución teórica y aportación científica, rigurosidad y calidad metodológica, actualidad de las fuentes que emplea, redacción, ortografía y calidad expositiva.

Dr. Daniel Armando Olivera Gómez

Director Editorial

Sello Editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C.

(978-607-5893)

Dublín 34, Residencial Monte Magno

C.P. 91190. Xalapa, Veracruz, México.

Cel 2282386072

Xalapa, Veracruz. México a 29 de mayo de 2024

CERTIFICACIÓN EDITORIAL

RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. (REDIBAI) con sello editorial **No. 978-607-5893** otorgado por la Agencia Mexicana de ISBN, hace constar que el libro **“TÓPICOS RELACIONADOS CON LA APLICACIÓN PROFESIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN”** registrado con el **ISBN 978-607-5893-14-3** fue publicado por nuestro sello editorial con fecha de aparición del 29 de mayo de 2024 cumpliendo con todos los requisitos de calidad científica y normalización que exige nuestra política editorial.

Fue evaluado por pares académicos externos y aprobado por nuestro Comité Editorial y Científico.

Todos los soportes concernientes a los procesos editoriales y de evaluación se encuentran bajo el poder Editorial de **RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. (REDIBAI)**, los cuales están a disposición de la comunidad académica interna y externa en el momento que se requieran.

La normativa editorial y repositorio se encuentran disponibles en la página **<http://www.redibai-myd.org>**

Doy fe.

Dr. Daniel Armando Olivera Gómez

Director Editorial

Sello Editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C.
(978-607-5893)

Dublín 34, Residencial Monte Magno

C.P. 91190. Xalapa, Veracruz, México.

Cel 2282386072

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.

EL JUEGO COMO HERRAMIENTA DE ENTRENAMIENTO DEL PENSAMIENTO DIVERGENTE.....	3
MA. SAÚL BENJAMÍN ANDRADE HERNÁNDEZ ME. SIXTO ANTONIO VIZARRETEA RICARDEZ DRA. MONTSERRAT ACOSTA CADENAS	
LA IMPORTANCIA DE CONTAR CON DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS EN LAS EMPRESAS	10
MA. VERÓNICA USCANGA HERNÁNDEZ	
LA EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA Y LAS HABILIDADES BLANDAS EN LOS ESTUDIANTES.....	14
MA. ZANDRA ELIZABETH FRANCO CRUZ	
EL VALOR DE EMPRENDER.....	17
DR. CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA DR. ARTURO RIVERA LÓPEZ DRA. IRMA PÉREZ HERNÁNDEZ	
EL POSICIONAMIENTO DE UN PRODUCTO Y EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR.....	22
M.C. VICTOR MANUEL RICARTE MONTAÑO	
SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL.....	32
M.C. CAROLINA BRITO ESCALANTE	
FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS.....	35
DRA. EVELYN SALGADO MORALES MIL. ALBA MERCADO HERRERA	
LA APLICACIÓN DE LA ÉTICA EN LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	41
DR. GABRIEL OLIVERAS BAXIN ING. JESÚS LÓPEZ ORTEGA LIC. BLANCA FLOR GONZÁLEZ NARANJO	
EL LIDER DE HOY ¿NACE O SE HACE?	44
MC. ERIK FELIPE LÓPEZ CÁMARA DRA. DANIELA FUENTE MORENO	
¿CUAL SERIA EL RESULTADO DE MANEJAR UNA COMUNICACIÓN ASERTIVA, EN EL TRABAJO Y EN LA VIDA COTIDIANA?	48
MIA. MARÍA DE JESÚS CECILIA RAMÓN VILA DR. LUIS FLORES MUÑOZ	

LOS PROBLEMAS EN LA EVALUACION DEL DESEMPEÑO.....	51
LIC. ELVIA LOEZA GONZÁLEZ	
COMO SER UN BUEN CONSTRUCTOR Y MEJOR ADMINISTRADOR.....	54
ING. ALFREDO VAZQUEZ ESTRADA	
DESARROLLO Y ACTUALIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE PROVISIÓN DEL PERSONAL (RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN E INTEGRACIÓN).....	60
MC. MARCELINO MALDONADO BELTRAN LIC. ALEJANDRO GARCIA QUINTERO LIC. ANSELMO LARA MORALES	
VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE TRIBUTAR EN EL RÉGIMEN SIMPLIFICADO DE CONFIANZA PARA PERSONAS FÍSICAS.....	66
M.A. ÁNGEL RENÉ ZAMUDIO PRIETO M.H.D. LUZ ELENA BARRIENTOS HERNÁNDEZ	
LOS EFECTOS DE LA MERCADOTECNIA DIGITAL EN LOS JÓVENES EN MÉXICO.....	71
M.M.P. GRISELDA PUENTE GUZMÁN	

INTRODUCCIÓN.

Diferentes autores de administración definen que es un arte, una disciplina encargada de gestionar, organizar, dirigir, y asignar recursos eficientemente, para lograr un objetivo en específico así mismo como una ciencia social cuyo interés se centra en las organizaciones humanas así como sus técnicas y procedimientos disponibles para: planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos con los que cuentan las empresas para obtener el mayor beneficio posible de estos mismos.

Cada ser humano tiene la capacidad y conciencia de lo que es un administrador, así mismo como la visión que es capaz este mismo de aplicar y desarrollar todos los conocimientos que conlleva el ser un administrador.

Un administrador debe tener o adquirir la capacidad de tomar decisiones que orienten efectivamente a las empresas y que utilicen eficazmente los recursos que posee la empresa para poder alcanzar los objetivos primordiales como son la innovación, la competitividad y la generación de valor económico y social tanto para el cliente como para sus partes relacionadas.

Todos nosotros somos administradores en nuestro día a día este mismo conocimientos lo adquirimos inconscientemente desde que tenemos el uso de razón, en nuestro día a día administramos nuestro tiempo, dinero, estudios, familia, trabajo, ya que si no implementáramos esto nuestra vida iría sin rumbo.

Esta obra literaria llamada **TÓPICOS RELACIONADOS CON LA APLICACIÓN PROFESIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN**, es un libro que elaboraron entre maestros principalmente del área Económico Administrativa del Instituto Tecnológico de Boca del Río, profesores del Instituto Tecnológico de Ursulo Galván perteneciente ambos planteles al Tecnológico Nacional de México, y profesores de la Universidad Veracruzana, y que tiene una característica en común, todos los temas son enfocados en la Administración.

El Instituto Tecnológico de Boca del Río y la Universidad Veracruzana, ponen a su disposición un extenso compendio de temas, que te podrán ser de mucha utilidad para que puedas lograr ser un excelente administrador en tu vida cotidiana, ambito laboral y social.

*TE INVITAMOS A DISFRUTAR DE ESTA MARAVILLOSA
LECTURA QUE ES MUY VALIOSA Y PRÁCTICA PARA TU VIDA.*

EL JUEGO COMO HERRAMIENTA DE ENTRENAMIENTO DEL PENSAMIENTO DIVERGENTE.

Autor: MA. SAÚL BENJAMÍN ANDRADE HERNÁNDEZ.

P1/2T. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: saulandrade@g.bdelrio.tecnm.mx

Autor: ME. SIXTO ANTONIO VIZARRETEA RICARDEZ.

P1/2T. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Ursulo Galván

Correo electrónico: sixto.vr@ugalvan.tecnm.mx

Autor: DRA. MONTSERRAT ACOSTA CADENAS

PTC. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Ursulo Galván

Correo electrónico: montserrat.ac@ugalvan.tecnm.mx

Dentro de las habilidades blandas mas relevantes en la actualidad que necesita desarrollar cualquier egresado de las carreras universitarias están las que se relacionan con el pensamiento divergente.

Como lo explica Jaime De La Ossa “Se definen las habilidades blandas, como el conjunto de destrezas, aptitudes o herramientas afectivas que poseen la particularidad de regular el estado emocional del ser humano, son habilidades que ayudan a fomentar, mantener y procurar relaciones sociales positivas”, (De La Ossa, 2022) estas habilidades permiten el desarrollo humano dentro de las organizaciones de forma mas efectiva, ya que son el complemento mas importante a los conocimientos que puede tener una persona.

Cuando un egresado entra a trabajar a una empresa, si no tiene los conocimientos suficientes para desarrollar el puesto al que fue asignado, la empresa le puede capacitar. Sin embargo, si dicho egresado carece de un buen desempeño de sus habilidades blandas, estas como tal son complejas de desarrollar para la empresa en el corto plazo, debido a que tiene que contratar la

capacitación de las mismas de forma externa ya que no son parte de las actividades propias del organismo

De ahí que en la mayoría de las ocasiones algunas empresas apliquen desde sus entrevistas de trabajo, pruebas que permitan medir la fortaleza o carencia de estas habilidades en los nuevos aspirantes a los puestos vacantes. Si el aspirante demuestra que tiene el nivel óptimo o mínimo, entonces es aceptado, pero si se detecta lo contrario es más probable que sea rechazado.

La relevancia de las Habilidades Blandas radica en la fortaleza que estas dan a la persona. Estas se definen de la siguiente forma: “Las habilidades blandas se pueden agrupar en tres categorías: habilidades interpersonales, incluyen la comunicación asertiva, la capacidad de negociación, la confianza, la cooperación y la empatía; habilidades cognitivas, agrupan la habilidad para la solución de problemas, para la toma de decisiones, el pensamiento crítico, la autoevaluación, el análisis y la comprensión de consecuencias; y, habilidades para el control emocional o habilidades para el manejo y reconocimiento emocional ante situaciones de estrés y sentimientos intensos, incluyen el manejo de la ira, la tristeza y la frustración.

Estas tres categorías no trabajan de forma independiente, sino que generalmente se interrelacionan” (De La Ossa, 2022), de esta explicación se destaca “la habilidad para la solución de problemas” la cual está estrechamente relacionada con el concepto del pensamiento Divergente.

“La formulación de un problema es frecuentemente más esencial que su solución, que puede ser tan solo un asunto de destreza matemática o experimental. Plantearse nuevas cuestiones, nuevas posibilidades, ver viejos problemas desde un nuevo ángulo, requiere una imaginación creadora y marca un avance real en la ciencia” (Albert EINSTEIN, 1938), como lo expresa aquí Albert Einstein el poder formular de forma asertiva y eficiente un problema es incluso más importante que la misma solución, debido a que si desde el planteamiento del problema este no está bien definido, cualquier solución a la que se pueda llegar será simplemente inservible, inútil, una pérdida de tiempo y recursos, en pocas palabras no va a solucionar nada.

El pensamiento divergente está presente en la misma forma en que se busca la información y como se llega a definir uno o varios problemas. Poder pensar de forma poco convencional es lo que permite llegar a nuevos ángulos de visión para realmente llegar a soluciones nunca antes ejecutadas.

De igual forma como parte esencial del actuar del pensamiento divergente esta la creatividad, la cual es el elemento mas importante da la misma. A continuación, las siguientes definiciones:

“La creatividad es un proceso del pensamiento, un mecanismo intelectual a través del cual se asocian ideas o conceptos, dando lugar a algo nuevo, original. Implica la redefinición del planteamiento, del problema, para dar lugar a nuevas soluciones” (Alvarez, Elisa. 2010), Álvarez, E. (2010). Creatividad y pensamiento divergente. Desafío de la mente o desafío del ambiente. Recuperado de: http://www.interac.es/adjuntos/crea_pensa_diver.pdf.

“Se entiende la creatividad como una habilidad de pensamiento a través de la cual se interrelacionan los conceptos previos y se cambian las formas de pensamiento, generando así ideas novedosas, originales y flexibles” Beltrán Rodríguez, C. Y., Garzón Porras, D. M., y Burgos Diaz, N. C. (2016). Incidencia del fortalecimiento del pensamiento divergente en la creatividad de los niños. *Infancias Imágenes*, 15(1), 103–118. <https://doi.org/10.14483/udistrital.jour.infimg.2016.1.a07>.

Como podemos analizar es la creatividad el componente mas importante del pensamiento divergente, dado que es lo que le permite a la persona usar los datos obtenidos de sus experiencias pasadas y hacer nuevas conexiones para identificar novedosas ideas alternativas que se adapten, evolucionen y sobresalgan en su aplicación en la resolución de los problemas que día a día se enfrentan las personas. Se insiste por ello de su importancia en las cualidades que las empresas buscan en los solicitantes a ingreso, y es por ello que se resalta la importancia de métodos que permitan desarrollar a la persona su creatividad y por ende su pensamiento divergente.

Cualquier egresado que haga este entrenamiento podrá destacar en el instante que le evalúen sus habilidades blandas, mismas que al ser aplicadas ayudaran en el desarrollo de su carrera tanto personal como dentro de la empresa donde labore o aquellas que pueda crear como emprendedor. De hecho, el actuar como emprendedor lleva como ingrediente esencial a la relatividad y el pensamiento divergente, ya que son de facto todas aquellas personas emprendedoras las que han sido el Genesis de las marcas que hoy día son las líderes del mercado en todos los ámbitos.

Consideramos las siguientes definiciones, Para autores como Guilford (citado por Esquivias, 2004), “la creatividad, se refiere a las aptitudes que son características de los individuos creadores, como la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y el pensamiento divergente” (p. 4). Torrance (citado por Esquivias, 2004) por su parte, define la creatividad como “un proceso que vuelve a alguien sensible a los problemas, deficiencias, grietas o lagunas en los conocimientos y lo lleva a identificar dificultades, buscar soluciones, hacer especulaciones o formular hipótesis, aprobar y comprobar estas hipótesis, a modificarlas si es necesario además de comunicar los resultados” (p. 5). Beltrán Rodríguez, C. Y., Garzón Porras, D. M., y Burgos Diaz, N. C. (2016). (p. 2.0).

Los problemas que hoy día se presentan en las organizaciones son complejos y multifactoriales. No se pueden dar el lujo de no darle valor a la creatividad y al pensamiento divergente si se desea salir adelante al enfrentar todas estas situaciones. La tecnología que vuelve todo exponencial precisamente hace todo mas rápido e inmediato, dándole a los empresarios y sus directivos un margen de acción mas estrecho.

Un ejemplo es cuando se presentó por 1ra vez el iPhone de Apple. En su momento fue la primera y única compañía en presentar un dispositivo telefónico que no tenía ningún teclado físico. Se sabe por las crónicas de los periodistas que todas las compañías de tecnología de inmediato se dieron a la tarea de tener su propia versión de teléfono sin teclado físico, dándose a si mismas un mínimo de un año o menos para poder lograrlo, dado que si en ese instante sus modelos de

celulares con teclados físicos estaban condenados a ser obsoletos en cuestión de meses.

Empresas competidoras que se dieron a la titánica tarea de cambiar todas sus líneas de producción para generar una nueva propuesta, son las que a la fecha sobreviven e inclusive han superado a la empresa Apple en su oferta de modelos celulares, por tecnología, prestaciones y aditamentos. Sin creatividad y el pensamiento divergente no habría sido posible. De este ejemplo podemos mencionar a la inversa a aquellas empresas que no fueron lo suficientemente flexibles y rápidas en adoptar medidas de innovación simplemente hoy ya no existen y sus celulares son ahora cosa del pasado.

¿Existe una forma en la cual el pensamiento divergente y la creatividad se pueden ejercitar en cualquier persona que así lo desee? Gracias a los estudios que se han realizado con el paso de los años, podemos identificar al juego como una de las opciones mas efectivas para ejercitar la creatividad. Esto se debe a que el juego ayuda a romper las estructuras rígidas que se forman con el paso del tiempo, mismas asociadas con la vida adulta.

Siendo en si una contradicción, ya que por un lado el adulto se limita a si mismo con el fin de lograr cumplir lineamientos y horarios que se imponen para el desarrollo de las actividades, cobrándose por si mismos el adormecimiento del lado divergente del cerebro, como lo comentan así Jullier, “Desde pequeños, la vida social y el ámbito escolar, van planteando pautas de conducta y formas de vivir que nos moldeando para lo que será la adultez. En ese devenir, y encerrados unos y otros en un circuito preestablecido en función de un entorno socio-económico - cultural de- terminado del cual la educación se hace eco, vamos perdiendo la naturalidad.

Lo cotidiano, lo conocido, lo organizado, lo previsible, lo racional se nos presentan como aspectos lógicos y adecuados de un acontecer anunciado. En este contexto el juego, que en sí mismo, es una invitación a la libertad de acción, a la exploración de múltiples alternativas posibles, a la concreción de un resultado en un entorno distendido, no nos resulta en apariencia útil. Al respecto y haciendo alusión a los adultos frente al juego, Scheines (1997) señala: Estos adultos,

aferrados con uñas y dientes al orden cotidiano, apegados a las reglas que rigen sus vidas ordenadas, no pudieron pegar el salto al vacío a partir del cual el juego comienza. Sintieron vértigo ante lo no estructurado. Temieron el caos. “Jullier, P. C. (2019). El juego como recurso en el nivel superior. Reflexión Académica en Diseño & Comunicación.

Por ello es posible integrar de nuevo al juego dentro de las actividades del adulto y con ello generar que el lado divergente que origina a la creatividad se se desentuma, crezca y se fortalezca para al mismo tiempo dar beneficios al convertir a la persona en un ente potencialmente creativo, listo para enfrentar diversos escenarios y la posible escasez de información, “El juego es el mejor ambientador para una creatividad espontánea, Incluir como un ingrediente indispensable en la vida cotidiana y en el salón de clase el entusiasmo, la alegría, la posibilidad de bromear y jugar con las ideas” Beltrán Rodríguez, C. Y., Garzón Porras, D. M., y Burgos Diaz, N. C. (2016), y esto es posible gracias a las cualidades que se saben emergen de la actividad del juego. Cuando este se desarrolla de forma regular, inicia el proceso de fortalecimiento del pensamiento divergente.

Por ello se sugiere que desde el mismo salón de clases de los estudiantes de las áreas económico administrativas, tengan materias o talleres que tengan este enfoque, en donde el juego se hace presente con la intención de estimular el lado divergente y la creatividad, permitiendo al alumno fortalecerse. Para cuando este se encuentre en los semestres últimos de su carrera tendrá mas solidez en sus propias habilidades blandas, mismas que les darán una ventaja frente a los demás aspirantes. “Estas son algunas de las ventajas de aplicar el juego desde la vida en el aula. - Colaboran para que el alumno sea co-responsable y protagonista activo de su aprendizaje de una manera diferente.

- Convierten el proceso de enseñanza y aprendizaje en un momento más agradable y participativo, conjugando enseñanza y diversión.
- Favorecen la comunicación, la integración y la cohesión grupal, facilitando la convivencia.

- Permiten el surgimiento del potencial creativo para la resolución de los desafíos que el juego proponga.” Jullier, P. C. (2019). El juego como recurso en el nivel superior. Reflexión Académica en Diseño & Comunicación, 135.

Es por ello que se propone que las sesiones de juego aplicado en el aula o gamificación se apliquen desde semestres a mitad de la carrera a fin de que se vaya empoderando el lado divergente del estudiante. Con ello vamos fortaleciendo desde la misma carrera este aspecto que como podemos ver será de gran ventaja en el desarrollo profesional del alumno. Para las sesiones de Gamificación se sugiere emplear la creación de una Ludoteca, Esta es en si una colección de diferentes juegos de mesa. Los juegos de mesa es una de las versiones mas practicas de la aplicación del juego, ya que se permiten aplicar en interiores, son recusables, no son caros ya que hay de varios precios y funcionan para el propósito el cual es tener una sesión de juego o gamificación con los alumnos, estimulando el lado divergente y por ello la creatividad del los mismos.

Los juegos se pueden ir curando de acuerdo a una cuidadosa selección de los mismos mediante la revisión de las instrucciones de juego, los videos de canales que hay en las plataformas digitales donde se explica como se juegan y sus componentes, de forma que uno puede decidir con antelación si tal juego puede ser una buena opción para llevarlo al aula. Dentro de las categorías de juegos hay de diversos tipos, algunos estimulan mas la memoria, otros la comunicación otros la observación, otros la toma de decisiones etcétera, hay toda una gama muy amplia de juegos para seleccionar. En un siguiente desarrollo de estos temas se explicará sobre las categorías de juegos, sus especificaciones y sus beneficios.

Para concluir solo se puede destacar la relevancia de este tema y el gran beneficio que tiene para el estudiante del área económico administrativa que este fortalecido en su pensamiento divergente y su creatividad a fin de que tenga toda esa ventaja sobre los demás futuros egresados. La industria y los retos que se presentan en la actualidad de forma tan dinámica lo demandan. Los creativos saldrán adelante siempre.

LA IMPORTANCIA DE CONTAR CON DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS EN LAS EMPRESAS

Autor: MA. VERÓNICA USCANGA HERNÁNDEZ.

PTC. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: veronicauscanga@g.bdelrio.tecnm.mx

Para que una organización se desempeñe de manera adecuada, necesita de ciertas áreas básicas para administrar correctamente todos los recursos con los que cuenta. Dentro de una empresa existen cuatro importantes recursos para que pueda funcionar de manera adecuada, como son recursos materiales, financieros, tecnológicos y humanos. Todos igual de importantes para que pueda operar, pero es cierto que todas cuentan o están conformadas justamente por personas, de aquí surge la importancia de contar con un departamento de recursos humanos que se haga cargo de la gestión, crecimiento y desarrollo. Esta área es la encargada de reclutar, seleccionar, contratar, capacitar, formar, desarrollar, motivar, comunicar y liderar todo el recurso humano con el que cuenta la organización.

¿Qué es un departamento de recursos humanos?, es el que se encarga de gestionar todo lo relacionado con el recurso humano que la integra, uno de los más complejos que existe, ya que se habla de seres humanos, complejos e irrepetibles, por lo tanto, muy variado en cuanto a su forma de ser, y por consiguiente muy distinto en sus capacidades y formas de motivarse. Y entonces ¿por qué es importante el departamento de recursos humanos?, ayuda a lograr que todos los planes de la organización se alcancen de forma eficaz y eficiente, además de que cuenta con todo el personal calificado y apto para desarrollar sus funciones en cada una de las áreas de la organización, partiendo de este objetivo se mencionaran algunas de las funciones más trascendentes del citado departamento.

Una de las funciones del departamento de recursos humanos es: La organización y planificación del personal, esta función es importante porque dependiendo del tamaño de la organización dependerán los puestos, turnos de trabajo, las funciones que debe desempeñar cada uno, así como las responsabilidades, obligaciones y derechos de cada uno tendrá.

El reclutamiento es parte esencial porque es el procedimiento que se debe llevar a cabo para poder abastecer a la empresa de todo el recurso humano que necesita para ocupar cada uno de los puestos, y el llevar a cabo esta actividad de la manera correcta dependerá su buen desempeño. Algunas de las técnicas más utilizadas para poder reclutar en la actualidad es la búsqueda de talento por internet, agencias de trabajo, ferias del empleo, pero esto en caso de que se requiera personal externo, pero también puede ser interno de la organización. Toda contratación ya sea interna o externa debe estar alineada a los valores de la empresa.

La selección de personal es fundamental, ya que se debe elegir a la persona correcta para el puesto, al más valioso, y para esto cada empresa emplea técnicas que le ayudaran a cumplir con lo que se necesita, en base a las políticas de la organización, esta función inicia desde que una persona se postula para una vacante y finaliza en el momento exacto que el reclutador ha localizado el perfil correcto.

Planes de carrera y promoción profesional, es otra función importante porque es donde se encargan del desarrollo profesional de los colaboradores, donde se implementan programas y actividades que les ayudaran para adquirir experiencia y conocimientos necesarios para poder progresar en la estructura organizativa.

Formación de los colaboradores es otra función significativa, ya que permite a los colaboradores irse adaptando a los cambios que se van produciendo en el entorno (internos y externos) además de los avances tecnológicos que cada día son más rápidos con la ayuda de la globalización.

Evaluación del desempeño y control del personal, esta parte es delicada porque es donde se mide la aptitud, competencia, las habilidades, la eficiencia y el desempeño de los colaboradores con respecto a su desempeño con sus funciones

o la ejecución de sus tareas en cierto periodo. Con esto se busca identificar la verdadera aportación que realizan cada uno de los elementos a la organización, y a la vez crear estrategias que puedan ayudar a ampliar la productividad. Esta evaluación del desempeño se debe ajustar a las características y naturaleza de cada una, y por tradición la efectúan los supervisores, jefes de área o gerentes, pero en la actualidad existen muchas formas de poder llevarla a cabo.

Clima y satisfacción laboral, es indispensable monitorear el nivel de satisfacción que se vive dentro la organización, y si existen motivos de descontento o desacuerdo identificarlo para poder implementar medidas correctivas, que apoyen para tener un clima laboral sano.

Administración del personal esta función es delicada ya que es la parte jurídico-administrativo, que engloba contratos, tramites, seguro social, control de los derechos y deberes de los trabajadores.

Manejar la nómina y las compensaciones otra parte muy delicada, ya que aquí se incluyen los salarios de los colaboradores, cronogramas de pagos y todo lo relacionado con impuestos, pago de las prestaciones.

Cualquier situación de cambio por promoción, o algún bono, descuentos por faltas, entre otros recursos humanos se encargará de todas esas modificaciones.

Capacitación al personal, ya sean de nuevo ingreso por lo general se le brinda capacitación necesaria antes de profundizar en sus actividades cotidianas, y uno de los procesos más actuales que apoyan en esta etapa es el proceso de onboarding. Y si ya eres parte de la organización se encargan de brindar la capacitación continua que se requiera dentro de su horario laboral. Esto es indispensable para que se sientan importantes y motivados, así mejoren su desempeño.

Administrar los beneficios para los colaboradores, en este tema también se encarga de la cantidad y el tipo de beneficios que la organización da a los colaboradores. Esto es fundamental, la motivación siempre es compleja por la diversidad de colaboradores con los que cuenta, lo que puede motivar a uno a otro no, si esta parte es buena se pueden atraer y retener al mejor talento. Los beneficios siempre mantienen a los trabajadores complacidos al brindarles una gran variedad

de ventajas.

Prevención de riesgos laborales, otra función importante ya que aquí se ven todos y cada uno de los riesgos laborales asociados que preceden a la implementación de medidas de prevención y protección, con el objetivo de preservar

LA EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA Y LAS HABILIDADES BLANDAS EN LOS ESTUDIANTES

Autor: MA. ZANDRA ELIZABETH FRANCO CRUZ.

PTC. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: zandrafranco@g.bdelrio.tecnm.mx

La educación a nivel superior se está enfrentando a un gran reto crear hombre y mujeres conscientes de sus propias habilidades y destrezas, durante años se le dio prioridad a los saberes, conocimientos y a lo que de acuerdo a un programa de estudio debería reproducir y todo esto está bien, pero hoy en día que transitamos en una era digital, es de gran relevancia que los educando no crean que todo lo obtienen bajo la lupa de una computadora o dispositivos electrónicos, en donde de manera rápida y certera, sin menos cabo de equivocaciones, puedan resolver todo, porque la vida no es así, no todo se puede programar o convertir en códigos que a través de comando para que funcione y lo resuelva solo con un clip.

En nuestros días hemos visto, con gran asombro, máquinas con diseños semihumanos que interactúan con humanos, desde una charla hasta la ejecución de tareas o actividades y sin duda, causa alegría ver todo lo que hacen solo basta ser programados y el plus sin errores. Nuevamente hago hincapié no está mal estos avances tecnológicos, pero, aun así, las empresas u organizaciones ya sea con infraestructuras físicas o digitales necesitan a personas capaces de responder de manera asertiva y empática a nuestro entorno.

Según el biólogo Humberto Maturana en su artículo “La Naturaleza del Hombre” menciona que todos somos los seres vivos incluidos el hombre basa sus reacciones en emociones y de acuerdo a la RAE “Las emociones son reacciones psicofisiológicas que representan modos de adaptación del individuo cuando percibe un objeto, persona, lugar, suceso o recuerdo importante”. Tomado como base estos dichos y otra literatura del comportamiento humano podemos determinar que en de suma importancia que en el aula se pueda fortalecer las habilidades

blandas (o soft skills) que permitan que el estudiantes interactúe con la era digital pero que también comprenda que para llevar al éxito a una organización o grupo de trabajo requiere del desarrollo de habilidades intangibles que deben ser aprovechadas al máximo para lograr que las empresa sean competitivas al mismo tiempo debe ser constante en su éxito.

Los programas académicos a nivel superior se enfocan en la búsqueda de habilidades de liderazgo entendiéndose, con esto, que es importante que la persona a cargo debe provocar en sus colaboradores confianza, disciplina y método de trabajo mediante el diseño de procesos sin embargo dejan a un lado otras habilidades que le pueden proporcionar mayor seguridad y certeza en el desempeño diario de las actividades, como los son:

1. Trabajo en equipo.
2. Liderazgo.
3. Comunicación asertiva.
4. Servicio al cliente.
5. Capacidad analítica y de resolución de problemas.
6. Atención al detalle.
7. Deseos de aprender y estar a la vanguardia.
8. Adaptabilidad, saber priorizar y manejo de tareas múltiples
9. Lógica matemática y habilidades para la computación e informática
10. Ética, compromiso, honestidad e integridad

Es importante que cuando hablemos de trabajo en equipo, nos quitemos esa idea errónea que es lo mismo que equipo de trabajo, esto por que el trabajo de equipo es lograr el objetivo, pero con acuerdo de armonía que hacen que la colaboración y el desempeño sea mas franco y redituable.

Esto va de la mano con el liderazgo ya que la persona que está al frente debe crear una atmosfera de confianza, conocimiento y sinergia que permita que el colaborador sienta que verdaderamente es parte importante para el logro de las metas, esto se logra a través de una comunicación asertiva, que esto viene siendo el control de las emociones, el decir las cosas cuando es necesario decirlas y contener aquellas acciones o sentimientos que no proporcionan nada al equipo, el

dar una instrucción , sin contagiar estrés o contagiar emociones de enojo es primordial para las organizaciones, todo esto se refleja en un ambiente con armonía que si es el caso el atender con prontitud, alegría y entusiasmo que merece nuestro cliente entiéndase que ya sea una empresa de servicio o de producción nuestras acciones o productos siempre tienen un consumidor final.

La Capacidad analítica y de resolución de problemas, en las escuelas se deben enseñar métricas o modelos de toma de decisiones, sin embargo la interpretación de los datos, no solo sé deben ver como un número o porcentaje debe ser interpretado y canalizado para tener las mejores acciones basadas en estrategias que permitan ser más competitivos los campos de acción de las organizaciones, por eso dice un dicho popular, en los detalles están las soluciones, la persona que desarrolla estas habilidad, puede anticiparse con mayor rapidez a los cambios que se avecinan y con ello poder tener una capacidad de análisis mucho mas justa en todas las actividades.

Nada se compara con el deseo de aprender y conocer, con esto nos permite entender nuestro entorno, saber como sobrevivir en un cumulo de emociones y así permitirnos a nosotros y al entorno cultivar una convivencia a través de valores, ética, honestidad e integridad.

En resumen, es por ello que las escuelas a nivel universidad debe de crean la conciencia en los estudiantes, pero también en sus los docentes que imparten la catedra para que puedan encaminar a sus educandos a un sendero que les permita crear un buen ambiente de trabajo, con más y mejores opciones de empleo, hoy existe normas que coadyuvan a tener entorno más seguros, cuidando que el conflicto de intereses, sea una cuestión del pasado .

EL VALOR DE EMPRENDER.

Autor: DR. CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA

PTC. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río.

Correo electrónico: cesarseverino@g.bdelrio.tecnm.mx

Autor: DR. ARTURO RIVERA LÓPEZ

PTC. Universidad Veracruzana/ Facultad de Administración.

Correo electrónico: arrivera@uv.mx

Autor: DRA. IRMA PÉREZ HERNÁNDEZ

PA. Universidad Veracruzana/ Facultad de Administración.

Correo electrónico: irmaperez@uv.mx

Cualquier persona puede tener el deseo de emprender, ya sea una idea de negocio, o cualquier otro emprendimiento, sin embargo, no basta el solo deseo de ser emprendedor para tener garantizado el éxito de tu idea.

Pero primero debemos entender que Emprender es un acto de valentía, de pasión, de visión, de querer evolucionar, y necesita una dosis de ilusión y de mucha determinación. Puede una persona contar con recursos económicos suficientes para poner un negocio o hasta una gran empresa, pero sino tiene el espíritu del emprendedor posiblemente fracasaría.

El emprendedor ha de ser.....Un sembrador incansable de nuevas ideas. Es la persona que ayuda a germinar con talento, trabajo conjunto y pasión total hasta convertirlas en la realidad transformadora de su tiempo. El emprendedor no es una persona que no tiene miedo o nervios, de hecho, estos elementos aparecen en su vida todo el tiempo, lo importante es superar esos sentimientos negativos y sacar adelante la idea de negocio o emprendimiento que se desee tener.

En este artículo hablaremos sobre la que sin duda debe ser la característica más importante y que no puede faltar en la vida del emprendedor: La Autoestima.

Para poder explicar la importancia que tiene la Autoestima en la vida de los emprendedores lo haremos a través de una metáfora:

Imaginemos que hay sobre una mesa un vaso de cristal vacío, y alrededor de esa ella se sientan un grupo de personas, si nosotros a ese vaso de cristal le empezamos a echar agua hasta que se llene y se empiece a regar, de lo que mojará a las personas que se encuentran sentados alrededor de la mesa será de agua, por la lógica razón de que de eso llenamos el vaso.

Si en vez de agua empezamos a llenar el vaso de refresco hasta que se llene y sobrepase su nivel, las personas alrededor de la mesa se mojarán de refresco, pues es refresco de lo que llenamos el vaso hasta regarse.

Pues pasaría lo mismo si a ese vaso le empezamos a llenar de lodo, fango, veneno, o cualquier otra sustancia hasta que se empiece a regar, las personas alrededor de la mesa se embarraran de cualquiera de esos líquidos, y esto tiene una explicación lógica:

Depende de lo que llenemos el interior del vaso será lo que se proyecte hacia el exterior.

Pues bien, con las personas pasa exactamente lo mismo, depende de lo que llenemos nuestro interior, será lo que proyectemos hacia el exterior, si lo llenamos de odio, rencores, miedo, felicidad, amor, o cualquier otro sentimiento, eso será lo que podamos compartir con las personas de nuestro alrededor.

De ahí la importancia que tiene el que llenemos nuestro interior solo de cosas positivas, cosas favorables que las personas disfruten de nuestra compañía, pues bien, uno de esas cosas positivas que debemos llenar nuestro interior debe ser de confianza en nosotros mismos, debemos tener la capacidad de creer en nosotros, y esto a pesar de conocer y reconocer que somos seres humanos y que por nuestra naturaleza no podemos ser perfectos, tenemos defectos, pero también debemos reconocer nuestras virtudes, y sobre todo trabajar generando acciones para que mejoremos de manera continua cada día de nuestra vida.

Pues bien, una persona si no cuenta con la característica personal de tener una buena autoestima, es imposible que logre ser un emprendedor, pues con seguridad el miedo lo paralizaría ante los retos de la vida, y esto le impediría atreverse a enfrentar los desafíos que la propia vida le presente.

Pero ¿Qué es La autoestima? La capacidad de aceptarnos con nuestras virtudes y nuestros defectos, con nuestras habilidades y nuestras limitaciones, tal aceptación nos hace sentir cómodos dentro de nosotros mismos. Sin autoestima la vida puede resultar muy dolorosa.

A continuación, platicaremos sobre algunas cosas que debes saber para qué logres mejorar tu autoestima:

1. Conócete ante todo.

Nadie ama a quien no conoce, así como no podemos enamorarnos de una persona por muy linda que sea tanto por dentro como por fuera si ni siquiera la conocemos, por eso es muy importante conocernos a nosotros mismos, saber cuales son nuestras virtudes pero también nuestros defectos, para poder trabajar en lo que debemos mejorar y así ser cada vez mejor persona.

2. Acepta tus fortalezas y debilidades.

Como bien se dijo en el parrafo anterior, todos tenemos defectos pero también virtudes, debemos aprender a aceptar ambas, las fortalezas para que le saquemos provecho y podamos crecer y desarrollarnos de mejor forma cada día, pero también las debilidades pues sino aceptamos que las tenemos, no podremos combatir las. En AA lo primero que deben reconocer los Alcohólicos, es que estan enfermos, pues en la vida diaria lo primero que debemos aceptar son nuestras debilidades para contrarrestarlas con esfuerzo y dedicación.

3. Establece metas realistas

La autoestima es un sentimiento cambiante, practicamente se forma según las experiencias vividas en nuestra vida, si tenemos buenas experiencias, de éxitos, buenos momentos, reconocimientos, etc, seguramente nuestra autoestima estará bien, sin embargo, si tenemos solo acumuladas experiencias negativas, nuestra autoestima no se encontrará bien, la tendremos baja, por eso es importante acumular buenas experiencias, y para ello debes establecerte metas, pero éstas, deberán de ser factibles, osea, que se tenga la posibilidad de lograrlos con los recursos con los que contamos, no empecemos a volar cuando nisiquiera sabemos caminar,

debemos empezar caminando, luego trotando, después corriendo, y en algún momento estaremos volando hacia mas y mejores metas.

4. Clarifica tus valores

Por encima de todo, es importante que tengas muy claro cuales son tus valores, con tal de conseguir algo, no debes traicionarte a ti mismo, a tus ideas, pensamientos e idelaes, clarifica tus valores y fortalecete en ellos para alcanzar tus objetivos planteados en la vida.

5. Aprende a aceptar lo que no puedes cambiar de ti y aprende a vivir con ello.

Como ya se dijo antes, debemos reconocer los defectos y las virtudes, intentar cambiar todas aquellas cosas que podamos y debamos mejorar en nuestra vida para poder vivir en plenitud, sin embargo, con seguridad también existirán cosas que no podamos cambiar, cuando estas aparezcan debemos aprender a aceptarlas, pues el no hacerlo nos puede generar más problemas y pérdida de nuestra autoestima.

6. Equivocarse es de humanos, ¿por qué preocuparse tanto por eso?

Mucho nos preocupa el equivocarnos, pero más por cualquier otra cosa, es por el ¿que dirán?, por el hecho de no querer que los demás vean que también cometemos errores, pero.... ¿Quién es perfecto en esta vida? Definitivamente nadie, el errar es parte de la vida de todo ser humano, y si sabemos sacar provecho de estas equivocaciones, podremos aprender de ellas para no volverlas a cometer en el futuro.

La invitación es que cuando tengas un problema, un reto o un emprendimiento, no te detengas por el miedo a equivocarse, recuerda que aún equivocandote puedes aprender mucho para futuras oportunidades que seguro aprovecharas.

7. Entiende que quererse no es ser narcisista, es ser autentico.

Si bien está mal el no tener buena autoestima, pues la vida sin esta resulta muy dolorosa, pero, el otro extremo de la situación es igualmente insano, no se trata de ser narcisista, de creer que uno no comete errores en la vida, el creer que eres perfecto, pues estaríamos viviendo muy alejados de la

realidad. El objetivo es no caer en eso, es ser autentico, pero no como el autenticismo que nos quieren vender en la televisión, en donde nos muestran en un comercial de un famoso licor a una botella de alcohol y nos dicen que es tan autentica como nosotros. Nooooo, debemos ser auténticos, originales, pero de acuerdo a la grandeza del linaje humano.

8. Dedícate tiempo

Es impresionante el tiempo que hoy dedicamos a estar viendo el teléfono celular cada día, la televisión, las redes sociales, pero lo mas impresionante de todo es el poco (a veces nulo) tiempo que nos dedicamos a nosotros mismos, es decir a aprender cosas que nos servirán en la vida, a invertir en nosotros para poder crecer y ser mejores en lo que hagamos o en lo que nos propongamos. Dedicate tiempo, sin duda, la mejor inversión que podemos hacer, es aquella que hagamos en nosotros mismos.

9. Reconoce que cada ser humano es único.

Así es, cada ser humano es único e irrepetible, cuando te crearon, rompieron el molde, puede haber personas que se parezcan físicamente a ti, pero no son tu, tu eres único, eres irrepetible, y por ello posees un gran valor.

Ahora que ya lo sabes, trabaja en el desarrollo de tu autoestima, sin duda podrás ir dandote cuenta como vas creciendo cada día más y logrando metas y objetivos que al principio parecían imposibles de lograr, no habrá emprendimiento que no puedas lograr si te atreves, si crees en ti, y aprendes a utilizar todo tu potencial que como ser humano tienes.

Ahora que ya lo sabes, que nada te detenga.

EL POSICIONAMIENTO DE UN PRODUCTO Y EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR

Autor: M. en C. VICTOR MANUEL RICARTE MONTAÑO.

P3/4T. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: victorricarte@g.bdelrio.tecnm.mx

ANÁLISIS DEL ENTORNO DE LA MERCADOTECNIA.

La mercadotecnia actúa en un ambiente complejo y cambiante, dicho ambiente de Mercadotecnia, está constituido por factores que influyen directa e indirectamente en la dirección de la mercadotecnia, en su capacidad para establecer relaciones duraderas, lo que le lleva a mantener una excelente posición comercial con el mercado meta. Entre mayores sean las relaciones duraderas con los clientes mayores beneficios habrá para la empresa.

POSICIONAMIENTO

La posición de un producto es la forma como los consumidores lo definen, de acuerdo con sus atributos importantes. Es el lugar que el producto ocupa en la mente del consumidor, en relación con otros productos de la competencia.

Existen tres pilares que son básicos para entender el fenómeno del Posicionamiento.

El primero es el de identidad, que debe ser comprendido como lo que nuestra empresa realmente es. El segundo es la comunicación, que representa lo que la empresa pretende transmitir al público objetivo. El tercer pilar es la imagen percibida, que es el cómo realmente nos ven los consumidores.

HERRAMIENTAS DEL POSICIONAMIENTO

- **Posicionamiento por atributos:** se trata de conocer bien nuestros atributos y comunicar sobre todo, aquél que mejor trabajamos y que más valorado sea por el público.

- **Posicionamiento respecto a la competencia:** aquí se trata de compararnos con la competencia para que la gente nos sitúe.
- **Posicionamiento por precio:** en aquellos mercados donde el precio es una variable fundamental, muchas empresas deciden enfocarse a este posicionamiento. Su desventaja es que es frágil y no genera lealtades.
- **Posicionamiento por metas:** muchas marcas se posicionan como la mejor opción para que el consumidor consiga sus metas.
- **Posicionamiento por comportamiento:** otras compañías se identifican con determinados comportamientos de los consumidores.
- **Posicionamiento por uso:** muchas empresas posicionan su marca o producto en función del uso que el consumidor da al mismo.
- **Posicionamiento por beneficios buscados:** este posicionamiento consiste en averiguar, los beneficios buscados por los consumidores en el producto o servicio, e identificarse con el mismo como la mejor forma de conseguir dicho beneficio.
- **Posicionamiento geográfico y demográfico:** muchas marcas se identifican con variables puramente geográficas, como países, como productos específicos para determinadas razas, niveles educativos...
- **Posicionamiento por estilo de vida:** aquí se trata de posicionarse como una marca que se relaciona con determinados estilos de vida.
- **Posicionamiento como líder de categoría:** es el típico de las marcas creadoras de la categoría, aunque este posicionamiento debe ir acompañado de otros, como el estilo de vida o beneficios buscados para ser más permanente.
- **Posicionamiento por calidad:** al igual que por el precio, podemos distinguir la marca por la calidad del producto.

La palabra posicionamiento se popularizó, gracias a dos ejecutivos de publicidad, Al Ries y Jack Trout, que lo entienden y lo definen en su libro “Las 22 leyes inmutables del marketing” como un ejercicio creativo que se lleva a cabo con un producto.

El posicionamiento comienza con un producto, una mercancía, un servicio, una empresa, una institución, incluso hasta una persona, pero el posicionamiento no es lo que se realiza con un producto, sino todo lo contrario, es posicionar el producto en la mente de las personas.

LAS 22 LEYES INMUTABLES DEL MARKETING, POR AL RIES Y JACK TROUT.

1.- La ley del liderazgo

“Es mejor ser el primero que ser el mejor”

La cuestión fundamental en marketing, es crear una categoría en la que pueda ser el primero. Es la ley de liderazgo: es preferible ser el primero que ser el mejor. Es mucho más fácil entrar en la mente del primero, que tratar de convencer a alguien, que ya tiene un producto mejor que el que llego antes.

2.- La ley de la categoría

“Si no puede ser el primero en una categoría, cree una nueva en la que pueda ser el primero”

Cuando un producto es nuevo en una categoría, procurando satisfacer una necesidad de los consumidores, su índice de aceptación probablemente sea alto.

3.- La ley de la mente

“Es mejor ser el primero en la mente que el primero en el punto de venta”

Un producto que tiene presencia en la mente de los consumidores, debe ser preferido ante un producto, del cual no se tiene ningún tipo de información, aunque haya llegado primero a la tienda.

4.-La ley de la percepción

“El marketing no es una batalla de producto, es una batalla de percepciones”

No hay mejores productos, lo único que existe en el mundo del marketing, son percepciones en las mentes de los clientes actuales y potenciales. La percepción es la realidad. Todo lo demás es una ilusión.

5.-La ley de la concentración

“El concepto más poderoso en marketing es apropiarse de una palabra en la mente de los prospectos”

Cuando una empresa llega a apropiarse de una palabra en la mente de los consumidores, (el) los producto (s) de esta será (n) identificado(s) por esa palabra. No solo servirá para identificar el producto, sino que además ayudara a identificar la empresa misma.

6.- La ley de la exclusividad

“Dos empresas no pueden poseer la misma palabra en la mente de los clientes”

Cuando una empresa se apodera de una palabra en la mente de los clientes, es inútil intentar apropiarse de la misma palabra. Si otra empresa intenta usar la misma palabra, lo que estaría haciendo es ayudar a fluir el término a favor del competidor, quien posee la exclusividad de la misma y por lo tanto no penetrará en la mente de ningún cliente potencial.

7.- La ley de la escalera

“De la estrategia que vaya a utilizar depende del escalón que ocupe en la escalera”

En la mente de los clientes existe una jerarquía que utiliza para tomar decisiones. Los clientes se inclinan por el orden de preferencia que tienen en la mente, o sea que si una marca es percibida como la número 1, tendrá un grado de preferencia ante una número 2.

8.- La ley de la dualidad

“A la larga, cada mercado se convierte en una carrera de dos participantes”

En la lucha del marketing siempre quedan dos marcas, que son las que se disputan el primer lugar, esto ocurre normalmente entre la marca de confianza y el aspirante.

9.- La ley de lo opuesto

“Si opta por el segundo puesto su estrategia está determinada por el líder”

Cuando una empresa se sitúa en el segundo lugar, sus estrategias deben ir enfocadas al punto fuerte de su competidor, en este caso el líder.

10.- Ley de la división

“Con el tiempo una categoría se dividirá para convertirse en dos o más categorías”

Algunas empresas utilizan la ley de división para tener varias categorías de un producto.

11.- La ley de la perspectiva

“Los efectos del marketing son a largo plazo”

Esta ley nos indica, que dependiendo de las estrategias de marketing que se usen en un producto, pueden surgir efectos negativos en el futuro de dicho producto.

12.- La ley de extensión de línea

“Existe una presión irresistible para extender el valor de la marca”

Normalmente una empresa intenta extender la marca, basada en el éxito de otro producto. Estos intentan ser todo para todos, lo que con el tiempo le ocasiona problema.

13.- La ley del sacrificio

“Tiene que renunciar a algo para conseguir algo”

En una empresa hay tres cosas que sacrificar, línea de productos, mercado meta y cambio constante.

14.- Ley de los atributos

“Por cada atributo hay otro contrario igual de efectivo”

Esta ley plantea que se debe buscar un atributo diferente al de la competencia. Una vez que se haya seleccionado este atributo, la empresa debe promover su importancia y de esa forma aumentar su participación.

15.- La ley de la sinceridad

“Cuando admita algo negativo, el prospecto le reconocerá algo positivo”

Al admitir un aspecto negativo de un producto, debe crearse un beneficio que convenza al cliente de un aspecto positivo de dicho producto.

16.- La ley de la singularidad

“En cada situación solo una jugada producirá resultados sustanciales”

Al presentarse un problema en una empresa, solo una alternativa resolverá el problema y no un conjunto o varias alternativas.

17.- La ley de lo impredecible

“Salvo que usted escriba los planes de sus competidores no podrá predecir el futuro”

Aquí se plantea que una empresa no puede predecir la reacción de su competidor. No solo se debe pensar en una planificación estratégica, que obtenga resultados a corto plazo, si no orientar dicha estrategia, hacia una dirección de marketing a largo plazo.

18.- La ley del éxito

“El éxito suele llevar a la arrogancia y la arrogancia lleva al fracaso”

Cuando una empresa alcanza el éxito puede convertirse en arrogante y posteriormente fracasar.

19.- La ley del fracaso

“El fracaso es parte de nuestra vida y debemos aceptarlo”

Algunas empresas no admiten el fracaso de un producto determinado, y al contrario tratan de arreglarlo, lo que con el tiempo lleva al fracaso. Lo conveniente es reconocer un fracaso a tiempo para reducir posibles pérdidas.

20.- La ley de la nota sensacionalista

“En muchas ocasiones la situación es lo contrario de lo que aparece en la prensa”

A través del sensacionalismo, lo que se busca es presentar al cliente que se está en una situación que realmente no existe. No es lo mismo capturar la imaginación del público que revolucionar un mercado.

21.- La ley de la aceleración

“Los programas que triunfan no se construyen sobre caprichos si no sobre tendencias”

Un capricho es un fenómeno de corto plazo que pueda ser rentable, pero no dura lo suficiente como para producir algo estable a la empresa. Los caprichos en corto plazo aumentan vertiginosamente y en ese mismo plazo disminuyen.

22.- La ley de los recursos

“Sin los fondos adecuados, una idea no despegara del suelo”

Además de tener una buena idea, se necesitan los recursos necesarios para invertir en esa idea. El objetivo es llegar a introducirse en la mente de los consumidores a través de la publicidad.

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

Es el proceso de decisión y la actividad física que los individuos realizan cuando evalúan, adquieren, usan o consumen bienes o servicios.

El comportamiento se considera como un conjunto de actividades elementales, tanto mentales como físicas, como puede ser la preparación de una lista de compras, búsqueda de información, discusión sobre la distribución del presupuesto familiar, etc. que de alguna forma influyen entre sí, e inducen al acto de compra, a la elección de un producto o marca, o de un servicio.

En un mercado competitivo son muchas las marcas y los fabricantes que tratan de conquistar el favor del consumidor; y por tanto es importante conocer, estudiar y comprender las motivaciones, las exigencias de los consumidores, que constituyen un imperativo que la empresa no puede eludir.

Cualquiera interesado en satisfacer las necesidades de un consumidor, debe de comprender lo que motiva a las personas a comprar un producto y a rechazar otro.

Proceso de decisión de compra.

Antes de llegar a la decisión de hacer la compra el consumidor pasa por una serie de etapas, entre las que se encuentran:

1. Reconocimiento de una necesidad: que es donde el consumidor es impulsado a la acción por una necesidad.

2. **Elección de un nivel de participación:** es donde el consumidor decide cuánto tiempo invertir en el intento de satisfacer la necesidad.
3. **Identificación de alternativas:** es donde el consumidor descubre productos y marcas alternas.
4. **Evaluación de alternativas:** es cuando clasifica las ventajas y desventajas de las opciones.
5. **Decisión:** es cuando decide o no hacer la compra
6. **Comportamiento después de la compra:** el consumidor busca la seguridad de haber tomado la decisión correcta.

Estas etapas pueden tener variaciones, ya que el consumidor puede desistir en cualquier etapa previa a la compra, a veces se omiten algunas etapas, las etapas no necesariamente tienen la misma duración, y algunas etapas se realizan de manera consciente en algunas etapas y de modo subconsciente en otras etapas.

Lo que un consumidor aprende al realizar el proceso de compra, influye en cómo se conducirá la próxima vez que se le presente la misma oportunidad. Después de recabar la información, evaluar las opciones y llegar a una decisión, habrá adquirido conocimientos adicionales sobre el producto y varias marcas. Más aún, se habrá formado nuevas opiniones y creencias y habrá revisado las viejas.

Roles de Compra

Los roles de compra pueden ser realizados por una misma o diferente persona.

- **Iniciador:** la persona que primero sugiere la idea de comprar un servicio o producto particular.
- **Influenciador:** es la persona cuyo punto de vista o consejo tiene algún peso en la toma de la decisión final.
- **Decisor:** persona que decide sobre algunos de los elementos de la decisión de compra: si comprar, qué comprar, cómo comprar o dónde comprar.
- **Comprador:** persona que de hecho lleva a cabo la compra.
- **Usuario:** persona que consume o utiliza el producto o servicio.

Tipos de comportamiento de Compra.

- **Comportamiento complejo:** los consumidores están altamente implicados en las compras, y conocen ampliamente las diferencias entre las marcas, esto sucede cuando la compra es cara, poco frecuente, con riesgo y altamente auto expresivo. Normalmente el consumidor no sabe demasiado acerca de la categoría del producto y tiene mucho que aprender.
- **Comportamiento reductor de disonancia:** el comprador buscará y mirará para aprender qué es lo que está disponible, pero comprará rápidamente debido a que las diferencias entre marcas no son pronunciadas.
- **Comportamiento habitual:** los consumidores no acostumbran a buscar extensivamente información acerca de las marcas, a valorar sus características y a ponderar qué marca comprar, sino que, por el contrario, suelen ser receptores pasivos de información, en la medida que ven la televisión o anuncios impresos. La repetición de los anuncios crea familiaridad de marca más que convicción de marca.
- **Comportamiento de búsqueda variada:** los consumidores suelen hacer una importante selección de marca. El cambio de marcas suele darse más por variedad que por insatisfacción.

La Investigación de los Procesos de Decisión de Compra

Las empresas inteligentes investigarán el proceso de decisión de compra implicado en sus categorías de productos. Necesitan preguntar a los consumidores cuándo entran en contacto por primera vez con un producto y las marcas, cuáles son sus creencias, qué grado de implicación tienen con el producto, cómo hacen su elección de marca y qué grado de satisfacción sienten después de la compra. Los consumidores tienen formas diferentes de adquirir sus productos, los consumidores pueden segmentarse en términos de estilos de compra

Fases en el proceso de decisión de compra

Decisión de compra: la decisión de un consumidor de modificar, posponer o evitar una compra está fuertemente influenciada por el riesgo percibido.

Comportamiento post-compra: una vez comprado el producto, el consumidor experimentará cierta satisfacción o insatisfacción y llevará a cabo

ciertas conductas post- compra y ciertos usos del producto que serán de interés para el responsable de marketing. Por lo tanto, su tarea no termina cuando se compra el producto, sino que continúa en el periodo post-compra.

Satisfacción post-compra: después de la compra de un producto, un consumidor puede detectar algún defecto.

Acciones post-compra: la satisfacción o insatisfacción del consumidor con el producto influenciará sus comportamientos posteriores. Si el consumidor está satisfecho, tendrá una mayor probabilidad de volver a comprar el mismo producto.

Utilización post-compra: si los consumidores encuentran un nuevo uso para el envase del producto, éste podrá ser objeto de publicidad.

SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL

Autor: M.C. CAROLINA BRITO ESCALANTE.

PTC. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: carolinabrito@g.bdelrio.tecnm.mx

Los sistemas de información son una herramienta de software que, con un conjunto de recursos ordenados como hardware, funciones, procesos, y personas son capaces de procesar, recopilar, gestionar y almacenar información de la empresa favoreciendo al manejo de operaciones administrativas en las empresas, desde las pequeñas, medianas hasta las más grandes a nivel mundial.

Existen diferentes tipos de sistemas de información de acuerdo a las funciones que realizan y al tamaño de la empresa, los hay para procesos específicos como es el caso de los sistemas de información geográfica, los sistemas de gestión de la cadena de suministros, sistemas de automatización de ventas, sistemas de soporte ejecutivo y sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP) entre otros.

El sistema ERP llamado así por sus siglas en inglés que significan Enterprise Resource Planning, o Planificación de Recursos Empresariales en español, es uno de los más utilizados por su versatilidad y por qué engloba las funciones generales de la empresa, integra las principales áreas funcionales, facilitando la gestión y optimización de sus recursos.

El éxito de estos sistemas es que, están diseñados por módulos, cada módulo corresponde a un área de la empresa y el sistema puede trabajar con uno o varios módulos que están relacionados entre sí, algunos de los módulos más importantes son:

Módulo de Producción: En este módulo de un sistema ERP se realiza la planificación y control de la producción, gestión de la calidad, mantenimiento, entre otras.

Módulo de Finanzas: Es propiamente un módulo de contabilidad, en el que además se puede llevar el control de gestión de pagos, tesorería, activos fijos, etc.

Módulo de Ventas: En este módulo se gestionan información y datos de los clientes, así como pedidos, facturación, CRM (Customer Relationship Management), este módulo es importante ya que, al tener acceso rápido a la información del cliente, historial de pedidos, etc., se pueden mejorar el servicio y los tiempos de respuesta.

Módulo de compras: En este módulo se realiza la gestión de proveedores, pedidos de compra, recepción de mercancías, etc.

Módulo de Inventario y Almacén: Este módulo sirve para llevar el control de stock, localización de productos, gestión de lotes y fechas de caducidad, etc.

Módulo de Recursos Humanos: Se trabajan las nóminas, prestaciones, perfil y formación del personal, selección de personal, administración de personal, etc.

La cantidad de módulos depende de las necesidades, el giro y el tamaño de la empresa.

Los sistemas de información ERP pueden además servir de apoyo para cumplir la regulación y normativas que en la empresa se requieran.

La centralización de los procesos en un sistema informático mantiene la información actualizada lo que permite la generación de reportes, informes financieros, e informes de resultados en tiempo real y en cualquier momento.

Los sistemas ERPs están diseñados para ser escalables lo que significa que, conforme la empresa va creciendo el sistema también puede ir adaptándose al tamaño y a las necesidades agregándose más módulos, o distintas funciones de acuerdo a las necesidades cambiantes

Otra característica importante es la de mantener los datos seguros, actualizados sin duplicidad con la finalidad de optimizar el almacenamiento de información siendo consistente, sin duplicidad de registros. Al tener toda la información centralizada, se evitan errores y se mejora la eficiencia en la gestión y el almacenamiento.

Un ERP adecuado es el que puede cumplir con una visión integrada en tiempo real de los procesos de gestión, debe además servir de apoyo en la toma de decisiones y llegar a cumplir los objetivos de la empresa.

Existen muchos sistemas ERP en el mercado, desde soluciones para grandes corporaciones hasta soluciones para pequeñas y medianas empresas. Algunos ejemplos populares son SAP, Oracle, Microsoft Dynamics, Baan, entre otros.

La implementación de un ERP muchas veces llegó a resultar un proceso complejo y costoso, que en la mayor parte del tiempo era exclusivo para grandes corporaciones, hoy en día existen muchas soluciones en el mercado que permiten la implementación de estos sistemas, tal es el caso de las opciones para pequeñas y medianas empresas (PYMES) los sistemas de información para las PYMES se han modernizado y se han ido volviendo fáciles de implementar y de adaptar a las necesidades específicas de estas empresas de menor tamaño, algunos ejemplos de estos son: SAP Business One, Microsoft Dynamics 365, NetSuite, ERPNext, entre otros.

Antes de implementar un ERP en cualquier empresa, es importante considerar que el mejor sistema informático es el que se adapta fácilmente a los procesos, que sea capaz de ajustarse a los cambios y crecimiento, es importante considerar los costos de la implementación y el licenciamiento deben incluir el soporte de la post venta.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS

Autor: DRA EVELYN SALGADO MORALES.

P.A. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: evelynsalgado@g.bdelrio.tecnm.mx

Autor: MIL ALBA MERCADO HERRERA.

P.3/4. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: albamercado@g.bdelrio.tecnm.mx

Como en todo proceso administrativo existen diferentes etapas que se deben aplicar para su realización, etapas como la planeación, organización, dirección y el control. Dentro de la elaboración de proyectos las etapas o pasos que deben seguirse tienen ciertas similitudes con la administración de proyectos.

La administración de proyectos busca que los proyectos que se desarrollen sean exitosos para ello tiene factores que deben seguirse para lograr este éxito.

La administración de proyectos debe abarcar el alcance, tiempo, costo, calidad del proyecto así como tener un control dentro del cual exista la gestión de riesgos.

El proyecto debe de tener o dejar claro lo que se pretende lograr con él. Es necesario que se defina el alcance que tendrá el proyecto, es decir, que abarcara y que no abarcara además de contar con las estrategias de desglose del trabajo para su mejor delimitación. El tiempo que se llevara en su realización, es decir el plazo establecido para ello se debe contar con un cronograma de cada una de las actividades a realizar. Los costos de un proyecto deben ajustarse al presupuesto que se tenga siempre determinando costo-beneficio. La calidad se refiere a cada uno de los requerimientos necesarios para cada área del proyecto(estándares y planes de calidad). Los riesgos se deben contemplar dentro del control ya que debe de saber cómo actuar cuando se presenten situaciones de incertidumbre.

Los proyectos nacen por las necesidades que se presentan, son planes de trabajo que se llevan a cabo en la realización de actividades específicas, en ellos se prevén los objetivos del proyectos, costos, tiempos, inversiones y todo lo que abarca desde el principio hasta el final buscando lograr un producto satisfactorio en base a nuestras necesidades.

En la actualidad es una herramienta muy aplicable y utilizada por todas las personas y empresas, ya que es una forma de ayudar tanto público como al privado a alcanzar sus objetivos dentro de su organización. Los proyectos tienen características como la trascendencia, la utilización de los recursos, la continuidad el dinamismo, la irreversibilidad y las influencias externas.

Podemos clasificarlos en proyectos internos o externos, los proyectos internos son los que se llevan a cabo dentro de la empresa y es ella la encargada de llevar a cabo la aplicación del mismo. Los proyectos externos son aquellos que se realizan por personas ajenas a la empresa, se contrata a la empresa para que construya el proyecto de acuerdo a las necesidades del cliente.

En la etapa de definición del proyecto de manera general podemos decir que se analiza la viabilidad del proyecto, los problemas, los objetivos, y las alternativas que tenemos. Durante la etapa de planeación se detallan los planes de operación del proyecto, los beneficios, programas, calidad y presupuesto, así como recursos, riesgos y se asigna el personal. En la etapa de ejecución se realiza lo planeado, se miden costos, tiempos y medios de control del proyecto. Esta etapa se ejecuta la producción y todo lo que abarca la misma. Y por último la entrega y evaluación del proyecto, en esta etapa se entrega el proyecto final al cliente y esto conlleva a su culminación, de esta manera se puede observar si el producto final es lo que esperaba el cliente y si realmente se alcanzó el objetivo y metas que se propusieron al inicio del proyecto. En la medida que se alcance la satisfacción del cliente podemos decir que el proyecto tuvo éxito.

ELABORACION DE PROYECTOS

La elaboración de proyectos es importante ya que se crean con la finalidad de aprovechar los recursos para mejorar condiciones de vida, pudiendo ser a corto, mediano o largo plazo. Se busca siempre elegir el mejor proyecto que permita el mayor crecimiento económico y ofrezca mayor bienestar.

Formular o elaborar un proyecto en este contexto significa, verificar los efectos **económicos, técnicos, financieros, institucionales, jurídicos, ambientales, políticos y organizativos**, de asignar recursos hacia el logro de unos objetivos. (Miranda Miranda, Juan José s.f.)

Se pueden crear para satisfacer alguna necesidad, porque se prevé necesidades futuras o simplemente se tiene una idea que se quiere realizar. Para ello lo primero es identificar aspectos principales del problema o necesidad y cuáles serían las posibles soluciones, evaluar alternativas y si es necesario mejorarlas de manera que esto garantice la mejor utilización de los recursos con los que se cuenta.

En toda elaboración de proyectos se tiene que definir el proyecto, para ello se tendrán que tomar en cuenta las prioridades del proyecto así como la creación de una estructura de descomposición del trabajo en donde se plasmen actividades que realizara cada persona definiendo de manera jerárquica el trabajo a realizar.

También se deben implementar técnicas de planificación en donde se involucre el manejo de tiempos y costos.

Existen distintos tipos de métodos que permiten estimar tiempos en la administración de un proyecto. Es imprescindible considerar: la duración total del proyecto, fecha de inicio y fin de cada una de las actividades así como el conocimiento que tendrá el atraso o desfase en la realización de las tareas individuales que forman parte del proyecto. Los atrasos en las actividades individuales del proyecto tienen incidencias directas en los costos presupuestados. (BACA, Gabriel 2008).

Otro aspecto que se debe tomar en cuenta son las consideraciones técnicas, como es el tamaño del proyecto el cual dependerá de la poca o mucha demanda que tenga. Otra consideración es los participantes estos son todas

aquellas personas que se encuentren involucradas en la creación del proyecto. La última consideración son los plazos, es decir cada proyecto debe realizarse en base a periodos de tiempo, debe tener una fecha de inicio y final. Esto porque si es muy largo puede aumentar costos que se saldrían de presupuesto con el que se previó.

CONTROL EN EL DESARROLLO DEL PROYECTO

El control del proyecto nos sirve para verificar si lo que hemos estado realizando está de acuerdo a los objetivos planeados, de tal manera que si existiera alguna desviación esta se pueda corregir, también sirve para prever situaciones que se puedan presentar en un futuro, con el control nuestro proyecto está en continua supervisión.

El control de calidad en los plazos se realiza tomando en cuenta los tiempos en los cuales se desarrollara el proyecto, las actividades a realizar, quienes las realizaran y el tiempo que se tardaran en realizarlas; estos pueden ser a corto, mediano o largo plazo. El control deberá estar presente en cada momento. El control de calidad en costos se refiere a que en todo momento se debe cuidar que las actividades programadas estén de acuerdo a lo planeado, evitando que alguna de ellas pueda salirse del presupuesto destinado para su realización. Deben de aplicarse estándares para medir la calidad del producto o servicio además de que la empresa debe contar con planes de calidad para su correcta aplicación.

La gestión de costos nos ayuda a administrar los costos internos y externos que se generan dentro del proyecto. Los costos del proyecto se refieren al presupuesto asignado al proyecto y se analiza los costos-beneficios del mismo. Los costos externos son los que se presentan fuera de la empresa, no los generan causas externas. Los costos internos son aquellos que se derivan de los gastos dentro de la misma empresa, por lo tanto son costos que podemos controlar.

En todo proyecto debe existir la administración de riesgos, los riesgos son elementos importantísimos que debemos tomar muy en cuenta puesto que todas las actividades que realizamos llevan riesgos. Muchas veces aunque exista una buena planeación se presentan riesgos por ello se debe estar alerta para prever, solucionar o aplicar medidas correctivas cuando se requiera.

Lo primero que debemos analizar son los posibles riesgos que pueden presentarse, aquí será de gran ayuda involucrar a todas las personas que forman parte del proyecto para detectar posibles fallas en la realización de actividades y poder corregirlas a tiempo. Se debe identificar las necesidades que sean más prioritarias y necesiten de mayor atención.

Siempre se debe buscar el reducir los riesgos, de tal manera que se prevean antes o se corrija para evitar daños mayores. El éxito del proyecto está en solucionar el problema que se presente de la mejor manera posible, ya que de no ser así aumentara el costo del proyecto y traerá complicaciones.

Las empresas elaboran planes de contingencia, ya que facilitan la aplicación de alguna solución al problema, también pueden existir fondos en donde existan reservas presupuestarias para hacer frente a los imprevistos.

EVALUACIÓN DE PROYECTOS

La evaluación de proyectos nos sirve para saber si el producto del proyecto que se realizó fue de acuerdo a los objetivos o metas que se tenían. Además de analizar los costos y beneficios del proyecto y de esta manera poder tomar las mejores decisiones. La evaluación se debe aplicar en cada etapa del proyecto con la finalidad de que exista una supervisión constante para detectar posibles desviaciones aplicando medidas correctivas donde se requiera y volviendo a encauzar el rumbo.

Existen proyectos que son de carácter privado, los cuales se realizan de acuerdo a las necesidades del cliente, este tipo de proyectos a la hora de evaluarlos los resultados obtenidos solo impactaran al dueño del proyecto. Sin embargo existen proyectos que son de carácter público, los resultados obtenidos en la evaluación de estos proyectos afectan a toda la sociedad. Por ello se debe de poner atención en el impacto que estos generen. Puede ser que el proyecto sea muy bueno y este bien planeado, pero puede tener un impacto negativo en a sociedad.

Existen diversas formas de evaluación en las cuales se toman en cuenta distintos factores como datos, historia, cultura, cualidades, etc.

Algunos toman en cuenta algunos factores dependiendo el tipo de proyecto que se realice. Otros buscan integrar todos los factores para un mejor funcionamiento. Y otros simplemente se basan en los resultados que se obtuvieron.

Los proyectos deben de ser supervisados y controlados constantemente, no se debe dejar que se apliquen hasta el término del proyecto, sino que desde que se inicia hasta que termina debe de estarse supervisando en todos los aspectos.

En la medida que los proyectos arrojen resultados satisfactorios basados en metas y objetivos definidos desde el principio, podemos decir que el proyecto tuvo éxito. Para medir estos resultados las empresas se apoyan con esquemas basados en indicadores, de esta manera el trabajo se simplifica.

De manera general los proyectos tanto públicos como privados tienen las mismas características. Solo que en cuestión de presupuesto y costos hay una diferencia. En los proyectos privados el capital que se invierte es del dueño del proyecto por lo tanto tendrá mucho interés en el que se realice con calidad y de la mejor manera posible, porque de lo contrario el pagaría las consecuencias. En el caso de los proyectos públicos el capital que se invierte está presupuestado de antemano, por lo que la empresa que lo realice buscara siempre ajustarse a el presupuesto y muchas veces solo se busca justificar el gasto y ya no se pone mucha atención a la calidad y los resultados obtenidos.

Los proyectos deben contar con una evaluación permanente en cada una de las etapas, ya que esto servirá como medida de control durante todo el proceso de desarrollo del proyecto. Como en todo lo que realizamos, existe el riesgo de que un proyecto fracase o tenga éxito. Esto dependerá de tener una adecuada planeación, de las decisiones que se tomen y en las deficiencias que se presenten durante la realización del proyecto. Por ello es importante que cada persona que esté involucrada en la realización el proyecto conozca perfectamente los objetivos que se desean alcanzar, así mismo el personal deberá rotarse en cada área a modo de que se involucren en el proyecto.

LA APLICACIÓN DE LA ÉTICA EN LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Autor: DR. GABRIEL OLIVERAS BAXIN.

PTC. Universidad Veracruzana/ Facultad de Contaduría y Negocios

Correo electrónico: goliveras@uv.mx

Autor: ING. JESÚS LÓPEZ ORTEGA

PTC. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: jesuslopez@g.bdelrio.tecnm.mx

Autor: LIC. BLANCA FLOR GONZÁLEZ NARANJO

PA. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: blancagonzalez@g.bdelrio.tecnm.mx

Por consecuencia de los acelerados cambios que la sociedad ha sufrido en los últimos tiempos en los campos científico y tecnológico, así como en los medios sociales, económicos y culturales han quedado olvidados aspectos fundamentales e indispensables para el desarrollo a nivel individual, social y de la humanidad en general.

Es por ello que conceptos como ética, parecen quedar olvidados al observar por ejemplo el trato que se le da a los trabajadores en las empresas, la corrupción al interior de las mismas, entre muchos otros factores.

Es inevitable hacer caso omiso a la ética en una empresa, si bien es sabido lo que es y representa en todos los ámbitos en los que esta disciplina se puede aplicar y mejor aún se perciba que forma parte de ella, se notará en todos los aspectos. Al ser una guía del comportamiento humano, reflexiona sobre cuáles acciones serían correctas para llevarlo hacia el bien, es decir, que si llevamos la ética a la administración todo profesional adquiere valores, principios, deberes y derechos que lo orienten y guíen.

Así es que poseyendo una buena base ética es tener simultáneamente los cimientos con base en lo profesional, tomando en cuenta que se trabaja con personas, partir del hecho de que si se trata a los trabajadores con dignidad y respeto, ellos realizarán sus labores plenos y produciendo con calidad, mientras que por el contrario de no ser tratados así los trabajadores serían tomados como sujetos que no son personas sino recursos dentro de una empresa y en ese sentido ya se está haciendo a un lado los principios y base que toda empresa debiera tener.

Haciendo una analogía entre el lenguaje ético en una sociedad y el de una empresa este sería como plantearse si una persona es “buena” o “mala” y un negocio “bueno” o “malo” obvio en ninguno de los casos se tiene la certeza si lo son o no, pero hay situaciones o elementos que ayudan a la toma de decisiones, asumiendo los riesgos que ello conlleve, tal como son las consecuencias y las responsabilidades de haber hecho cierta elección y llevarla a cabo.

La ética aplicada en este sector nos da pautas para poder hacer la toma de decisiones que lleven a realizar un buen negocio, una sana competencia, producir productos o servicios de calidad, promover un ambiente laboral saludable, un buen ambiente laboral, el trato digno a los trabajadores, evitar incurrir en autosabotaje al promover los productos o servicios con aspectos o características con las que no cuentan y no forman parte de ellos, es decir falsa publicidad y una serie de aspectos que a larga son contraproducentes y se reflejan tanto dentro de la empresa como fuera.

Lograr que la ética se adentre en cada uno de las partes de una empresa y el sector administrativo nos facilita la producción, la toma de decisiones, el trabajo colaborativo y en todos los aspectos que logran que una empresa tenga credibilidad, sea próspera, leal en la competencia y con trabajadores que posean la ética profesional que lleven al éxito.

La ética nos da las normas de derecho para ejecutar actos humanos correctamente buenos y acordes con la razón. Es así que provee el modo del cuestionamiento de lo que debe hacerse en todo proceso de decisión.

Los procesos de decisión en la administración de las organizaciones, conllevan el cuestionamiento ético en los valores y preferencias de alternativas y

resultados. Es así que entonces un proceso participativo en la búsqueda permanente del bien individual y colectivo, como se ha abordado anteriormente es imprescindible en la administración de las organizaciones.

Llevar una secuencia lógica de comportamiento en cada uno de los departamentos que forma una empresa desde el primer eslabón hasta el último dan la certeza que se requiere para llegar a un buen desempeño logrando las metas propuestas ya sean personales, sociales, laborales necesarias para llegar al éxito sin incurrir en malos procesos o malas tomas de decisiones.

La ausencia de cuestionamientos éticos en los procesos de definición del sistema que se trate, y de su contexto, así como en los de decisión en la administración, es lo que aparentemente ha producido las situaciones que ahora enfrentamos, no solo no éticas y de corrupción. Una sociedad que no cuestiona o analiza las posibilidades de una decisión, las consecuencias de resolver con una u otra posibilidad sin faltar a los principios personales y profesionales, no podrá obtener los resultados deseados sin faltar el análisis necesario.

En muchas ocasiones los valores se asignan solo considerando los beneficios para un individuo, un grupo o una organización, sin la apreciación de los valores y preferencias de los otros y sin la valoración de la interacción de decisiones, acciones y resultados en el sistema y su contexto.

EL LIDER DE HOY ¿NACE O SE HACE?

Autor: MC ERIK FELIPE LÓPEZ CÁMARA.

P.A. Universidad Veracruzana/ Facultad de Administración

Correo electrónico: eriklopez02@uv.mx

Autor: DRA. DANIELA FUENTE MORENO

P.A. Universidad Veracruzana/ Facultad de Administración

Correo electrónico: dfuente@uv.mx

El tema de liderazgo suele traer con él, un sin fin de interrogantes que, a través de ellas nos ayudan a identificar si somos o no somos líderes en nuestra vida. Sin embargo, a veces no solemos percatarnos de las grandes cualidades que hemos desarrollado a través de nuestro desarrollo estudiantil o en la vida misma.

Un líder es aquella persona que puede motivar, comunicar y conducir a un grupo de individuos. Tiene la facultad de crecimiento, consolidación paulatina y constante, el líder cuenta con la capacidad, objetividad, congruencia en lo dice y hace con principios y objetivos.

Se destaca que el líder es aquel que cuenta con la vocación de servicio y actitud optimista hacia la sociedad. Los líderes eficaces empoderan a otras personas para que logren sus objetivos personales y contribuyan a cumplir exitosamente metas grupales, los líderes están en posición de modelar comportamientos para que otras personas imiten. Porque ellos brindan orientación, comentarios durante el proceso de trabajo y a menudo también ayudan a mejorar las habilidades.

Las cualidades principales de un líder eficaz se pueden identificar como:

- **Enfoque:** Está es la capacidad que tiene la persona de transmitir enfoques para no perder de vista los objetivos o metas que se tengan planeadas.

- **Comunicación:** Es la clave para poder tener un liderazgo de esa manera puede influenciar a las personas de manera positiva y podrá mantener la escucha activa para el desarrollo de actividades.
- **Optimismo:** Capacidad de enfocarse en el lado ventajoso de las situaciones y esperar resultados positivos. Una actitud optimista ayuda a superar obstáculos y situaciones adversas.
- **Mente abierta:** Significa considerar nuevas ideas y ver las situaciones sin tener prejuicios. Escuchar a otras personas para poder incluir sus ideas para fortalecer el equipo.
- **Integridad:** Demuestra integridad al reconocer y dar crédito a otras personas. La integridad personal hace énfasis a la capacidad de ser honesto y ético. La integridad crea la confianza que se necesita para trabajar en conjunto.
- **Persuasión:** Apoya a la exposición de ideas de una manera que las personas se puedan contagiar de toda convicción.

La lealtad, puntualidad, dedicación, generosidad, persistencia, visión, inquietud y responsabilidad son algunas de las cualidades en las que un líder excede anteriormente mencionadas y es por ello por lo que solemos seguir a las personas que cuenten con todas esas habilidades.

Las características de liderazgo son acciones específicas que puede llevar acabo un líder. Los estilos de liderazgo son conceptos más amplios que definen el enfoque general del líder.

Identifica tú estilo de liderazgo:

1. **Autoritario:** Este líder brinda instrucciones a largo plazo y se centra en los objetivos finales, suele tener mayor experiencia y conocimiento que las personas que lidera, muestra instrucción clara y fija estándares, motiva al inspirar entusiasmo por la misión, es más eficaz cuando este requiere un cambio de dirección o visión y menos eficaz cuando se necesita una guía.
2. **Burocrático:** Es la forma más eficaz de liderar, este líder dirige a las personas a la consecución de objetivos, establece metas y motiva mediante la disciplina, se centraliza en el poder, es colaborativo, eficaz cuando se debe

de tomar decisiones en corto plazo y menos eficaz cuando se trata de liderar a personas mayormente calificadas.

3. Autocrático: En este estilo de liderazgo todo recae en el líder, las decisiones las toma centralizadas en él, siendo esta el responsable de crear los objetivos, estrategias, equipo y fechas. Es eficaz cuando no tiene que justificar su conducta ante el equipo.

4. Innovador: Comparte la visión del futuro y busca tener la excelencia, este líder le gusta crear cosas nuevas para implementar a su desarrollo, motiva mediante la promoción del respeto la creatividad de los miembros del equipo, es colaborativo. Es eficaz cuando se revuelven problemas complejos.

5. Marcador de ritmo: Este líder delega responsabilidad para que las personas que lidera adopten proyectos nuevos y trabajen con velocidad, se centra principalmente en la productividad. Motiva al establecer estándares altos y luego lidera con ejemplos.

6. Democrático: Depende del consenso, se siente a gusto cuando permite que otras personas lideren de vez en cuando, usa la comunicación y colaboración para un trabajo en conjunto, son agradecidos y su comunicación es bidireccional.

7. Transaccional: Es conocido como líder pasivo, tiene las metas claras, se muestra positivo, resolutivo y motivador se preocupa por su equipo por fomentar el interés y superación de cada uno. Se aplica principalmente en empresas que cuentan con una estructura definida.

8. Transformacional: Lo conocen como el verdadero liderazgo por los teóricos, el líder inspira en el equipo de trabajo de forma continua, es entusiasta. En este estilo de liderazgo es fundamental el apoyo mutuo, se aplica la creatividad y la autonomía.

9. Afiliativo: Su principal función es la cohesión en el equipo y armonía, es por ello que tiene gran impacto en su ambiente. Se centra en las necesidades emocionales, motiva a las personas y en sus relaciones para

evitar el conflicto. Es muy eficaz para aumentar la moral, reconstruir la confianza y trabajar bajo circunstancias de estrés.

10. Altruista: Se centraliza en personalizar estrategias para el desarrollo de las necesidades individualizadas del equipo, es reconocido por servir a otras personas, es motivador dado a su enfoque ético, crea cultura positiva para promover una moral alta.

Los tipos de liderazgo son enfoques que utiliza un líder para poder llegar a sus objetivos, ninguno es más o menos importante que el otro, cada líder suele adecuarse a su funcionalidad para poder resolver las adversidades que se le presentan, sería un error el solo mantenerse fijo en un estilo de liderazgo, lo ideal es adecuarse a la necesidad.

Al identificar algunos estilos de liderazgo, podemos llegar a la importancia que tiene y es que en la mayoría de las actividades se involucra el recurso humano dentro de un grupo.

Es necesario contar con una persona capaz de organizar y guiar al grupo, para cumplir los objetivos establecidos.

¿CUAL SERIA EL RESULTADO DE MANEJAR UNA COMUNICACIÓN ASERTIVA, EN EL TRABAJO Y EN LA VIDA COTIDIANA?

Autor: MIA.MARÍA DE JESÚS CECILIA RAMÓN VILA

PTC. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: ceciliaramonvila@g.bdelrio.tecnm.mx

Autor: DR. LUIS FLORES MUÑOZ

PTC. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: luisflores@g.bdelrio.tecnm.mx

Para empezar, debemos determinar lo que significa la Comunicación, en términos generales, porque tiene una gran importancia el que nos sepamos comunicar:

- a) Podemos expresar nuestros deseos, necesidades y anhelos.
- b) Nos podemos comunicar en forma oral, escrita, gestual y kinestésicamente.
- c) Hay comunicación directa, indirecta, formal e informal.
- d) También puede ser pasiva (sólo escuchamos el mensaje) o activa (participamos en el mensaje).
- e) No podemos dejar de lado la comunicación intrapersonal, interpersonal y grupal.

Sin embargo, el tipo de Comunicación que nos atañe, es la Asertiva.

Está diseñada y pensada con el propósito de transmitir de forma eficaz un mensaje para sacar provecho del Proceso Comunicativo que de acuerdo con David K. Berlo, está formado por un Emisor (persona que emite y codifica el mensaje), un Canal (por el cual viaja el mensaje) y un Receptor (que es la persona que recibe y decodifica, es decir, comprende eficazmente el contenido del mensaje) lo cual el

emisor lo puede constatar en el retorno, respuesta o retroalimentación que recibe del mensaje emitido.

La Comunicación Asertiva toma en consideración todos los elementos de los cuales puede hacer uso para lograr un mensaje eficaz y eficiente, por ejemplo, el tono de voz, el ritmo al que se habla, el lenguaje corporal y con todo ello, puede desarrollar cierta inteligencia comunicacional en el Emisor, que de manera sustancial, le va ayudar a darse entender con propiedad y utilizar las palabras que sean comprensibles para la o las personas a las cuales se dirige.

Características de la Comunicación Asertiva.

Para que la Comunicación sea Asertiva, siempre se deben tomar en cuenta elementos que la caracterizan y estos tienen que ver con aspectos Psicológicos, Pragmáticos del Arte Comunicativo y Emotivos, por lo tanto, este tipo de comunicación toma en cuenta lo siguiente:

La postura corporal. - Mirar directamente al interlocutor, es básico, ya que denota que se le está poniendo atención, que existe interés por lo que se está transmitiendo, esto es, el mensaje.

La Gestualidad. - Los gestos con los que se acompañan los mensajes, ayudan a reforzar lo que se está diciendo, o todo lo contrario, que no interesa el mensaje que se nos está emitiendo.

La Articulación. - La forma de pronunciar las palabras, la cadencia con la que se hace, el tono de voz que se emplea, así como el enunciado que se emite, no debe ser difícil de entender, Por ejemplo: no se debe hablar tan pausadamente, ni a una velocidad en que las palabras no se captan, ya que o se aburre el receptor o se desanima y desestima el mensaje.

La Reciprocidad. - Se debe estar consciente del tiempo en que se habla y del tiempo en que se escucha, debe ser igual y equitativo para no sólo estar esperando el momento de hablar, sin poner atención a lo que el otro dice, o lo que es peor, atropellarse el uno al otro (arrebatarse los mensajes).

Tipos de Comunicación Asertiva.

- **Verbal y No verbal.** Para ser asertivo, se deben escoger las palabras para la construcción de los enunciados y todo lo referente a lo lingüístico, así como una postura que demuestre siempre disponibilidad de escucha.
- **Paraverbal.** La comunicación paraverbal es aquella intermedia entre la verbal y la no verbal, es decir, abarca los elementos que acompañan a la formulación del mensaje y que forman parte del hecho comunicativo, por lo tanto, el cómo se dice lo que se dice. El tono de voz, la articulación, el ritmo son ejemplos de ello.

TECNI

- **El disco rayado.** Se trata de repetir, en el mismo tono y cadencia, un mensaje que no fue recibido idealmente, sin propiciar confrontaciones. “No, no necesito ese producto”.
- **El banco de niebla.** Se le da la razón al contrario en una discusión, de manera amable pero vaga, pero sin dar pie a nuevos enfrentamientos. “Puede que tengas razón”.
- **Pregunta asertiva.** En lugar de afirmar un defecto o hacer un reproche, se formula la pregunta de qué falta o cómo se puede mejorar la situación u obtener el resultado buscado. “¿Cómo puedo ayudar a que se termine el trabajo?”
- **Tensión flotante.** Cada vez que otra persona diga algo que moleste o con lo que no se está de acuerdo, en lugar de pelear, ignore esa parte del mensaje y atienda el resto.
- **Hablar desde el yo.** Siempre será mejor enunciar las cosas desde la subjetividad, que afirmarlas como verdades absolutas. Recordemos que NO existen verdades absolutas. Mejor es un “No estoy de acuerdo” que un “Estás equivocado”.

LOS PROBLEMAS EN LA EVALUACION DEL DESEMPEÑO

Autor: LIC. ELVIA LOEZA GONZÁLEZ

PA. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: elvia.lg@g.bdelrio.tecnm.mx

La evaluación del desempeño es una herramienta que permite medir a los colaboradores en sus funciones, identificamos los posibles fallos que pudieran existir y que no permiten llegar al punto más productivo del colaborador, sirve como un indicador para tomar las medidas necesarias para su corrección de manera oportuna y clara.

Sin embargo, en este proceso existen varios factores que impiden cumplir con el objetivo para el cual fue hecho dicha evaluación. Mencionaré algunos de ellos

Falta de visión

La evaluación del desempeño en las PIMES puede llegar a ser muy retador, la falta de visión de la administración de una organización puede llegar a plantearse la pregunta ¿para qué voy a evaluar a mis colaboradores? ¿cómo lo hago?

¿Cuántos métodos existen? ¿cómo interpretar los resultados de la evaluación?

Definitivamente es un tema importante pero que bien vale la pena el esfuerzo, tener conocimiento de la eficiencia y eficacia de cada colaborador permite el buen posicionamiento de la organización haciéndola más competitiva.

Tiempo y formas

Indistintamente del método que se aplique, el factor tiempo es algo que se le debe otorgar al colaborador en su horario laboral, existen ocasiones que no se le otorga un tiempo en específico durante su jornada para que respondan de manera adecuada, pudiendo afectar el resultado de la evaluación.

Cuando se tiene 300 o más colaboradores en una empresa puede ser una labor titánica para poder evaluar a cada uno de ellos, sin embargo, existe la posibilidad de evaluar únicamente a los puestos claves de la organización como son los supervisores, jefes de planta o gerentes. y otro caso sería elegir una evaluación automatizada.

Desconocimiento

El desconocimiento infunde miedo en el colaborador cuando se presenta la idea de hoy es el día de la “evaluación” instantáneamente el colaborador puede presentar una reacción nerviosa por que claro la palabra “evaluación” llega a incomodar a cualquiera debido al poco o nulo conocimiento de lo que es una evaluación del desempeño teniendo una vaga idea del objetivo que se desea alcanzar con ella, otra razón es que no se le notifique en tiempo y de forma anticipada, ocasionaría en el colaborador una reacción intimidatoria con el cual se pensaría que sus trabajos estuvieran en riesgo o que le afectaría para futuras promociones.

Carencia de objetividad

Existen varios métodos para la evaluación del desempeño como son: métodos de escala gráficas, escalas mixtas, distribución forzada, etc.

Siempre existe cierta subjetividad en los distintos métodos, por ejemplo, medir la lealtad del colaborador.

En la cultura japonesa cuando un gerente le es infiel a su esposa, puede ser motivo de despido, ya que la lealtad es un valor que se tiene o no se tiene sin importar en qué aspecto de la vida de una persona se refiera. Si no le es leal a su esposa ¿ por qué le sería leal a la empresa?

Error de halo

Nunca te dejes llevar por la portada de un libro. seguramente lo has escuchado antes, cuántos de nosotros cometemos el error de dejarnos llevar por esa *primera impresión* que tenemos de alguien o de algún lugar, emitiendo juicios prematuros afectando de manera favorable o desfavorable nuestra decisiones o postura sobre alguien.

Por ejemplo. Un supervisor de ventas que da un alto valor a la apariencia del vendedor y que es un sistema de evaluación del desempeño, en el dado caso de que el vendedor en cuestión tenga un aspecto físico de sobrepeso, pudiera presentar una baja calificación.

Indulgencia / rigor

Calificar al colaborador por encima de su desempeño a eso se le conoce como indulgencia, los motivos pueden ser varios pero el resultado llega a ser desastroso se pierde objetividad, y el colaborador no se tomaría su trabajo en serio perdiendo la oportunidad de crecimiento en sus distintas áreas de oportunidad, por otro lado, los colaboradores que realmente son merecedores de una buena nota, pudieran llegarse a sentirse frustrados y poco valorados dándose lo que se conoce como la fuga de talentos.

Al igual que a la indulgencia se puede dar el caso de todo lo contrario el rigor en las calificaciones consiste en presentar bajas notas muy por debajo de su desempeño real, que llevaría a una desmotivación del personal y una baja productividad.

Prejuicios por comportamiento reciente

Cuando eras un niño recuerdas tu conducta justo antes de que llegara Santa Claus, ¡seguramente eras la criatura mejor portada de la casa verdad! Si no tenías una conducta ejemplar te llegaba carbón ¿cierto?

Pues justamente eso mismo pasa cuando el colaborador sabe que la evaluación al desempeño está próxima a llegar, su esmero es mucho mayor en esas fechas y claro que ese no es el problema, si no más bien el que no sea una conducta constante, a lo que llamaríamos instinto de supervivencia laboral.

REFERENCIAS

R.WAYNE MONDY, ROBERT M. NOE (1997)“ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS” SEXTA EDICION.

RECURSOS HUMANOS EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO LABOARAL (APLÍCALO) ANA MARÍA GODINEZ SOFTWARE DE RRHH

COMO SER UN BUEN CONSTRUCTOR Y MEJOR ADMINISTRADOR

Autor: ING. ALFREDO VAZQUEZ ESTRADA

P3/4. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: alfredovazquez@g.bdelrio.tecnm.mx

La construcción es una actividad que ha estado presente en la historia de la humanidad desde tiempos remotos, nace de la necesidad de buscar cumplir con las necesidades básicas.

Las necesidades de refugio y seguridad siempre han estado presentes entre los seres humanos. La creatividad de nuestra especie se ha centrado en satisfacer estas necesidades. En la prehistoria, las construcciones se basaban en materiales naturales como la madera, la piedra y la arcilla. Estas estructuras eran simples y rudimentarias, pero permitían protegerse del clima y de los animales salvajes. Al principio, las herramientas utilizadas en construcción eran huesos, madera y algunas piedras que se usaban sin especialización. Básicamente, eran palos y bloques para golpear y excavar.

La madera formó parte de las primeras construcciones, incluso antes de que el hombre tuviera herramientas de corte. Las ramas secas y troncos recolectados del suelo se empleaban como refugios.

En resumen, la construcción nace de la necesidad de refugio y seguridad, y a lo largo de la historia, ha sido una expresión de la habilidad y la inventiva de nuestra especie.

Con el paso de los años y la evolución de la humanidad estas necesidades han ido cambiando cada vez más en función de los descubrimientos, inventos, métodos y mejor calidad de vida.

En mi experiencia, la construcción es una actividad fundamental y necesaria para el desarrollo de la sociedad. Abarca desde la creación de vivienda, edificios, hasta las obras de infraestructura como: carreteras, puentes y redes de energía.

entre otras. En términos específicos, puedo definir la construcción como la acción y efecto de construir.

La industria de la construcción, involucra a empresas, profesionales y trabajadores de diversas áreas y desempeña un papel crucial para la vida humana y el desarrollo económico. Además, la construcción genera empleo y fomenta la innovación mediante la constante búsqueda de tecnologías y materiales más eficientes, sostenibles y seguros. Desde las primitivas viviendas de barro hasta los imponentes rascacielos de acero y vidrio, la evolución de la construcción ha sido influenciada por una variedad de factores, incluyendo los avances tecnológicos, las necesidades sociales, culturales, y los recursos disponibles.

En este artículo abordaremos el tema de la construcción como un proceso integral que va más allá de simplemente erigir estructuras. Implica una gestión eficiente de recursos, planificación estratégica y control para lograr proyectos exitosos. Exploraremos conceptos claves relacionados con la construcción y la administración, así como su relevancia en el ámbito de la ingeniería civil.

¿Cómo ser un buen constructor y mejor administrador? es el reto de todos los profesionales de la construcción.

La construcción no se limita a supervisar la obra en sí misma. Es un proceso que abarca diversas áreas y disciplinas. Una de las más importantes es la Administración de Obra, construir y administrar es una actividad que combina conocimientos técnicos con habilidades de liderazgo y gestión. Los profesionales de la construcción deben dominar tanto los aspectos técnicos como los administrativos para lograr proyectos exitosos. En un mundo donde los recursos son limitados y las demandas son cada vez mayores, la “construcción administrada”, se convierte en un pilar fundamental para el desarrollo sostenible y la excelencia en la industria de la construcción, al ser un proceso es innegable que debe cumplir los principios básicos del proceso administrativo:

1. **Planeación:** Definir los objetivos y establecer las estrategias para alcanzarlos.
2. **Organización:** Se asignan las tareas, para lograr los objetivos. Se distribuyen los recursos y las responsabilidades.

3. **Ejecución:** Es la etapa de implementación, donde se ejecutan las actividades para alcanzar los objetivos.

4. **Control:** En esta fase, se monitorea el proceso y se comparan los resultados con los objetivos establecidos. Se toman decisiones correctivas si es necesario para el logro de las metas y objetivos

El proceso administrativo funciona como una guía rigurosa para lograr llevar a buen fin un proyecto de obra civil de forma eficiente, aprovechando al máximo los recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros. Cada uno de los involucrados en este proceso debe conocer su rol dentro del proceso para garantizar su éxito. Este proceso es dinámico y las áreas involucradas deben estar concientes de esto, así como coordinar puntualmente las actividades en oficina y en campo.

“Construir bien y Administrar mejor”, servirá para llegar a ser un profesional de la construcción que lograra cumplir con los requerimientos que la profesión demanda, estos deben ser:

- **Eficiencia:** Aprovechar al máximo los recursos disponibles, minimizando desperdicios y retrasos. Adquirir materiales, equipos y servicios de manera estratégica para optimizar los recursos.
- **Control de Riesgos:** Identificar y mitigar posibles problemas que puedan afectar el desarrollo del proyecto.
- **Calidad:** Garantizar que la obra cumpla con los estándares de calidad y seguridad.
- **Control de la Producción:** Desde la planificación hasta la ejecución, se debe monitorear la producción de la obra para garantizar que se cumplan los plazos y los estándares de calidad. El Cumplimiento de Plazos mediante una buena planificación y el seguimiento son cruciales para entregar la obra en tiempo y forma.
- **Gestión Financiera:** La administración de costos, presupuestos y recursos financieros es esencial para evitar desviaciones y asegurar la viabilidad económica del proyecto. Realizar estimaciones precisas y llevar un control estricto de los gastos.

- **Recursos Humanos y Personal:** Coordinar al equipo de trabajo, asignar tareas y velar por un ambiente laboral seguro y productivo.
- **Informática y Tecnología:** La implementación de sistemas de información y herramientas digitales facilita la gestión eficiente. En la actualidad es imprescindible un Software de Gestión, utilizar sistemas como Opus, Autocad, Procore, Primavera P6 o Microsoft Project para planificar, programar y controlar la obra.
- **Capacitación Continua:** Mantenerse actualizado en las mejores prácticas y tendencias del sector.

En resumen, “La Construcción Administrada” va más allá de la obra como un objetivo únicamente ingenieril. Implica una amplia gama de responsabilidades que te permitiera ser competitivo en el ámbito de la construcción y obtener así las ganancias necesarias para seguir desarrollando proyectos y adquirir prestigio como ingeniero civil.

Ventajas y Desventajas de Construir bien y Administrar mejor

Como ya hemos mencionado, en el ámbito de la construcción, las prácticas adecuadas y eficientes son esenciales para garantizar el éxito de los proyectos técnica y financieramente. Sin embargo, las malas prácticas pueden tener consecuencias significativas en términos de ganancias y pérdidas. A continuación, abordaremos algunos aspectos clave relacionados con este tema:

1. **Presupuestos Inadecuados:** Uno de los principales factores que afectan las ganancias en la construcción es la mala estimación de costos.
2. **Calidad de Materiales:** Reemplazar materiales de baja calidad por aquellos por los cuales se pagó puede resultar en pérdidas financieras.
3. **Incumplimiento de Plazos:** No cumplir con los plazos acordados puede generar **multas y penalizaciones**, afectando las ganancias.
4. **Impagos a Trabajadores:** No pagar sueldos o finiquitos a los trabajadores puede tener consecuencias legales y afectar la reputación de la constructora. Además, esto puede resultar en costos adicionales si se presentan demandas o sanciones.

En resumen, las malas prácticas en la construcción pueden erosionar las ganancias y afectar la viabilidad financiera de las empresas del sector. Es fundamental adoptar enfoques sólidos de gestión y asegurarse de cumplir con los estándares y plazos para evitar pérdidas innecesarias.

El porcentaje de pérdida en una obra mal administrada puede variar según diversos factores, pero en general, las pérdidas pueden ser significativas. A continuación, presento una tabla representativa de porcentajes de pérdida asociados a algunos materiales en obras de construcción:

Materiales de Construcción	Porcentaje de pérdida	Causas o motivos
Ladrillos, Block	10%	Mal Almacenaje, Mala Calidad ,Transporte
Morteros en general	15%,	Fabricacion y Dosificacion
Concreto hecho en obra	8-10 %	Dosificacion sin control o mala supervision
Concreto Premezclado	3%	Errores en volumetria
Aceros y Cemento	5 a 7 %	Factores de mercado Diseño de elementos sobreesforzados
Cerámicas	25-30 %	Mala Colocacion(recolocacion), transporte, robo

La administración de obra es dinámica y específica, ya que durante la construcción pueden surgir imprevistos y variaciones en los precios de los materiales. Es importante destacar que una buena administración de obra es esencial para minimizar estas pérdidas. El control riguroso de los materiales, la planificación adecuada y la supervisión constante son clave para evitar desperdicios y optimizar los recursos.

En conclusión, “Ser un buen constructor y mejor administrador” es un proceso vital para el éxito en la industria de la construcción. A través de una adecuada planificación, una organización eficiente y un control constante, aunado a la gestión adecuada de recursos, la calidad de los materiales y el cumplimiento de los estándares, normas y reglamentos, son elementos clave para lograr resultados exitosos. Además, la adaptabilidad y la actualización constante son

esenciales para enfrentar los desafíos cambiantes en el campo de la Ingeniería Civil.

Al final, la inadecuada administración de obra no solo afecta las ganancias y pérdidas financieras, sino también la satisfacción del cliente y la reputación de la empresa en el mercado.

REFERENCIAS

Suarez Salazar . Administracion en la construccion

Juan Antonio Arellano Zauco (2015). Métodos de administración y control de obra.
México, D.F.

Abigail Rojas Garcia (2004). Guía práctica para el mejoramiento de los elementos administrativos en las pymes del sector construcción. México, D.F

DESARROLLO Y ACTUALIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE PROVISIÓN DEL PERSONAL (RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN E INTEGRACIÓN)

Autor: MC MARCELINO MALDONADO BELTRAN

PTC. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: marcelinomaldonado@g.bdelrio.tecnm.mx

Autor: LIC. ALEJANDRO GARCIA QUINTERO

PTC. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: alejandrogarcia@g.bdelrio.tecnm.mx

Autor: LIC ANSELMO LARA MORALES.

PTC. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: anselmolara@g.bdelrio.tecnm.mx

Existen en las empresas diversos tipos de recursos, los humanos, materiales, técnicos, financieros, recursos de información, gestión del conocimiento, etc. Todos son de suma importancia para el buen desempeño y cumplimiento de los objetivos, sin embargo, consideramos (al igual que muchos autores del tema), que el Recurso Humano es el más importante en las organizaciones, puesto que es quien dirige, y manipula los otros recursos. De ahí que la importancia que tiene el que las empresas cuenten con personal capacitado para el alto rendimiento y cumplimiento de los objetivos estratégicos de la organización.

Pese a la importancia que tiene esto, hoy en día, un problema muy frecuente en las organizaciones es la falta de personal competente y capacitado, así como también comprometido y con espíritu de servicio, para dar lo mejor de sí y generar los resultados que de él se esperan y para lo cual lo contrataron.

El problema se origina en muchas ocasiones desde la contratación de personal, pese a que en las organizaciones existen procedimientos integrados en manuales que ayudan a que este proceso se lleve a cabo con éxito, muchas veces

esto no da los resultados deseados.

La selección y el reclutamiento de personal han sido unas de las tareas más difíciles dentro de una organización, ya que conllevan una gran responsabilidad, así como mucho tiempo, dinero y esfuerzo por parte del área contratante.

El personal de Recursos Humanos tiene la obligación de elegir al candidato más adecuado para un puesto de trabajo, ya que la incorrecta selección de un candidato para un puesto en específico puede representar pérdidas en tiempo y dinero.

El reclutamiento y selección son problemas que tienen diversos campos de acción donde convergen algunos factores como lo son el psicológico, de conocimientos y experiencia del individuo.

PROBLEMAS QUE RESOLVER

El presente artículo va orientado a la actualización del proceso de reclutamiento, selección e integración para organizaciones mexicanas, buscando así ser más eficiente en la atracción de talento a las organizaciones y reducir costos, ya que actualmente es un problema constante la atracción de talentos y conlleva a una gran pérdida de recursos, tiempo y productividad.

En relación con lo ya comentado, se busca ser eficiente en el proceso de reclutamiento del recurso humano, encaminándolo a un proceso mucho más fácil y claro para el personal encargado de esta área, así como explicar los pasos a seguir desde el proceso de reclutamiento del personal, hasta la inducción de este.

ACCIONES QUE DEBEN REALIZARSE ANTES DE INICIAR LAS ACTIVIDADES DE RECLUTAMIENTO.

De acuerdo con lo planteado anteriormente, se puede deducir que las empresas tienen varias alternativas antes de iniciar un proceso de reclutamiento, con el fin de solucionar inconvenientes en materia de personal. Estas alternativas se deben basar en las circunstancias que rodean el entorno:

Disponibilidad interna y externa de los recursos humanos, las políticas de la empresa, los planes de recursos humanos, las prácticas del reclutamiento y los requerimientos del puesto. Las prácticas van desde los ascensos o traslados, pagos de horas extras, subcontratación externa de actividades (outsourcing),

empleados temporales.

La empresa debe considerar como base para desarrollar un esquema de un proceso de reclutamiento información referente a: Indicadores económicos, prácticas de reclutamiento de otras empresas, presupuestos de ventas, metas previstas; políticas de promoción interna de la empresa, políticas salariales, etc.

¿Qué significa el término reclutamiento interno?

El reclutamiento es interno cuando, al presentarse determinada vacante, la empresa intenta llenarla mediante la reubicación de sus empleados, los cuales pueden ser ascendidos (movimiento vertical) o traslados (movimiento horizontal) o transferidos con ascenso (movimiento diagonal).

El reclutamiento interno puede implicar:

- Transferencia de personal
- Ascensos de personal
- Transferencia con ascenso de personal
- Programas de desarrollo de personal
- Planes de "profesionalización" (carreras) de personal.

ANALIZAR LAS RAZONES PARA UN PROGRAMA DE RECLUTAMIENTO EXTERNO.

El reclutamiento externo opera con candidatos que no pertenecen a la organización. Cuando se presenta una vacante, la organización intenta llenarla con personal de afuera, o sea los candidatos externos atraídos por las técnicas de reclutamiento. El reclutamiento externo incide sobre los candidatos reales o potenciales, disponibles o empleados en otras organizaciones.

Una organización puede optar por un programa de reclutamiento externo por las razones siguientes:

Trae "sangre nueva" y nuevas experiencias a la organización. La entrada de recursos humanos ocasiona siempre una importación de ideas nuevas y diferentes enfoques acerca de los problemas internos de la organización y, casi siempre, una revisión de la manera como se conducen los asuntos dentro de la empresa.

Con el reclutamiento externo, la organización como sistema se actualiza con respecto al ambiente externo, y se mantiene al tanto de lo que ocurre en otras empresas.

Renueva y enriquece los recursos humanos de la organización, sobre todo cuando la política es recibir personal que tenga idoneidad igual o mayor que la existente en la empresa.

SELECCIÓN DE PERSONAL:

El siguiente paso es la selección del personal, proceso sumamente importante y que para que se cumpla el objetivo de hacerlo lo más adecuado posible, partimos de un adecuado reclutamiento de personal.

La importancia de una buena selección radica en tener las mejores expectativas de un trabajador en el desempeño de sus actividades dentro de la empresa; por consiguiente, la evaluación debe realizarse de manera secuencial y precisa, contemplando los siguientes aspectos:

- ✦ Experiencia laboral.
- ✦ Trayectoria académica.
- ✦ Aspectos psicológicos.

Se habla de selección de personal en el momento en que se tiene los candidatos probables para ocupar una vacante; éstos deberán ser evaluados con la finalidad de elegir al que mejor se adecue al puesto.

Después de realizar el reclutamiento y tener ya los candidatos para la vacante disponible, se procederá a contactarlos telefónicamente, esto para corroborar información y aclarar las dudas que pudiesen haber surgido al revisar su solicitud o su CV. Un punto importante confirmar es el de las percepciones económicas, es decir el sueldo neto o bruto que se le pagará al candidato seleccionado para ocupar la vacante.

Al citar a un candidato a entrevista es importante dar referencias de cómo llegar y, si es posible, enviarles un croquis para que sea más fácil llegar a la organización y evitar contratiempos.

ENTREVISTA INICIAL.

La finalidad de esta es corroborar los datos obtenidos en la solicitud o CV, tener contacto visual con el candidato, ahondar en la experiencia e información de tipo cualitativa y hacer un registro observacional de su conducta. Durante el desarrollo se proporciona al candidato información con respecto a la vacante,

condiciones de trabajo, sueldo, entre otras. Esta entrevista es de suma importancia ya que viendo de frente a los candidatos al puesto se pueden observar detalles que por teléfono o con la simple o solicitud o CV no se podrían observar. Por eso es importante que el personal de recursos humanos estructure muy bien la entrevista para sacarle el mayor provecho posible.

EVALUACIÓN PSICOLÓGICA.

Una parte muy importante del proceso de selección es, la evaluación psicológica. En ella se reúnen los datos de la capacidad intelectual y emocional del candidato, se realizan por medio de baterías psicológicas. Una batería de pruebas psicológicas incluye los siguientes aspectos básicos:

INTELIGENCIA.

Se refiere a la medición de la capacidad para resolver situaciones del entorno mediante factores generales y específicos de inteligencia.

HABILIDAD.

Se refiere a la medición de las capacidades más desarrolladas, como la comunicación oral o escrita, ventas, entre otros.

PERSONALIDAD.

Medición de los factores del estilo de afrontamiento a la vida por parte de la persona.

EXAMENES MÉDICOS.

Se utiliza para conocer si el candidato posee la capacidad física para desempeñar su trabajo sin consecuencias negativas para él. Es muy importante para evitar posibles accidentes enfermedades laborales y ausentismo por problemas de salud. En ocasiones los resultados del examen médico condicionan el ingreso de alguna persona a la organización.

En el caso particular de la empresa servicios especiales portuarios, dicha organización cuenta con un convenio de colaboración con el Gabinete de Imagen y Diagnostico Covadonga Veracruz, siendo este último el encargado de realizar los exámenes médicos pertinentes a todos los candidatos preseleccionados anteriormente.

INFORME PSICOLABORAL

El informe psico laboral es la comunicación escrita y confidencial que realiza el encargado del área de reclutamiento y selección acerca de los resultados obtenidos en un proceso psicodiagnóstico y/o intervención psicológica laboral: individual, grupal u organizacional, el resultado de la entrevista, sus referencias laborales y el conjunto de exámenes médicos aplicados, para ser entregado a quien tomará la decisión final sobre la contratación del aspirante, con el propósito de ser un instrumento informativo en el que se fundamentan tomas de decisiones y estrategias de acción.

DECISIÓN

Constituye el hecho de aceptar o rechazar al candidato, y con esto, seleccionar al que consideramos más adecuado para cubrir la vacante ofertada. Es sin duda, la decisión más importante de todo el proceso, de esta depende el éxito o fracaso del procedimiento entero, por tal motivo se debe hacer de manera adecuada.

CONTRATACIÓN

Esta etapa formaliza la aceptación del candidato como parte de la empresa. Se pueden establecer contratos de relación laboral de dos tipos.

- ✦ Por tiempo determinado.
- ✦ Por tiempo Indeterminado.

Y de ahí se procede a la integración del personal recientemente contratado, es una actividad también muy importante, pues en ocasiones personal adecuado no se le da una inducción correcta que les permita sentirse parte del equipo al que acaban de integrarse.

En términos generales, son estos los pasos que debemos seguir si queremos tener un adecuado proceso de Reclutamiento y Selección de personal.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE TRIBUTAR EN EL RÉGIMEN SIMPLIFICADO DE CONFIANZA PARA PERSONAS FÍSICAS.

Autor: M.A. ÁNGEL RENÉ ZAMUDIO PRIETO

PTC. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: angelzamudio@g.bdelrio.tecnm.mx

Autor: M.H.D. LUZ ELENA BARRIENTOS HERNÁNDEZ

PTC. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: luzbarrientos@g.bdelrio.tecnm.mx

Un régimen fiscal son los derechos y obligaciones que tienen los contribuyentes al registrarse ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público con la finalidad de realizar una actividad específica.

Actualmente la Secretaría de Hacienda mantiene varios regímenes de tributación para las personas físicas y morales con la finalidad de adaptarse a las diferentes necesidades y características de los contribuyentes. Sin embargo, la misma autoridad ha detectado que sus índices de recaudación son bajos en comparación con lo esperado y con la recaudación de otros países. La Ley del Impuesto sobre la Renta del 2024, establece los siguientes regímenes para las personas físicas:

1. De los ingresos por salarios y asimilados.
2. Actividades empresariales y profesionales.
3. Incorporación fiscal.
4. Enajenación de bienes o la prestación de servicios a través de Internet, mediante plataformas tecnológicas.
5. Del régimen Simplificado de Confianza.
6. Arrendamiento
7. Enajenación de bienes.

8. Enajenación de acciones en bolsa de valores.
9. Adquisición de bienes.
10. Intereses.
11. Obtención de premios.
12. Dividendos
13. Demás ingresos.

De la lista previa, el objeto de este artículo, es el Régimen Simplificado de Confianza (RESICO), el cuál aparece publicado en el Diario Oficial de la Federación el 12 de noviembre del 2021 y entra en operación hasta el año 2022, es importante mencionar que también existe la posibilidad de que las personas morales se registren en el RESICO, pero este artículo se limita al análisis de las ventajas y desventajas de las personas físicas en este régimen.

El RESICO solo aplica para efectos de impuesto sobre la renta y se encuentra establecido en los artículos 113-A al 113-J de dicha ley.

La intención de este régimen es atraer una mayor cantidad de contribuyentes (situación en la cual fracasó el régimen de incorporación fiscal), con una estrategia muy sencilla: ser fácil y práctico el proceso de alta y cumplimiento de obligaciones y con una tasa fiscal relativamente baja, pero sin aceptar deducciones, es decir solo se aplica sobre los ingresos sin considerar los egresos. Lo anterior en comparación resulta muy atractivo si los contribuyentes tiene ingresos muy altos y por ende altas utilidades, en caso contrario se tendría que analizar cada caso en específico, sin embargo, se puede establecer que una de las razones principales de la existencia de los negocios es la de ser económicamente rentable y obtener amplias utilidades.

En este régimen, se pueden inscribir todas las personas físicas, que realicen únicamente actividades empresariales, profesionales u otorguen el uso o goce temporal de bienes, podrán optar por el RESICO, con la única condicionante de que la suma acumulada de este régimen y otro ingresos no rebase la cantidad tres millones quinientos mil pesos, esto se establece en el artículo 113-E de la Ley del Impuesto sobre la Renta.

Ventajas

El pago del impuesto sobre la renta es el principal diferenciador del nuevo régimen fiscal, ya que se estandarizan las tasas de pago de este impuesto. En RESICO ya no se puede deducir el Impuesto sobre la Renta, por que a partir de la facturación del contribuyente, el SAT estima un porcentaje fijo que va desde el 1 al 2.5 % a partir de los ingresos de dicho contribuyente, es decir, si en el año se obtuvieron trescientos mil pesos de ingresos, solo se pagaría un impuesto de tres mil pesos y en el caso extremo que se obtuvieron ingresos de tres millones y medio de pesos, el impuesto a pagar sería de ochenta y siete mil quinientos pesos, lo cual es muy poco en comparación de las cantidades que resultan a pagar si se tributa en otros regímenes.

Las personas físicas con actividad empresarial no necesitan llevar una contabilidad con fines fiscales, pues los pagos de impuestos se generan en base a las facturas que emitan, lo cual facilita el cumplimiento y control de la información de la empresa.

El cálculo de impuestos se realiza con la tecnología del Servicio de Administración Tributaria (SAT), el usuario solo valida los cálculos, en algunos casos en donde existan complicaciones o no quede claro alguna parte del procedimiento de pago, el SAT cuenta con personal en sus oficinas de recaudación que apoyan de manera rápida y sin costo para resolver las diferentes problemáticas que se presenten.

Aunado a lo anterior, la precarga de información en las declaraciones se ha simplificado.

Los ingresos se consideran hasta que se perciban y queden reflejados en la cuenta bancaria del contribuyente.

Los negocios del sector primario tales como actividades agrícolas, pesqueras y/o servicios relacionados con actividades agropecuarias y forestales, pueden exentar el pago de impuestos cuando sus ingresos no sean mayores a los novecientos mil pesos anuales.

En la declaración anual, si el contribuyente tuviere otros ingresos, estos se declaran de forma independiente a los demás regímenes, sin embargo, en su conjunto no deben de superar los tres millones y medio de ingresos acumulados.

Si en el ejercicio anterior se tributó en otro régimen, pero los ingresos fueron inferiores a los tres millones quinientos mil pesos, es posible reactivarse en este régimen y disfrutar de sus beneficios.

En actividades independientes como servicios profesionales, en el régimen de actividad empresarial y profesional, las personas morales retienen el 10% sobre los ingresos. En RESICO, la retención es solo del 1.25%, lo que representa una retención efectivamente menor.

No existe la obligación de presentar la declaración informativa de Operaciones con terceros (DIOT)

Desventajas

La realidad es que presenta pocas desventajas en la práctica si lo que se busca es cumplir con la autoridad, sin embargo, el incumplimiento de las obligaciones del régimen:

- solicitar inscripción al Registro federal de Contribuyentes y mantenerlo actualizado,
- contar con firma electrónica avanzada y buzón tributario,
- contar con comprobantes fiscales digitales del total de los ingresos obtenidos,
- obtener y conservar comprobantes fiscales que amparen gastos e inversiones,
- expedir y entregar a los clientes por las operaciones realizadas con ellos sus comprobantes fiscales,
- presentar el pago mensual en los términos establecidos para el régimen,
- presentar declaración anual.

Todo lo anterior, establecido en el artículo 113-G de la ley del ISR, permite a la autoridad sancionar al contribuyente asignándolo al régimen que le corresponda, lo cual conlleva en automático mayores obligaciones fiscales.

Una vez que un contribuyente es sancionado por la autoridad, ya no podrán volver a tributar en este régimen, perdiendo así, los beneficios del mismo.

Otro punto a considerar, es que además de no permitir aplicar deducciones autorizadas para los pagos provisionales, tampoco permite deducciones personales para la declaración anual, por lo que se vuelve un régimen en el que se paga poco impuesto pero siempre se paga.

Por último, no pueden tributar en este régimen, los socios, accionistas o integrantes de personas morales, ni los residentes en el extranjero, ni cuando cuenten con ingresos sujetos a regímenes fiscales preferentes, ni los que perciban ingresos por honorarios como miembros de consejos directivos, de vigilancia, consultivos o de cualquier otra índole, así como honorarios a administradores, comisarios y gerentes generales. Así como tampoco las personas que reciban honorarios por prestar servicios preponderantemente a un prestatario, siempre que los mismos se lleven a cabo de las instalaciones de este último.

Conclusiones

Como se puede observar, el Régimen Simplificado de Confianza es un régimen sencillo y de fácil cumplimiento, el cual tiene varios objetivos, tales como: Incrementar el la cantidad de contribuyentes registrados ante el SAT en la búsqueda de alejarlos de la informalidad, incrementar los montos de recaudación del país y facilitar los procesos para la elaboración de declaraciones provisionales y anuales, entre otros.

La gran desventaja de este régimen, solo se presenta si el contribuyente incumple con sus obligaciones fiscales, en caso contrario, es un esquema que permitirá a muchos mexicanos, salir de la informalidad, para así cumplir con la autoridad y evitar estar permanentemente en alerta por una posible sanción.

LOS EFECTOS DE LA MERCADOTECNIA DIGITAL EN LOS JÓVENES EN MÉXICO

Autor: M.M.P. GRISELDA PUENTE GUZMÁN

PA. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Boca del Río

Correo electrónico: griseldapuate@g.bdelrio.tecnm.mx

Introducción

En la era digital, la mercadotecnia ha evolucionado de formas que eran inimaginables hace apenas unas décadas. El auge de internet y las redes sociales ha transformado radicalmente la manera en que las marcas interactúan con sus consumidores, especialmente con los jóvenes. En México, un país con una población significativamente joven y una penetración de internet que supera el 70%, las estrategias de mercadotecnia digital tienen un impacto profundo en este segmento demográfico. Este artículo explora los efectos de estas estrategias en los jóvenes mexicanos, abordando tanto las oportunidades como los desafíos que presentan.

El Contexto Digital en México

México se destaca por su alta adopción de tecnologías digitales entre los jóvenes. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), más del 80% de los jóvenes entre 12 y 29 años utilizan internet regularmente. Las plataformas de redes sociales como Facebook, Instagram, y TikTok, son especialmente populares, lo que proporciona a las empresas un canal directo para interactuar con este grupo demográfico.

Beneficios de la Mercadotecnia Digital

Accesibilidad e Inclusión

La mercadotecnia digital ofrece una plataforma accesible para que los jóvenes se involucren con marcas y productos desde cualquier parte del país, lo que reduce las barreras geográficas que tradicionalmente limitaban el acceso a

ciertos productos y servicios. esto ha democratizado el consumo y ha permitido a las empresas llegar a un público más amplio.

La mercadotecnia digital ha revolucionado la forma en que las marcas se conectan con los consumidores, ofreciendo beneficios significativos en términos de accesibilidad e inclusión, especialmente para los jóvenes en México. Este cambio ha permitido que una mayor variedad de consumidores, incluidos aquellos en ubicaciones remotas o en situaciones económicas menos privilegiadas, tengan acceso a productos y servicios que anteriormente estaban fuera de su alcance.

Eliminación de Barreras Geográficas

Uno de los beneficios más significativos de la mercadotecnia digital es la eliminación de las barreras geográficas. Los jóvenes de áreas rurales y ciudades pequeñas, que anteriormente tenían acceso limitado a ciertas marcas y productos debido a la falta de tiendas físicas, ahora pueden acceder a una variedad de opciones a través de sitios web y aplicaciones móviles. Esto no solo democratiza el acceso al consumo, sino que también permite a las empresas ampliar significativamente su mercado potencial.

Facilitación de la Diversidad de Productos

La accesibilidad aumentada a través de plataformas digitales también promueve una mayor diversidad de productos. Los jóvenes pueden explorar y adquirir bienes y servicios que son personalizados o que responden a necesidades específicas que no siempre están cubiertas en el mercado masivo. Esto incluye productos de nicho, como artículos para hobbies específicos, moda alternativa, o alimentos especializados, que tal vez no se encuentran fácilmente en el mercado local.

Inclusión de Grupos Marginalizados

La mercadotecnia digital también juega un papel crucial en la inclusión de grupos tradicionalmente marginalizados. Por ejemplo, las personas con discapacidades que encuentran desafíos en el comercio tradicional debido a barreras físicas o de comunicación, pueden beneficiarse enormemente de las interfaces y tecnologías accesibles en línea. Además, la publicidad digital puede ser diseñada para ser más inclusiva y representativa de la diversidad de la sociedad

mexicana, lo que ayuda a fomentar una mayor aceptación y respeto hacia la diversidad.

Reducción de Costos y Mayor Competitividad

Desde una perspectiva económica, la mercadotecnia digital reduce los costos para los consumidores y las empresas. Para los consumidores, el mercado digital ofrece comparativas de precios y la posibilidad de elegir entre una gama más amplia de proveedores, lo que lleva a precios más competitivos. Para las empresas, los costos asociados con la apertura y mantenimiento de tiendas físicas pueden ser significativamente más bajos, permitiendo a las pequeñas y medianas empresas competir en un mercado antes dominado por grandes corporativos.

Educación y Empoderamiento del Consumidor

Finalmente, la accesibilidad de información que proporciona la mercadotecnia digital empodera a los jóvenes como consumidores. Con acceso a reseñas, comparativas de productos y foros en línea, los jóvenes pueden tomar decisiones de compra más informadas. Esto no solo aumenta su satisfacción con las compras, sino que también eleva sus expectativas y demandas hacia las empresas, fomentando una mejora continua en la calidad y el servicio al cliente.

En conclusión, la mercadotecnia digital ha traído beneficios tangibles en términos de accesibilidad e inclusión para los jóvenes en México. Al hacer que los productos y servicios sean más accesibles y permitir una participación más activa en el mercado, la tecnología digital está facilitando una transformación significativa en la dinámica del consumo y la interacción empresarial en el país.

Personalización de la Experiencia

Las herramientas digitales permiten a las empresas analizar grandes cantidades de datos para ofrecer una experiencia altamente personalizada a los consumidores jóvenes. Esto no solo aumenta la eficacia de las campañas publicitarias, sino que también mejora la satisfacción del consumidor, ya que los mensajes y ofertas están mejor alineados con sus preferencias y necesidades individuales.

Desafíos y Riesgos

Sobrecarga de Información y Publicidad

La constante exposición a campañas de marketing digital puede llevar a una sobrecarga de información, donde los jóvenes se sienten abrumados por las numerosas opciones y mensajes publicitarios. Esto puede conducir a la fatiga de decisión y a un escepticismo generalizado hacia las marcas y productos.

Para combatir los efectos de la sobrecarga de información, es crucial que tanto las empresas como los reguladores implementen estrategias efectivas. Las empresas pueden optar por personalizar más sus mensajes publicitarios, asegurándose de que sean relevantes y valiosos para el consumidor, en lugar de simplemente aumentar la cantidad de anuncios.

Además, podrían implementar mejores prácticas de marketing que respeten la privacidad y el tiempo del consumidor, como limitar la frecuencia de los anuncios.

Por otro lado, los reguladores podrían establecer políticas más estrictas sobre la transparencia y la honestidad en la publicidad digital, así como normativas que protejan a los consumidores de prácticas invasivas y engañosas. Educación sobre alfabetización digital en las escuelas también puede ser clave para ayudar a los jóvenes a navegar mejor en este entorno saturado de información, enseñándoles cómo gestionar su exposición a los medios y discernir entre información útil y manipulación comercial.

Privacidad y Seguridad de Datos

La personalización del marketing digital depende en gran medida del análisis de datos personales, lo que plantea serios cuestionamientos sobre la privacidad y la seguridad de la información. Los jóvenes, en particular, pueden no ser plenamente conscientes de cómo se recopilan, almacenan y utilizan sus datos, lo que aumenta el riesgo de mal uso y explotación.

Impacto Psicológico

La mercadotecnia digital también puede tener un impacto psicológico en los jóvenes, influenciando sus percepciones de autoestima y éxito a través de la promoción de estilos de vida y productos ideales. Esto puede fomentar

comparaciones poco saludables y expectativas poco realistas sobre lo que significa ser exitoso y aceptado socialmente.

Conclusión

La mercadotecnia digital tiene un impacto considerable en los jóvenes en México, ofreciendo tanto oportunidades como presentando desafíos significativos. Si bien proporciona herramientas para una mayor accesibilidad e interacción personalizada, también plantea problemas de sobrecarga de información, privacidad de datos y efectos psicológicos adversos.

Es esencial que tanto las empresas como los reguladores comprendan estos efectos y trabajen hacia estrategias de marketing que no solo busquen la eficiencia económica, sino también el bienestar de los consumidores jóvenes.

Es fundamental abordar los desafíos asociados con la sobrecarga de información y publicidad para asegurar que estos canales se utilizan de manera que beneficie, en lugar de perjudicar, el bienestar de los jóvenes en México.

La tecnología digital está facilitando una transformación significativa en la dinámica del consumo y la interacción empresarial en el país.

Según Don Tapscott, destacado autor y estratega en temas de negocios y tecnología,

"El consumidor digital está empoderado como nunca antes. Están mejor informados, más conectados y más exigentes. Gracias a internet, tienen el mundo al alcance de sus manos y esperan poder interactuar con marcas y empresas en sus propios términos."

Esta cita destaca la transformación que ha sufrido el consumidor en la era digital, enfatizando cómo las nuevas tecnologías han incrementado su acceso a información, lo cual a su vez ha modificado sus expectativas y comportamientos de compra.

EDITA: RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C
DUBLÍN 34, FRACCIONAMIENTO MONTE MAGNO
C.P. 91190. XALAPA, VERACRUZ, MÉXICO.
CEL 2282386072
www.redibai.org
redibai@hotmail.com

Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (978-607-5893)
Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.
No. de ejemplares: 2
Presentación en medio electrónico digital
formato PDF 2.3 MB
Fecha de aparición 29/05/2024
ISBN 978-607-5893-14-3