

Vita et labor

REVISTA DE LA UNIVERSIDAD INTERAMERICANA PARA EL DESARROLLO

FORMACIÓN PARA LA EMPRESA

● TRANSFORMANDO
● COMUNIDADES

AÑO 11, NÚMERO 2, JULIO - OCTUBRE 2018

ENTORNOS LABORALES
INCLUYENTES 05

EMPRESAR: UN RETO PARA
LOS JÓVENES EN MÉXICO 10

TRANSFORMANDO COMUNIDADES.
ENTREVISTA CON DOMINGO FARÍAS,
DIRECTOR DE CAPITAL HUMANO DE
TALIS PROJECT 24

UNID
EDITORIAL DIGITAL

Vita et Labor

Mtro. Mario Chapa del Campo

RECTOR DEL SISTEMA UNID

COMITÉ EDITORIAL

Caroline Mendoza Leclere

César Fco. Cárdenas Dávila

E. Pamela Santana Elizalde

Alma Delia Portillo Arvizu

Vita et Labor, Año 11, No. 2, julio – octubre 2018, es una publicación cuatrimestral de la Universidad del Tercer Milenio SC. Av Gustavo Baz 2160-04 Col. La Loma Tlalnepantla, Estado de México C.P 54060. Tel.: 53621500, ext. 230 Editor responsable: Alma Delia Portillo Arvizu. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04 2012-042418014200-203, ISSN: en trámite, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Domicilio de la Publicación: Av. Gustavo Baz 2160-04 Col. La Loma Tlalnepantla, Estado de México C.P 54060, este número se publicó en julio 2018.

Los puntos de vista expresados en las colaboraciones no necesariamente reflejan la opinión de la institución y quedan totalmente bajo la responsabilidad de los autores.

EDITORIAL

En UNID, tenemos el gran compromiso de ofrecer una educación de calidad, con experiencias laborales y formativas que conviertan a nuestros alumnos en profesionales competitivos, preparados para una temprana inserción al mercado laboral que les proveerá de la experiencia que las empresas solicitan hoy en día.

Para lograr lo anterior hacemos de la vinculación empresarial nuestra prioridad, por ello, contamos con casi 7,000 empresas en Vinculación con UNID, a nivel local, nacional e internacional.

Estamos convencidos que el ofrecer experiencias laborales a nuestros alumnos, durante su carrera, a través de nuestro Modelo de Formación Dual, Estadías Empresariales y Formación para la empresa, les permite graduarse con las competencias y habilidades necesarias para su inserción al mundo laboral.

En lo que va del año, más de 5,000 alumnos han realizado sus Estadías Empresariales en casi 4,000 empresas a nivel local, nacional e internacional, esperando cerrar el año con un total de 7,500 alumnos que habrán tenido su primera experiencia laboral en una empresa, con el acompañamiento y respaldo de la UNID.

Una estrategia más para acercar a nuestra comunidad universitaria a temas de empleabilidad es la publicación cuatrimestral de la revista Vita et Labor, dedicada en cada número a temas de vinculación empresarial e inserción laboral con hincapié en el Modelo Dual Universitario que ofrece la UNID, así como entrevistas a reconocidos empresarios a nivel nacional.

Transformamos comunidades al trabajar de la mano de empresas comprometidas en la formación de las próximas generaciones.



Mario Chapa del Campo
Rector Sistema UNID

LO APRENDO, *lo aplico*

Formamos personas íntegras para
el desarrollo de tu empresa

BACHILLERATO
LICENCIATURA
MAESTRÍAS
PLAN EJECUTIVO
PLAN ONLINE

UNID.mx
01 800 000 **UNID**
8 6 4 3

CONTENIDO

05 ENTORNOS LABORALES INCLUYENTES

09 FERIAS DE RECLUTAMIENTO

10 EMPRENDER: UN RETO PARA LOS JÓVENES EN MÉXICO

15 EL CASO DE SNAPCHAT, EJEMPLO DE ÉXITO Y FRACASO

19 SOY MILLENNIAL

24 ENTREVISTA DOMINGO FARÍAS - TALISIS PROJECT

28 TALISIS PROJECT, DRIVE THE CHANGE

30 VALORES, ACTITUDES QUE NOS PERMITEN DESARROLLARNOS COMO SERES HUMANOS

33 EDUCANDO CON VISIÓN EMPRESARIAL. RETOS Y DESAFÍOS

36 MI ESTADÍA EMPRESARIAL

37 LA ESTADÍA EMPRESARIAL COMO VENTAJA COMPETITIVA

ENTORNOS LABORALES INCLUYENTES

Los retos que la vida corporativa presenta en el primer cuarto de siglo son bastos y complejos. En orden de figurar en el trepidante mundo globalizado, **las empresas e instituciones mexicanas han comenzado a adoptar las buenas prácticas** de quienes ostentan el liderazgo productivo en sus ramos.



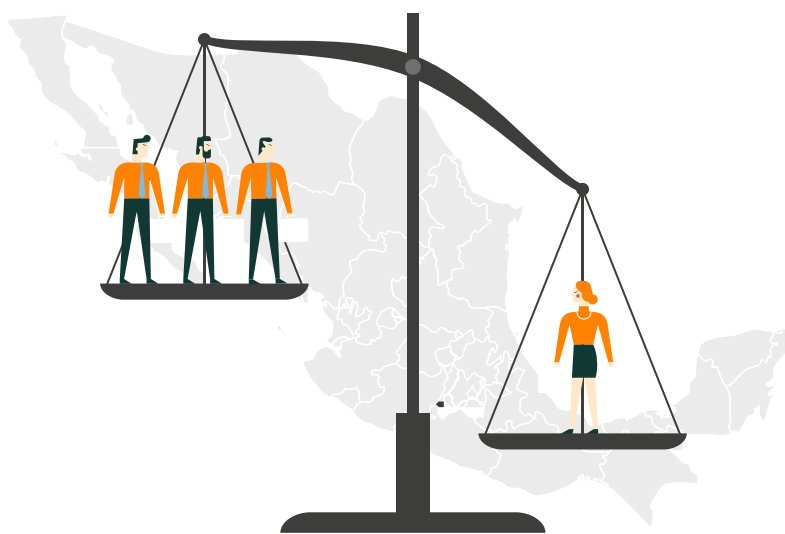
Eduardo Campos Zavala

Lic. en Mercadotecnia
Campus Tuxpan
LinkedIn: [eduardocamposzavala](https://www.linkedin.com/in/eduardocamposzavala)
ecamposz@unid.mx

Licenciado en Mercadotecnia.
Maestro en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional por la Universidad Autónoma de Barcelona.
Capacitador de la Cámara Nacional de Comercio (CANACO) capítulo Durango en temas de Mercadotecnia y Comunicación Corporativa.

Docente del posgrado en Relaciones Públicas en la Universidad Autónoma de Durango. Coordinador de Vinculación en la UNID campus Durango.

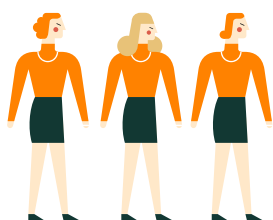
Sobresale la creciente tendencia a cuidar el bienestar del recurso humano. Términos como **salario emocional y endomarketing** comienzan a ganar espacio en el día a día directivo del país. Sin embargo, México presenta un área de oportunidad que convendría fuera tomada en cuenta con inmediatez: **La Inclusión Laboral**.



México ocupa el **primer lugar** de Latinoamérica **en desigualdad laboral de género**.

Así lo muestra el último estudio de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos, OCDE, en el que se externa que la brecha de género existente en la población trabajadora de la nación es del 35%, porcentaje más grande que el del resto de los países integrantes de este organismo.

Las Estadísticas del *Foro Económico Mundial* (WEF) navegan en la misma corriente:



52%

de la **población mexicana** está **integrada por mujeres**



Menos de la mitad que están económicamente activas **poseen un trabajo remunerado**

El femenino no es el único segmento demográfico que en México lucha constante y arduamente por conseguir o afianzar una posición digna en el mercado de la empleabilidad.

La Secretaría del Trabajo y Previsión Social identifica, en el documento de libre consulta *“La Inclusión Laboral en México: Avances y Retos”*, aparte de las mujeres, a los siguientes:

GRUPOS VULNERABLES

Adultos mayores

Personas con discapacidad

Jóvenes

Personas en reclusión próximas a ser liberadas

Jornaleros agrícolas

Comunidad LGTTI

Indígenas

La exclusión laboral por edad no es un fenómeno exclusivo de los adultos mayores. De acuerdo a Investigaciones realizadas por la *Asociación Mexicana por la No Discriminación Laboral por la Edad o Género*, el siguiente es el perfil que más busca en la actualidad el reclutador del país:

- **Edad Máxima: 30 años.**
- **Experiencia entre 3 y 5 años.**
- **Tener Licenciatura terminada.**
- **Que acepte un sueldo oscilante entre 6 y 8 mil pesos mensuales**



Del índice de **Personas con Discapacidad en edad laboral** en México, solo el **39.1% posee un empleo**. De acuerdo a informes provistos por el INEGI, el 6% de la población nacional experimenta algún tipo de discapacidad. De las barreras más grandes a las que este grupo se enfrenta en las empresas, la económica sin duda encabeza la lista: el esfuerzo de las personas con discapacidad es recompensado con tan solo el 66.5% del sueldo que perciben normalmente quienes no tienen discapacidad alguna.

Quizá el panorama laboral de exclusión más desalentador pertenezca a quienes mucho aportan brindando identidad y cultura al país. Estudios recientes de la UNICEF y el CONAPRED indican que:



98%

de las personas que hablan lenguas **indígenas** en México **se encuentran en condición de pobreza**

(pobreza extrema en algunos casos)

Esto se debe a muchos factores, destacando el nulo acceso a la educación que afecta

directamente a los jóvenes indígenas que no hablan español. Como consecuencia de no contar con estudios, los indígenas en edad laboral tampoco pueden aspirar a empleos que les representen oportunidades de movilidad social.

Susan Winterberg, Directora Asociada del organismo estadounidense *BSR (Business for Social Responsibility)*, considera que **el crecimiento económico incluyente es uno de los principales desafíos de la vida corporativa de nuestra era**.



En sus propias palabras, es a través de compromiso, colaboración y acción, que las empresas están demostrando que pueden pasar de ser la fuente central del problema a convertirse en el principal canal de acceso a la solución.

Los voceros de la firma MasterCard notificaron recientemente a la prensa sobre la contribución inicial de 100 millones de dólares en beneficio del *Centro de Crecimiento Incluyente (Center for Inclusive Growth)*. El compromiso es aportar la cifra de 500 millones de dólares a la causa de este centro altruista que se encarga, entre otras cosas, de facilitar los recursos tecnológicos necesarios para que los grupos vulnerables tengan acceso a préstamos e inyecciones de capital.

Diversity Inc es el nombre del organismo estadounidense que reconoce públicamente de manera anual a las empresas que demuestran efectividad en sus prácticas de inclusión laboral. De acuerdo a la metodología de investigación de *Diversity Inc*, **Johnson & Johnson es la empresa más incluyente de Norteamérica del 2018**, reconocimiento obtenido por demostrar equidad al integrar laboralmente a personas de diferentes grupos étnicos y edades, ofreciendo sueldos justos e iguales oportunidades de crecimiento.

En México también se observan algunos casos de buenas prácticas en materia de entornos laborales incluyentes. La Secretaría de Trabajo y Previsión Social reconoce anualmente a las empresas nacionales cuyas acciones representan beneficios para los grupos vulnerables por medio de tres distintivos: **Empresa Incluyente “Gilberto Rincón Gallardo”**, **Empresa Familiarmente**

Responsable y Empresa Agrícola libre de Trabajo Infantil. Unilever y Volkswagen son ejemplos de empresas que han sido condecoradas con el distintivo “Gilberto Rincón Gallardo”.

Además, la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, el Instituto Nacional de las Mujeres y el CONAPRED conjuntaron esfuerzos para generar una herramienta de ayuda al combate del fenómeno de la no inclusión laboral en el país: **la Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y no Discriminación**, cuyo objetivo es “incorporar la perspectiva de género y no discriminación en los procesos de reclutamiento, selección, movilidad y capacitación; garantizar la igualdad salarial; implementar acciones para prevenir y atender la violencia laboral; y realizar acciones de corresponsabilidad entre la vida laboral, familiar y personal de sus trabajadoras y trabajadores, con igualdad de trato y de oportunidades” (<http://www.conapred.org.mx>)

Empresas y gobierno están más consientes que nunca de la necesidad de construir entornos laborales incluyentes. El combate a la exclusión es un reto complicado para México, dadas las Estadísticas, numeralia y datos duros que ahora conocemos. Sin embargo, conviene no desistir en la lucha. A fin de cuentas, la Economía del país y el bienestar de los nuestros valen el esfuerzo. ◀



FERIAS DE RECLUTAMIENTO

¿Sabías que acudiendo a una feria de empleo puedes encontrarte con la **oportunidad laboral** que estabas esperando?

El proceso de búsqueda de empleo -a veces- se presenta tan amplio que es difícil abarcar todas sus posibilidades y resulta complicado saber por dónde empezar. Lo más común es buscar a través de internet, pero también **existen proyectos que pretenden que la selección del talento se produzca de una forma más cercana**. Es ahí donde tienen cabida las ferias de empleo.

Su objetivo principal es tender puentes entre las personas que están buscando un empleo y aquellas empresas que están interesadas en incorporar talento a sus equipos.

La Universidad Interamericana para el Desarrollo, preocupada por la empleabilidad de sus estudiantes y egresados ha lanzado en todos los Campus a nivel nacional las “Ferias de Reclutamiento UNID 2018”, un espacio donde la comunidad universitaria podrá conocer a las empresas con las que la UNID tiene vinculación, podrá participar en las conferencias “Vinculando Talentos”, con reconocidos empresarios y encontrar una oportunidad laboral.

UNID transformando comunidades a través de la empleabilidad y la formación para el mundo laboral.



UNID.mx

EMPRENDER: UN RETO PARA LOS JÓVENES EN MÉXICO

Frente a los constantes cambios en el mercado laboral, vemos que las oportunidades de empleo para las nuevas generaciones son cada vez más escasas. *La época donde tener una carrera universitaria era garantía de obtener un buen empleo terminó*; nos encontramos en una dinámica laboral diferente que, con la llegada del internet, la globalización y las tecnologías, cambiaron los modelos de negocios y trabajo.



**Karina Jacqueline
Poot Rodríguez**

Lic. en Negocios Internacionales
pootkarina@gmail.com

Licenciada en Negocios
Internacionales por la Universidad
de Guadalajara.

Maestra en Economía del Sector
Público por la Universidad de
Quintana Roo, Diplomada en
Administración y Dirección de
proyectos, con experiencia en
investigación sobre políticas
públicas, economía social,
emprendimiento e innovación.
Docente y coordinadora de la
Incubadora de Negocios en UNID
campus Chetumal.

Emprender se ha convertido en una alternativa para generar empleo y desarrollo en el país, sin embargo, es necesario preguntarnos qué dificultades enfrentan los nuevos emprendedores (principalmente los jóvenes) en la era digital, cuáles son las competencias o habilidades que requieren para emprender, y qué papel juega el gobierno para coadyuvar en el desarrollo de nuevos negocios.

En este contexto, las universidades juegan un papel importante en el **ecosistema¹ emprendedor** fomentando el emprendimiento desde las aulas e incubadoras para consolidar proyectos de negocios de sus estudiantes y convertirlas en semilleros de empresas, sin embargo, estamos hablando de una habilidad que por lo general se tiene que desarrollar y que para muchos es una manera de resolver la falta de empleo mientras que para otros es un estilo de vida.

Este artículo es una reflexión a partir de mi experiencia como docente y responsable de la **incubadora de negocios UNID campus Chetumal**, que tiene como objetivo impulsar y fomentar el emprendimiento

¹ Sistema formado por un conjunto de agentes económicos que interactúan entre sí, a fin de establecer condiciones favorables para crear, desarrollar y consolidar un ambiente propicio para el desarrollo y fortalecimiento de EMPRENDEDORES y MIPYMES.

CULTURA EMPRENDEDORA EN MÉXICO



de sus estudiantes, tarea que ha sido un gran reto.

Convertirse en emprendedor no es fácil, se requiere de mucha disciplina, perseverancia, paciencia y pasión para generar productos y/o servicios innovadores que resuelvan una necesidad. Se trata de ser curioso, disruptivo y con aptitud para trabajar en equipo. Hablar de una cultura emprendedora nos permite entender que no se trata de una materia para impartir a los jóvenes, sino que es una

habilidad que debe ser inculcada en cada etapa de vida de las personas.

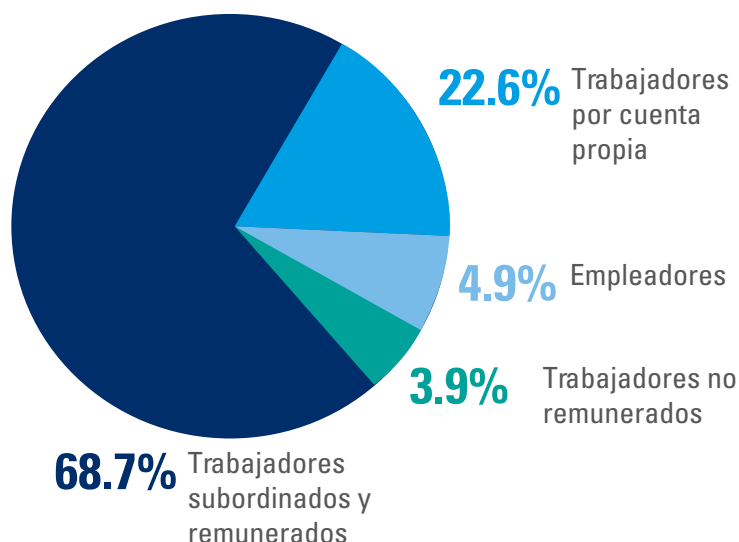
De acuerdo a datos del INEGI la mayor parte de la población en México trabaja como subordinado o empleado, mientras que un **4.9% del total de la población económicamente activa son quienes ofrecen empleo**. Estos datos dan muestra del gran reto que tenemos como país hacia una verdadera cultura del emprendedor, es decir, aún nos falta mucho para transformar las ideas en productos y/o servicios innovadores, que con ayuda de las tecnologías, sean parte de las aspiraciones de todo mexicano.

Para emprender no hay edad, sin embargo, son los jóvenes quienes muestran mayor interés en esta tarea. Un informe realizado por Young Business Talent² señala que la mayoría de los estudiantes mexicanos preuniversitarios de entre 15 y 21 años (65.34%) consideran que emprender es la mejor opción; el **29.41% de los estudiantes desea trabajar para una empresa, y el 5.25% prefiere trabajar como funcionario público**.

En ese mismo estudio se destacó el interés de los jóvenes para emprender de acuerdo a la región del país donde se encuentran. Las regiones donde hay mayor predisposición a crear una empresa propia son los estados de Coahuila - Nuevo León - Tamaulipas (77,45%),

²Young Business Talents (YBT por sus siglas en inglés) es un simulador empresarial que permite a los participantes tomar todo tipo de decisiones en una empresa virtual. YBT permite a los participantes experimentar el proceso de gestionar una empresa con el fin de desarrollar y poner en práctica sus habilidades y conocimientos.

Ocupación y empleo en México en marzo 2018



Fuente: INEGI 2018 (Los porcentajes resultan de considerar los Indicadores de Ocupación y Empleo con todos sus decimales, razón por la cual las sumas de los componentes a un decimal pueden no dar 100 por ciento).

Aguascalientes - Colima - Jalisco - Nayarit (72,16%), Guanajuato - Querétaro - San Luis Potosí (70,04%) e Hidalgo - Estado de México - Michoacán - Morelos (67,63%).

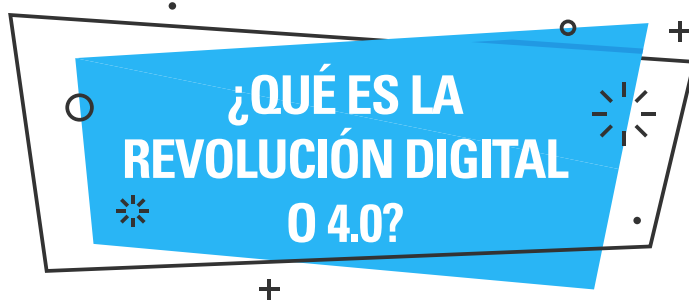
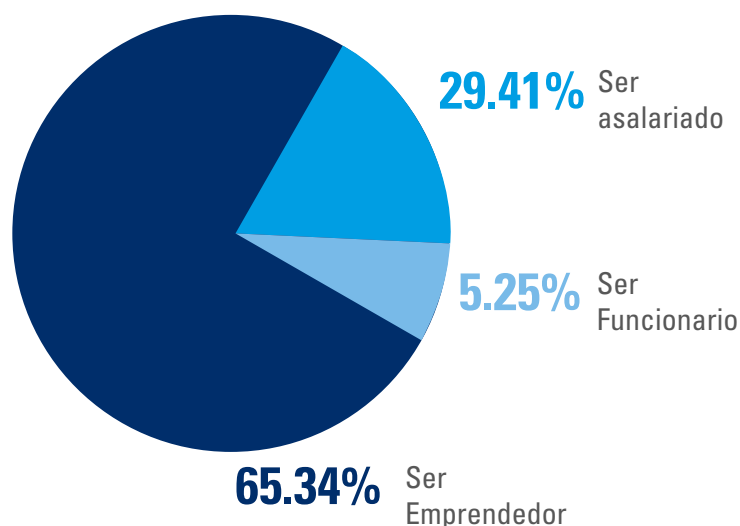
Las regiones donde los jóvenes están menos dispuestos a crear una empresa son los estados de Campeche-Chiapas-Oaxaca-Quintana Roo (60,42%), y Puebla-Tlaxcala-Veracruz (60,45%). Lo anterior es muestra de que aún falta fortalecer el ecosistema emprendedor y las políticas públicas enfocadas a la cultura emprendedora y al impulso de proyectos. Los jóvenes están presenciando cambios importantes en el desarrollo tecnológico lo que les permite tener más herramientas para emprender con acceso a un mercado global.

La Revolución 4.0

Considerando que la brecha digital en nuestro país aún es amplia, vale la pena analizar si estamos preparados para un reto mayor... pero, se refiere a la **influencia del desarrollo de familias de nuevas tecnologías como la robótica, la inteligencia artificial, el Internet de las cosas, la impresión 3D, la biogenética, los nuevos materiales, la nanotecnología** y otras, todas combinándose entre sí (Valenzuela, 2016). Es la nueva tendencia que está revolucionando nuestro entorno en diversos sectores y valdría la pena cuestionarnos si estamos listos para usar un robot en lugar de contratar a un empleado.

Startup, disruptivo, innovador, son algunas palabras del nuevo lenguaje emprendedor donde los nuevos negocios involucran el uso de las tecnologías para su escalabilidad; empresas como AMAZON, FACEBOOK, GOOGLE, UBER, son ejemplo de los nuevos modelos de negocios con gran impacto. Al

Interés de los jóvenes mexicanos para emprender en México



mismo tiempo, vislumbramos una nueva economía digital con las criptomonedas y la tecnología blockchain que están cambiando el paradigma económico a nivel mundial.

Lo anterior nos perfila hacia un rumbo distinto en los negocios, donde el reto de los jóvenes es tener la imaginación para crear proyectos que tengan aporte social, económico y ecológico en este nuevo ambiente tecnológico y globalizado.

EL PAPEL DEL GOBIERNO EN EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR

En el ecosistema emprendedor participan diversos actores, entre ellos el gobierno, que como política pública han impulsado a nivel federal el **Instituto Nacional del Emprendedor**, mejor conocido como



INADEM. Este organismo opera de manera virtual ofreciendo una gama de convocatorias dirigidas a emprendedores, empresarios, instituciones académicas, entre otros.

El INADEM se ha convertido en la plataforma a través de la cual el gobierno contribuye al desarrollo de nuevos proyectos, sin embargo, para tener acceso al apoyo es necesario que el emprendedor esté registrado en el SAT y ya haya realizado una inversión en su negocio, lo que limita la participación de muchos jóvenes que desean iniciar un negocio.

Otra limitante es la poca o nula formación de los jóvenes sobre negocios, generando un impacto negativo en los resultados del programa de incubación en línea (programa que el INADEM exige para participar en su convocatoria) que apertura una o dos veces por año.

Una alternativa que también impulsa el INADEM es el crédito, pero la inestabilidad económica no inspira confianza en los jóvenes para adquirir compromisos bancarios, aunque la proyección financiera del negocio sea positiva.

Ante cifras que muestran la urgente necesidad de crear empleo, y una amplia brecha entre la visión de ser emprendedor y la de ser empleado, podemos destacar la iniciativa y disposición de los jóvenes por emprender y desarrollar ideas innovadoras que se traduzcan en proyectos que revolucionen industrias.

Implementar programas de incubación de proyectos en diversas universidades es una alternativa, que aún si no se concretan como negocio, transmiten una experiencia invaluable a los estudiantes sobre lo que significa tener una cultura emprendedora, que requiere un cambio de visión, donde innovar,

crear, desarrollar negocios sea una forma de vida.

Quintana Roo cuenta con diez incubadoras, tres reconocidas por INADEM (entre ellas la nuestra), detectando que la inversión en capacitación y asesoría no es bien vista por los emprendedores. Es importante hacer notar que se trata de servicios especializados que ofrecen las incubadoras y se debe vencer esa aversión al costo-beneficio que tendrá como resultado la creación de una empresa.

El ecosistema emprendedor ha sido muy funcional en algunos estados como Jalisco (el cual ha resaltado por ser llamado el Silicon Valley de América Latina), mientras que en otras regiones del país dista mucho de ser una alternativa por la falta de una cultura emprendedora. Aprendamos de los casos de éxito y sigamos apoyando al talento que hay en nuestro país. Ser disruptivos no es tarea fácil, los retos son muchos, pero existe talento en nuestros jóvenes que sería una pena desaprovechar.

La revolución 4.0 es un tema que no podemos soslayar, pues se trata de tecnologías que cambiarán el rumbo de diversas industrias; se habla de profesiones y empleos que desaparecerán, otros que se crearán en un futuro debido a la sustitución de las técnicas y formas tradicionales usadas en la industria y el comercio, por nuevos sistemas de información, máquinas, inteligencia artificial y criptodivisas (que vislumbra sustituya al actual sistema monetario).

Es necesario se implementen políticas públicas enfocadas a impulsar proyectos de los jóvenes, que articulen programas en los tres niveles de gobierno para agilizar y alentar la generación de innovación, tecnologías e industria vinculados con incubadoras, universidades, centros de investigación, oficinas de transferencia tecnológica, que fortalezcan la visión hacia un desarrollo económico y social. ◀



EL CASO **SNAPCHAT**, EJEMPLO DE ÉXITO Y FRACASO

LENTE
JOVEN



Snapchat es una aplicación que en su momento revolucionó el mundo de las redes sociales, ofreciendo una forma de comunicación totalmente nueva. **La esencia de Snapchat surgió cuando 2 estudiantes** de Stanford llamados Evan Spiegel y Reggie Brown, comentaban lo útil que sería que las fotos que intercambiaban con las personas se borrarán permanentemente después de ser vistas sin que nadie nunca más pudiera acceder a ellas.



**Sara
Pérez Zaragoza**

Estudiante de la carrera de Psicología Organizacional UNID campus Ocolusen, Morelia

Sara Pérez Zaragoza estudiante de la carrera de Psicología Organizacional en la UNID, Ocolusen. Realizó su estadía empresarial en la empresa Dolphin Discovery en Cancún Quintana Roo en la que, al concluir sus prácticas, laboró en el área de atracción de talento y posteriormente en relaciones públicas. A su regreso a Morelia comenzó a trabajar en la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO) en donde actualmente sigue laborando.

Por aquel entonces (2010) no existía nada parecido en el mundo de las aplicaciones, fue por ello que **Evan presentó el primer prototipo**, en su clase de diseño de productos de la universidad; se trataba de **una curiosa App móvil llamada Pictaboo**, a base de imágenes y videos que tenía la particularidad de destruir los mensajes después de que el destinatario los recibiera.

Aunque a Evan le parecía una forma divertida de comunicarse, sus compañeros de clase, no le veían el sentido a que las fotos y los videos que se compartían, no fueran permanentes, sin embargo, Evan y Reggie seguían creyendo que era un factor diferenciador a comparación del resto de aplicaciones de mensajería y podría llegar a tener un gran potencial entre el público más joven. Es por eso que decidieron contar con la ayuda de Bobby Murphy (otro estudiante de Stanford) para codificar y perfeccionar la aplicación y lanzarla definitivamente al mercado.

Después de dedicar el verano trabajando en el proyecto Pictaboo y de lanzar una primera versión, comenzaron a ver ciertas disputas entre los

fundadores, ya que Evan y Bobby opinaban que Reggie no había tenido demasiada implicación en el desarrollo de la App, y que por lo tanto, no se merecía continuar en la compañía. Así fue como Reggie Brown fue excluido totalmente de la empresa.

En septiembre del 2011, el nombre de la aplicación se cambió definitivamente a Snapchat y se lanzó oficialmente en la App Store, no obstante, seguía sin llamar demasiado la atención, ya que casi no conseguía descargas. Gracias a un primo de Evans, que empezó a usar la aplicación y a recomendarla con sus amigos, Snapchat comenzó a hacerse muy popular en un instituto de Los Ángeles.

Snapchat había podido encontrar por fin a su público: Los MILLENNIALS.

Las innovaciones de los Millennials están fundamentadas en que poseen características que los hacen únicos: la tecnología, es una herramienta natural para estos jóvenes en su día a día, el internet, el dispositivo móvil, los medios sociales son su forma de vida. (Antonio, 2010)

La plataforma siguió creciendo en un ritmo impresionante, por lo que

Mark Zuckerberg (fundador de Facebook) ofreció comprar la aplicación por la cifra de tres mil millones de dólares.

Sin embargo los fundadores creían que su plataforma tenía bastante potencial y estaba en un momento de expansión y crecimiento tan increíble, que no valía la pena venderlo por el momento.

En el año del 2013 Reggie Brown, reclamó sus derechos como inventor del concepto de la aplicación y demandó a Evan y a Bobby por haberlo echado injustamente de la compañía. Finalmente después de varios juicios, en 2016, Reggie recibió \$157,5 Millones de dólares en compensación.

Aunque Facebook, Instagram y Pinterest habían tenido un crecimiento asombroso, ninguna alcanzó el ritmo de descargas de Snapchat.



Para 2014, Snapchat se había convertido en la aplicación social que más rápido estaba creciendo.

Facebook, que en 2016 ya tenía dos de las aplicaciones sociales más importantes del mundo (WhatsApp e Instagram) no quiso dejar pasar la oportunidad de atraer al público más joven y así fue como lanzó la nueva funcionalidad para Instagram: Stories que funcionaban con un mecanismo muy parecido al de Snapchat; esto significó el principio del declive para Snapchat, al ver que muchos de sus usuarios dejaban de estar activos, mientras que la nueva función de Instagram estaba siendo todo un éxito.

Snapchat se ha esforzado por sacar nuevas funciones para atraer de nuevo al público Millennial, pero todas sin demasiado éxito. Sus fundadores subestimaron el poder de



Facebook; Snapchat debió haber previsto que la empresa de Mark Zuckerberg tenía los recursos y capacidades suficientes para crear ellos mismos una herramienta no solo parecida, sino mucho mejor.

Snapchat se convirtió en un duro y poderoso competidor, y ello, llevó a Snapchat desde lo más alto hasta lo más bajo, en muy pocos meses. Por el momento no se sabe si Snapchat logrará renacer de sus propias cenizas, pero lo que sí es seguro, es que Facebook no le ha puesto las cosas nada fáciles y que tendrá que esforzarse mucho para volver a coronarse como la reina de la mensajería efímera.

LAS LECCIONES QUE NOS DEJA EL CASO SNAPCHAT

Es importante recalcar que tan solo en México, los Millennials (generación que presenta mayor interés en el emprendimiento), representan a más de 39 millones de personas de la población, de los cuales al 36% le gustaría

tener su propio negocio (telefónica, 2015). Si tú estás interesado, como Evan Spiegel y Reggie Brown, en crear tu propia empresa, ya sea para vender algún producto u ofrecer algún servicio, ten en mente

En primer lugar, la importancia de los contratos de fundación.

Esto tiene que ver con Reggie Brown, y se trata simplemente de dejar todo claro cuando empezamos. Cuando se empieza una empresa, todos tienen un optimismo desmedido, sin embargo, las personas que quieran crear cualquier tipo de negocio y/o empresa deben organizar y definir claramente qué es lo que cada uno va a aportar y llegar a un cierto contrato legal, para en dado caso de que todo acabe siendo negativo, se pueda tener un plan de contingencia. Ahora mencionaré un ejemplo que se llega a hacer en este tipo de situaciones:

En una organización, cada uno de los fundadores tiene el 30% de las acciones, pero desbloqueara ese 30% durante cuatro años.

¿Qué quiere decir esto? que el primer año desbloqueara un pequeño porcentaje, el segundo año otro porcentaje y así irá liberando porcentaje de la empresa según vaya aportando.

¿Qué es lo que se consigue con esto? Protección para nuestra empresa ante situaciones como esta, por ejemplo, si hubiese existido este tipo de acuerdo legal, al notar que Reggie Brown no había aportado lo suficiente, como lo consideraron Evan y Bobby, y tomando en cuenta que no llegó ni siquiera al primer año, la empresa hubiese quedado protegida. Si estás empezando una empresa o planeas hacerlo piensa en este tipo de soluciones.

La segunda lección es poder encontrar tu primer grupo de clientes potenciales

En el caso de Snapchat, conocimos que hasta que el primo de Evans da a conocer la aplicación en su colegio, comenzaron a tener un grupo de clientes potenciales para utilizar la aplicación. Cuando la gente comienza a crear un producto o servicio, intenta abarcar demasiado.

¡Segmenta!; la idea es que te enfoques en un determinado sector al que quieras dirigir tu producto y/o servicio para poder atacarlo muy bien, el Marketing lo puedas optimizar mucho mejor hacia este pequeño sector, además podrás brindarle una mejor atención, eso da un valor increíble para que

el marketing lo hagan por ti tus usuarios, es decir, que vayan hablando y dando a conocer a más personas tu producto y/o servicio con opiniones positivas y/o recomendaciones. Centrarte en el mercado al que va dirigido tu producto o servicio es fundamental.

La tercera lección que podemos aprender de la empresa de Snapchat es que

Nunca subestimes a tu competencia

Cabe mencionar que la jugada para los fundadores de Snapchat no estuvo nada mal, ya que terminaron rechazando la oferta de Facebook y sacaron la aplicación a la bolsa por veintiocho mil millones de dólares.

Hemos visto que Instagram (que pertenece a Facebook) ha conseguido integrar de una forma extremadamente rápida funcionalidades que tiene Snapchat y compitiendo de una manera abismal. Hoy día Instagram no para de innovar, no solo con las funcionalidades que tiene Snapchat, sino también con diversos elementos más como por ejemplo los directos, los Boomerangs, etc.

Es un competidor realmente potente y si vemos a ambas empresas en bolsa, Facebook que se integra por WhatsApp e Instagram, cada año esta presentando mejores resultados, sigue teniendo muchos beneficios y Snapchat todavía tiene pérdidas. Es por ello que nunca debes subestimar a tu competencia, por mucho que llegues a mantenerte en un nivel muy alto, siempre mantente atento buscando alternativas y diferentes estrategias para seguir mejorando e innovando. ◀



La palabra “*millennial*” esta globalizada, pero en realidad ¿Qué tanto se conoce de los millennials? Aproximadamente, son personas nacidas de 1985 hasta el 2000, no hay fechas exactas sobre cuando comienza y cuando termina esta generación, otros autores proponen distintas fechas, pero la mayoría coincide en el rango de las fechas ya mencionadas.



**Fernanda
Sánchez Martínez**

Estudiante de la Licenciatura en Psicología Organizacional, UNID, campus Ocolusen, Morelia.

Realizó su estadía empresarial en Grupo Ortiz, en el área de reclutamiento y selección de personal. Laboró en Grupo Arquimo, en el dpto. de Recursos Humanos. Cuenta con un diplomado en Gestión de Recursos Humanos. Autora de la tesina “Proceso de reclutamiento y selección de personal adecuado a millennials”. Participó en un curso de reclutamiento 2.0 y actualmente se encuentra en un diplomado de Tanatología.

Dentro de la población mundial son personas jóvenes las que más habitan y actualmente son más del 50% de la fuerza laboral del mundo. Se les llama “*millennials*” por qué vieron la entrada del nuevo milenio (2000), a esta generación también se les conoce como la generación Peter pan, generación boomerang y generación Y.

Existen varios factores que diferencian a una generación de otra, como la educación, la forma de pensar, el vestir etc. El factor que destaca en la generación *millennial* sobre las demás es el de la tecnología. Todos los *millennials* durante su formación académica tuvieron que hacer uso de la tecnología para elaborar sus tareas, y hoy en día es indispensable para el ámbito académico, y laboral.

Según Deloitte, la firma privada de servicios profesionales más grande del país, Los *millennials* son personas que valoran enormemente su vida personal por encima de la profesional, son los primeros nativos digitales y pasan gran parte de su tiempo libre navegando en internet, tienen perfiles en las redes sociales, compran productos a través de internet, están comprometidos con las causas sociales y ambientales comprando productos ecológicos y de comercio justo, y no se casan con ninguna empresa, escuela o partido.

No conocen un mundo sin la tecnología, esto apertura a vivir en un mundo globalizado, por tanto, tienen **acceso a numerosa información** y eso permite tener un mayor aprendizaje, además de ser **sensibles ante las noticias de su país y del mundo**. Gracias a las redes sociales pueden comunicarse con facilidad, pero la información, la tecnología, y las redes sociales son susceptibles a ser contraproducentes de no saberse utilizar.

LOS MILLENNIALS Y LA EDUCACIÓN

El Estudiante participa de manera activa en la construcción de sus conocimientos, teniendo la capacidad para decidir cuál será el trayecto formativo más afín con sus intereses. (Manovich, 2013; Alonso, 2015).

Uno de los desafíos más grandes para la educación es enseñar en la era donde existen smartphones, ya que provocan distracciones porque la mayoría del tiempo los *millennials*

viven navegando en las redes sociales, pero el smartphone puede ser utilizado como una amenaza o bien como una estrategia educativa.

En la actualidad existen clases en donde pueden estar conectadas muchas personas

desde sus casas. Y no existe un límite para el aprendizaje. Como estudiantes, los *millennials* pueden destacar con facilidad, ya que si un tema les interesa no se conforman con lo que aprenden en la escuela si no que investigan a fondo. Los *millennials* no les apuestan a

las altas calificaciones, si no a la pasión y al disfrutar del aprendizaje sobre un tema de su interés.

El desarrollo y uso de las tecnologías digitales en educación son claves en el proceso de aprendizaje. Existen

distintos modelos educativos, cada modelo debe cubrir una necesidad de las diferentes generaciones, existen los modelos educativos como “educación 1.0., 2.0., 3.0.” y el modelo educativo de la actualidad es el 4.0., es el que se utiliza para la generación *millennial*. Y según Ranz (2016), consiste en:

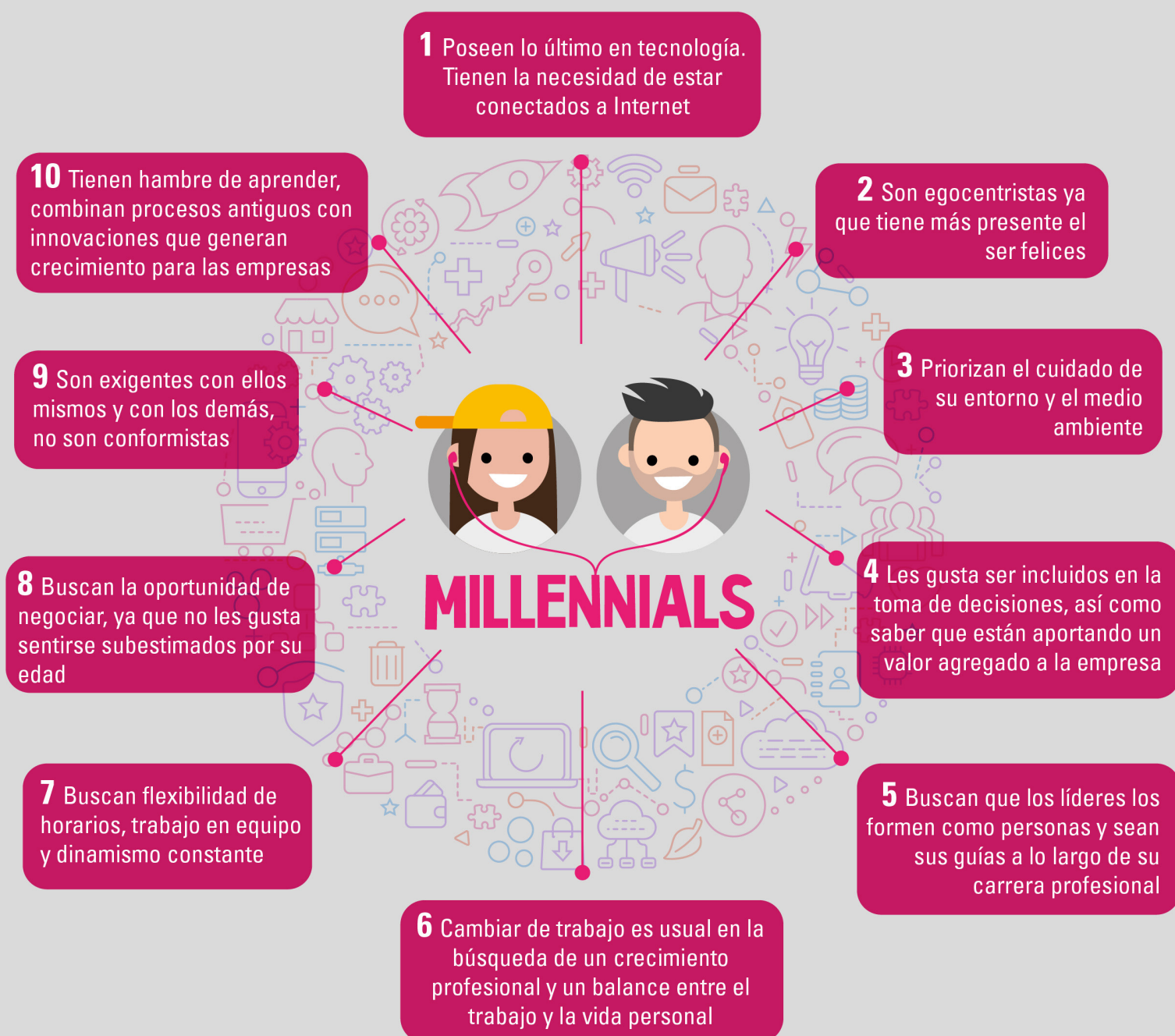
- **Poner a colaborar a profesor y alumno, a escuela y familia. La cooperación como base del proceso de enseñanza.**
- **Buscar el aprendizaje activo que pone al alumno a regular su proceso a través del pensamiento estratégico.**
- **Utilizar las TIC como herramientas de acceso, organización, creación, difusión de contenidos.**
- Permitir la interacción constante entre alumnos y profesores, centrándose en la comunicación como principal vehículo para el aprendizaje.
- **Usar el juego y la creación de entornos de aprendizaje reales como motor de aprendizaje.**
- Definir los objetivos y criterios de evaluación, después seleccionar los contenidos, diseñar las actividades de aprendizaje y finalmente pensar en las herramientas tecnológicas que pueden facilitar este proceso.
- **Abordar el aprendizaje competencial movilizand conocimientos para resolver problemas reales.**
- Entender la evaluación como un proceso de feed back constante que ayuda a mejorar y progresar.



Este modelo propone explotar el talento que cada persona tiene, y está basado en las principales tendencias de innovación y cambio, pero sin perder aquellos elementos tradicionales de la educación, ya que existen elementos esenciales que deben estar presentes. Es una combinación entre lo tradicional y lo innovador; junto con la tecnología y la ciencia, busca que los estudiantes puedan conocer el mundo globalizado, y además le da importancia a lo emocional.

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOS *MILLENNIALS*

Cada generación es única, tiene sus ventajas y sus desventajas, y todas generan un impacto en el mundo. Se ha escuchado que los *millennials* tienen ciertas características negativas que hacen que el resto de la población los vea como una generación con demasiados puntos de oportunidad, pero Gamero, R. (2009) menciona 10 características principales que todo mundo debería de conocer para poder entender cómo es y cómo se comporta un *millennial*:



Las generaciones anteriores a los *millennials*, consideran que son perezosos, poco comprometidos y quizás sean demasiado sensibles, pero se tiene que tener claro que cada generación fue educada de manera distinta, ya que las necesidades cambian y el ser humano está obligado a desarrollar la capacidad de resiliencia para adaptarse. En cada generación suceden hechos que impactan a la población.

VALORES PRINCIPALES DE LOS MILLENNIALS

Los valores son un conjunto de cualidades que hacen que una persona o cosa sean apreciados y son importantes en cada persona, todas desarrollan un valor en su vida. Los valores que cada persona tiene los lleva a cabo en los diferentes ámbitos de su vida, a veces los desarrolla de manera inconsciente y otras veces de manera consiente decide trabajar en ellos día con día. Los valores más destacados en los *millennials*, según Buckingham (2010), son:

1. **Pertenencia:** La mayoría de las personas quiere encajar y ser parte de un grupo.
2. **Reconocimiento:** Además de pertenecer, también es importante que las personas se sientan únicas y especiales. Los *millennials* quieren que su grupo los reconozca por sus distintas personalidades y temperamentos, además, en el ámbito académico y escolar, les gusta destacar, y les gusta que se les reconozcan las cosas que hicieron bien.
3. **Creatividad:** Gracias a internet y las diferentes formas de aprendizaje, han podido explotar la creatividad e innovar en todo lo que hacen.
4. **No conformismo:** Los *millennials* se exigen

a sí mismos ya que saben que siempre pueden dar más, pues cuentan con los medios necesarios para realizar lo que se proponga, además de que son exigentes con los demás.

Cabe destacar que los valores mencionados son valores generales, aunque hace referencia a toda una generación, eso no significa que cada persona, como individuo, no tenga sus propios valores, ya que cada *millennial* es distinto y único y desarrolla diferentes valores, únicamente los cuatro mencionados son los valores que tiene en común esa generación.

LOS MILLENNIALS Y EL IMPACTO SOCIAL, CULTURAL Y TECNOLÓGICO

Los *millennials*, a nivel social, generan un gran impacto, ya que con el acceso a la red pueden conocer gente nueva, interactuar fácilmente, aprender lo que quieran e inclusive encontrar pareja, pero esto ha traído consecuencias sobre todo en la seguridad, por ejemplo, se han generado secuestros, y muertes, además de que ha aumentado el sentimiento de soledad y tristeza por la información que se tiene de las demás personas. Cabe destacar que están más conscientes de ayudar a la sociedad y se comprometen a ser más humanos, precisamente por el acceso a la información que tienen sobre el mundo, la cual les permite desarrollar su sensibilidad.

En el ámbito cultural tienen todas las herramientas para conocer otras culturas, además de videos e información.



Inclusive las mismas universidades propician ese intercambio y también existen organizaciones que alientan y favorecen los intercambios, eso permite generar mentes más abiertas y más flexibles. El ser humano necesita de tres ámbitos: el espiritual, personal, y físico. El conocer otra cultura alimenta la espiritualidad y eso ayuda a tener inteligencia emocional.

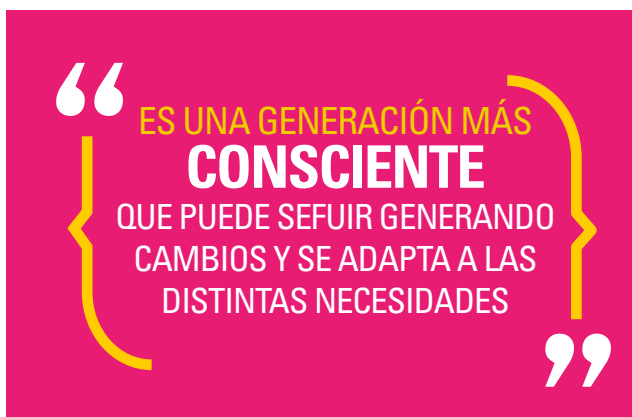


Todos los *millennials* buscan innovar a través de las herramientas que les brinda el internet, la tecnología los ha acompañado desde la secundaria, ya que era obligatorio en un trabajo de investigación, buscar información en la red. Los *millennials* son nativos digitales, prácticamente sin la tecnología no podrían adaptarse tan fácilmente.

Cada generación tiene sus pros y sus contras, pero todas impactan a la sociedad de manera significativa, se ha escuchado numerosamente hablar de los *millennials* pero es importante que los conozcamos y que podamos entender su comportamiento. Para una escuela los *millennials* son sus clientes, y como cada organización necesita analizar a su mercado y a su fuerza laboral, conocer las ventajas y desventajas para lograr la productividad de sus empleados. Lo mismo ocurre con una escuela, ya que una escuela también es una organización.

Los *millennials* tienen muchas oportunidades, la mayoría de ellos se ha ido a estudiar a otro país, y muchas de las universidades tanto públicas como privadas ofrecen esas oportunidades. Los *millennials* valoran el conocimiento y el aprendizaje, sobre todo disfrutan el aprender de un tema de su interés. Los *millennials* buscan expresar el máximo conocimiento de un maestro, son muy exigentes en todos los aspectos.

Ser un *millennial* significa ser creativo, poco conformista, innovador, con mente más abierta debido a la globalización y al intercambio de información de las culturas, y sobre todo más centrado en sí mismo ya que son más conscientes del valor que tiene como personas, en el ámbito académico y laboral. Esta generación tiene mucho que seguir aportando, a la política, la economía, la psicología etc.



Existe talento solo se tiene que seguir apoyando. ◀

TALISIS PROJECT:

DRIVE CHANGE.

Interesados en la evolución que ha tenido **Grupo Talisis**, nos acercamos al especialista en la gestión de las personas: el *Ing. Domingo Farías, Director de Capital Humano de Talisis Project* y esto fue lo que nos contó acerca del grupo que transforma comunidades a través de las personas.

- **¿DE QUÉ MANERA TALISIS PROJECT TRANSFORMA COMUNIDADES A TRAVÉS DE LAS PERSONAS?**

Para ver algún cambio en una persona y de manera general, en una comunidad, **LA EDUCACIÓN ES PIEZA FUNDAMENTAL**. Somos un grupo especializado en encausar el talento para generar el cambio. Tenemos la gran ventaja de encontrarnos en este sector, impactando en 6 países, 48 ciudades, más de mil 700 colaboradores, más de 4 mil maestros y más de 45 mil alumnos. Todo esto convierte nuestra misión en un deber.



“CREEMOS FIRMEMENTE QUE TRANSFORMANDO NUESTRO ENTORNO POR MEDIO DE EXPERIENCIAS INNOVADORAS DE APRENDIZAJE EN LAS DIFERENTES ETAPAS DEL DESARROLLO HUMANO, PODEMOS LOGRAR ESA TRANSFORMACIÓN DE COMUNIDADES, DONDE LA PERSONA ES EL EJE CENTRAL.”

TRANSFORMAR IMPLICA

- UN CAMBIO A → B
- ¿CUAL ES EL ESTADO QUE SE QUIERE ALCANZAR?

Nuestra meta es generar graduados de calidad, más y mejores alumnos con el perfil deseado. Esto depende de la institución educativa de la que estemos hablando. En el caso de UNID tenemos una PROMESA basada en tres pilares:

ENSEÑANZA
APRENDIZAJE

ESTADÍA
EMPRESARIAL

PROMESA ACADÉMICA

VIVE UNID

Certificación Top 3 - Talisis Way

- La primera es **ENSEÑANZA APRENDIZAJE**, que busca que todos nuestros docentes cuenten con el perfil y estén capacitados, clases de acuerdo a un plan académico y ser una universidad acreditada.
- El segundo pilar es la **ESTADÍA EMPRESARIAL**. Buscamos tener una

experiencia laboral de calidad para nuestros estudiantes a través de las Estadías Empresariales, un Sistema Profesional para el Empleo que ofrezca opciones reales de empleabilidad para nuestros alumnos y egresados, así como asegurar la calidad en las experiencias laborales que ofrecemos. No se trata de mandar por mandar, sino de analizar los perfiles de los diferentes programas, ver las vacantes y puestos que ofrecen nuestras empresas vinculadas y asegurar que nuestros alumnos realicen sus prácticas en empresas acordes a su perfil.

- Y el tercer pilar es **EDUCAR CON VALORES**. Es muy importante esta parte por la experiencia de impacto social, formación académica con valores, así como desarrollo espiritual y personal.

• COMO DIRECTOR DE CAPITAL HUMANO

• ¿CUÁL ES TU COMPROMISO CON TALISIS?

Siempre lo digo y nunca me cansaré de decirlo, **TODO EMPIEZA Y TODO TERMINA CON NUESTROS COLABORADORES**. Si tienes a tu colaborador contento, comprometido y desarrollado, vas a tener clientes contentos y leales. Al ser una institución educativa, tenemos la labor fundamental de desarrollar

“ LA IMPORTANCIA DEL COLABORADOR PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS ”

talento internamente, por lo que una de nuestras prioridades es precisamente **DESARROLLAR EL TALENTO**.

Los colaboradores son fundamentales para el logro de los objetivos de la institución. Sin ellos esta institución no sería nada. Estamos en una organización que trabaja con gente para la gente. Primero, **TIENES QUE AYUDAR A QUE EL COLABORADOR COMPRENDA REALMENTE HACIA DONDE VA LA INSTITUCIÓN**, lo orientas a enfocarse en las prioridades de sus funciones y responsabilidades, después le defines los retos que lo motiven a seguir creciendo como profesional.

- **DE OTROS GIROS EMPRESARIALES A LA EDUCACIÓN**

Me ha tocado estar en otras industrias y las funciones no cambian mucho. El tema y la clave aquí es entender muy bien quiénes son **LOS CLIENTES Y SUS NECESIDADES PUNTUALES PARA DARLES UNA SOLUCIÓN A ESA NECESIDAD**.

Por ejemplo, en un hospital se tendrán doctores, enfermeras, pacientes, familias, aseguradoras; nosotros en Talisis tenemos padres de familia, alumnos, exalumnos, docentes, colaboradores, empresas vinculadas y la comunidad en general. Y nuestra encomienda es ofrecer a todos ellos

experiencias extraordinarias.

LA IMPORTANCIA DEL CAPITAL HUMANO RADICA EN CONOCER Y ATENDER A NUESTRA GENTE. Ese es un gran reto. Realmente sentimos que estamos provocando un impacto muy positivo y construyendo un legado. Vemos cómo entra la materia prima, que en este caso es el alumno y cuál es el producto terminado. Se ven diferentes, se ven re-perfilados, maduros, con experiencia laboral y preparados para un nuevo reto profesional y eso es muy gratificante.

- **LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN TALISIS**

Si quieres lograr que la gente piense, actúe y viva de la forma hacia donde tú estás encaminado, es decir, hacia tu planeación de largo plazo, es importante que tengas los incentivos correctos y éstos se dan a través de una cultura organizacional que la misma gente debe de construir.

Nosotros en Talisis tenemos tres pilares que forman nuestra Cultura organizacional donde la comunidad es el centro de estos tres pilares. Este modelo bien aplicado nos da como resultado un mejor engagement, satisfacción, lealtad, compromiso con nuestra gente, comenzando con nuestros alumnos.



THINKING



ACTING



LIFE STYLE



- Engagement
- Satisfacción
- Lealtad
- Compromiso
- Productividad
- Rentabilidad

Thinking

- Primero tienes que alinear a tus colaboradores hacia tu misión, visión, valores y correctas estrategias, es decir brindarles una claridad organizacional.

Acting

- En segundo lugar, tienes que establecer las conductas a través del ejemplo; una comunicación correcta es la clave en este objetivo.

Lifestyle

- Y tercero, hábitos y tradiciones, como nuestra Convención Nacional, el Talisis Connection, las reuniones de cierre de año y eventos como Vive UNID.

Debemos dejar de ver al departamento de Capital Humano como aquel que solamente brinda servicios de nómina o reclutamiento. Va mucho más allá de eso. En Talisis brindamos 22 servicios encaminados a la calidad en el capital humano para **ATRAER, RETENER Y DESARROLLAR** a los colaboradores para que sean más productivos, **FELICES**, con sentido humano y socialmente responsables, con el objetivo último de transformar comunidades. ◀

“

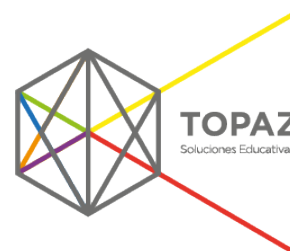
EN TALISIS ESTAMOS
**COMPROMETIDOS
CON LA INNOVACIÓN Y
PROFESIONALIZACIÓN**

DEL APRENDIZAJE CON TECNOLOGÍA DE VANGUARDIA Y
EXPERIENCIAS SIGNIFICATIVAS

”

TRANSFORMAMOS COMUNIDADES A TRAVÉS DE LAS PERSONAS

Grupo Topaz tiene como objetivo lograr una transformación significativa en México. Desde 2012 incursionaron en el segmento educativo y en 2017 el proyecto se materializa con el lanzamiento de Talisis Projetc.



28

TALISIS PROJECT®, busca transformar el entorno por medio de experiencias innovadoras de aprendizaje en diferentes etapas del desarrollo humano, a través de sus diferentes unidades operativas que van desde la primera infancia hasta el desarrollo profesional y las soluciones corporativas.

SEGMENTOS ATENDIDOS

**PRIMERA
INFANCIA**

:ADVENIO

:kinedu
every moment counts by ADVENIO

**DESARROLLO
PROFESIONAL**

:U-ERRE

:UNID

:IESALUD

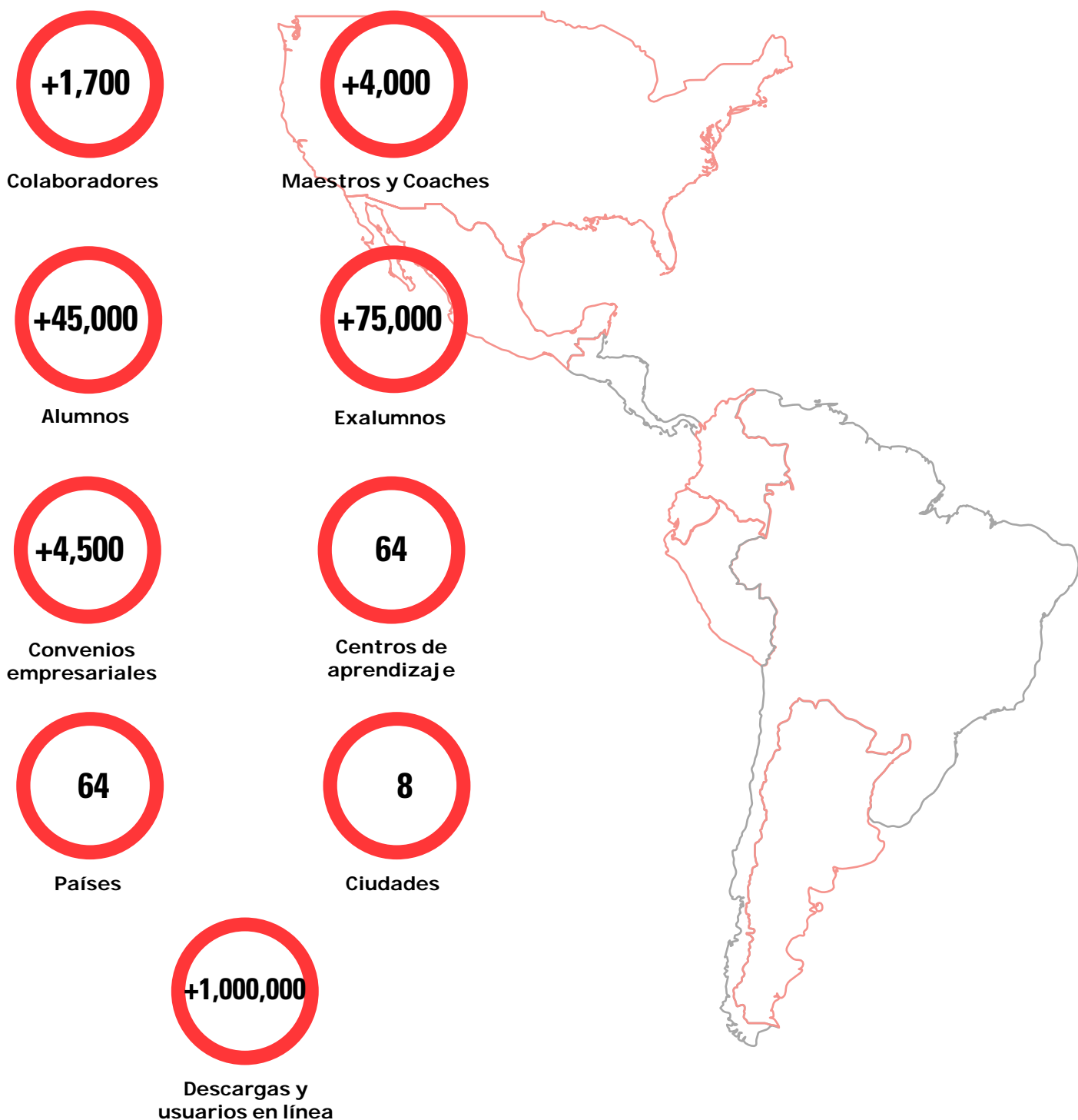
**SOLUCIONES
CORPORATIVAS**

:L&D
LEARNING
& DVLPMNT.

TALISIS:
SMART / MGMT
DRIVE CHANGE

TALISIS EN NÚMEROS

El alcance de Talisis se puede observar en las siguientes cifras:



29

:ADVENIO :IESALUD :kinedu :U-ERRE :UNID :L&D :SMART / MGMT

TALISIS.COM

DRIVE CHANGE.

VALORES, ACTITUDES QUE PERMITEN DESARROLLARNOS COMO SERES HUMANOS

La **educación en valores**, representa uno de los retos más importantes que enfrentan las instituciones de enseñanza del país. La reforma educativa que el Gobierno Federal viene impulsando a nivel nacional, considera que la educación **tiene como objetivo fundamental la formación integral del estudiante en todos los aspectos de su vida: personal, familiar, profesional y social.**



**Luis Francisco
Pérez Sánchez**

Dr. Educación Humanista
Campus San Luis Potosí
lufperez@uacam.mx

Doctor en Educación Humanista,
por el Instituto Humanista
de Estudios Superiores de
Campeche.

Profesor Investigador de Tiempo
Completo de la Facultad de
Ciencias Sociales de la Universidad
Autónoma de Campeche,
México. Líneas de investigación:
Educación, Desarrollo Regional,
Organizacional y Humano.

La educación en valores, es un tema que debe ocupar y preocupar tanto a los padres de familia, como a profesores, autoridades educativas, al gobierno y a la propia sociedad, debido a las difíciles condiciones económicas, políticas y sociales, la corrupción, la impunidad, la inseguridad, la desigualdad y la carencia de valores que enfrentamos como sociedad y que demanda una mayor eficiencia, eficacia y pertinencia del sistema educativo, no sólo en cuanto a la formación técnico-profesional de los estudiantes, sino también, de sus cualidades personales, valórales y actitudinales.

Sánchez (1984), define los **valores**, como **actos morales que las personas eligen y ejercen de manera consiente**, éstos dependerán en muchos casos de la educación que reciban en el seno familiar, escolar, social y laboral, de sus intereses y necesidades personales y sociales.

Los valores son reguladores de las conductas humanas, valen por sí mismos y son importantes por lo que son, por lo que significan y representan, y no por lo que se opine de ellos. El conjunto de valores que ejercen las personas determina el sistema de valores que

identifica a una sociedad y viceversa. Por esta razón, los seres humanos tenemos la tendencia de actuar y comportarnos de acuerdo con los principios, normas, valores y las reglas socialmente establecidos. Por ejemplo, **al ingresar a una organización de manera implícita aceptamos cumplir con las normas, principios y valores que la definen, y estas dependerá de su naturaleza, propósito, misión, visión, objetivos y metas que persigan.**

FACTORES QUE INFLUYEN EN LA FORMACIÓN DE VALORES

Los valores son productos de las transformaciones sociales y surgen, cambian, se modifican o desaparecen a través del tiempo, como el bien, la belleza, la virtud, la felicidad, la dignidad, la libertad, el respeto, la responsabilidad, la honestidad, la solidaridad, la tolerancia, etc. Los valores no existen por sí mismos, al menos en este mundo, necesitan de un depositario en que descansar; cambian y se modifican día con día. Por tal motivo, los valores considerados hoy en día como buenos, pueden no serlo en el futuro (los valores no son fijos sino dinámicos, cambian de persona a persona y de una sociedad a otra, incluso dentro de un mismo grupo social y con el tiempo). Lo que hoy está prohibido, mañana puede ser permitido.

Los valores se manifiestan en las relaciones interpersonales, sociales, familiares, educativas, en la política, el derecho, etc., es por ello que **toda actividad que esté dirigida a la educación de valores en los estudiantes debe ser considerada como parte importante de su proceso formativo.** Domínguez (2003), afirma que la educación en valores cobra especial relevancia entre la juventud, por ser una etapa

particularmente sensible del ser humano, dada las necesidades de independencia y autodeterminación que por naturaleza buscan ejercer los jóvenes, es en la juventud, agrega, donde se indaga de forma intensa la amistad, el amor, sentirse aceptado por los que lo rodean y una relación afectiva altamente individualizada, estable y profunda.

Tres elementos que debemos tomar en cuenta para la planificación de las actividades docentes en materia de educación de valores, son:

- **El cognoscitivo.** Se refiere al proceso de construcción activa del conocimiento que ejercen los estudiantes empleando sus capacidades mentales, el razonamiento lógico, de análisis e interpretación de la información que adquieren y de la realidad en el que viven.
- **El afectivo–volitivo.** Se pone de manifiesto cuando el estudiante identifica, asume y personaliza normas e ideas que defiende a cabalidad y expresa a través de sus sentimientos, emociones, actitudes y motivaciones.
- **El conductual.** Comprende las conductas, comportamientos, actitudes e interacciones que ejercen los estudiantes con sus compañeros, amigos, maestros, familiares y demás miembros de la comunidad en la que viven, en correspondencia con los valores que poseen y que implica: a) conocer a profundidad el significado un determinado valor (componente cognitivo), b) que individualmente experimenten emoción, alegría, satisfacción, interés y necesidad por ejercer un determinado valor, es decir, que lo sientan y lo hagan suyo (componente afectivo-motivacional) y c)



poner en práctica los valores que conocen y sienten (componente conativo).

LA EDUCACIÓN HUMANISTA EN LA FORMACIÓN DE VALORES

La educación es una de las actividades más importante que ejercemos en sociedad y que ha contribuido al desarrollo de la humanidad debido a que no hubiera sido posible lograrla sin que los seres humanos asimilaran su propia historia, y no hubiesen asegurado de una u otra forma, la transmisión de sus conocimientos y experiencias a las nuevas generaciones (Blanco, 2001). Por su parte Fariñas (2005), considera que **la mejor educación es la que lleva al educando a la construcción crítica y responsable de su propia realidad** y constituye la parte fundamental del desarrollo humano, en este sentido, la educación humanista, es de gran utilidad

para la enseñanza de valores, por tener como propósito, la formación integral de los estudiantes para que sean personas plenas y útiles para la sociedad. Considera la formación de valores como un proceso individual, continuo, activo, consciente, complejo, holístico y multifactorial, en el que intervienen diversos factores socializadores, como: la familia, la escuela, la comunidad, los amigos, los medios de comunicación, las organizaciones sociales, políticas y religiosas, entre otros (Báxter, 2003, p.3).

Como docente, permite al educando aprender de acuerdo a sus tiempos, posibilidades, necesidades e intereses, empleando métodos y técnicas de autoaprendizaje, así como una actitud crítica, analítica y reflexiva. ◀

EDUCANDO CON VISIÓN EMPRESARIAL. RETOS Y DESAFÍOS

Durante los últimos años, uno de los principales retos de las instituciones educativas ha sido transformar su misión de una formación exclusivamente académica a una cada vez más profesionalizante. Existen diversas causas que han motivado a este cambio radical, pero una de las principales se debe al actual mercado laboral que cada vez exige egresados capaces de ser tomadores de decisiones y agentes de acción positiva, diestros en modificar su medio ambiente; ante el escenario anterior, no es de sorprender que hoy en día los alumnos que desean cursar una Licenciatura o Maestría, estén enfocados en revisar minuciosamente la proyección profesional que tendrán al egresar de la Universidad en donde decidieron estudiar.



**Fabián Eduardo
Sánchez Cruz**

Mtro. en Administración de
Negocios
fabiansc20@gmail.com

Director de UNID Campus
Coatzacoalcos. Licenciado
en Economía y Negocios
Internacionales por la Universidad
Anáhuac Mayab. Maestro en
Administración de Negocios
por la UNID Campus Cancún.
Estudios de Economía Financiera
en la Universidad Francisco
de Vitoria en Madrid, España.
Certificación en Liderazgo del
programa de Excelencia Vértice
Anáhuac y como Asesor en
Sociedades de Inversión por
la Asociación Mexicana de
Intermediarios Bursátiles.

El reto de esta transformación de misión institucional no es fácil, ya que implica un gran desafío que encuentra su fundamentación en que las nuevas generaciones tengan una apertura a ser formados en valores y competencias que finalmente los fortalezcan a ser generadores de cambio y con una visión empresarial, en donde no busquen obtener conocimiento para seguir órdenes, realizando siempre lo que se les indica que hagan, sin realizar cuestionamientos objetivos y no ser detonadores de creatividad, sino al contrario, que **el conocimiento esté unificado a la experiencia laboral que puede adquirir el alumno mientras estudia**, con esto se obtienen dos importantes beneficios:

- **Primero, un alumno que tiene contacto con el mercado laboral previamente a su egreso, consolida los pilares teóricos del aula mediante la adquisición de una experiencia que le permita visualizar de manera concreta su plan de vida en la carrera que eligió.**

- Segundo, el poder adquirir valor curricular durante sus estudios académicos, le brinda mayores posibilidades de éxito en su inserción al mercado laboral, una vez titulado; al fin de cuentas no es lo mismo leer una teoría administrativa, que ejercerla realmente, viviendo las consecuencias de su aplicación, así como los beneficios del éxito cuando es aplicada correctamente. **Panorama histórico**

En nuestra sociedad existen otros retos por vencer para lograr esta educación con visión empresarial, en muchos casos nos encontramos con conflictos generacionales que involucran a personas cuya formación no ha sido formalmente académica, sino incidental, esto trae como resultado que comúnmente sea la praxis de “siempre se ha hecho así y ha funcionado” la que reina sobre el probar nuevas estructuras innovadoras que resulten en eficiencia y optimización de recursos, el miedo al cambio de las generaciones anteriores, es razonable, más no necesario en el medio global actual, el tener generaciones más competitivas y mejor preparadas, implica el también poder darles una oportunidad de ser motores de transformaciones radicales, que promuevan el sano crecimiento de los sectores productivos.

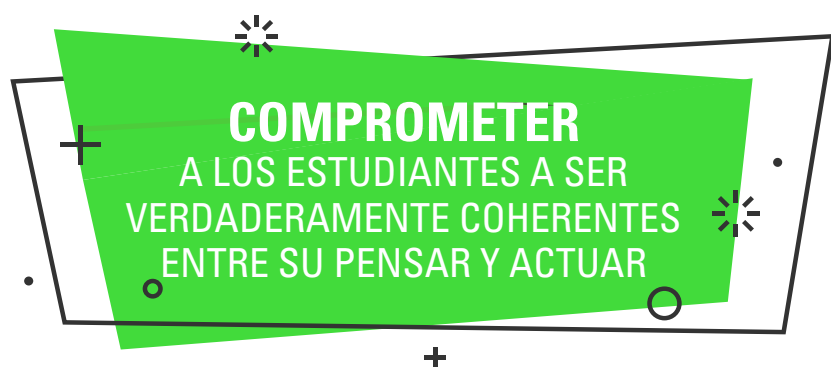
Aunado al reto de eliminar los obstáculos generacionales, se suma el desafío de

responsabilizándose y sobre todo creerse que el único futuro del país, será el que ellos forjen en el presente. Esto se puede lograr con el ejemplo de las personas que son referencia de estos nativos digitales, que no necesariamente son los más admirados o reconocidos, sino aquella persona que puede lograr cambiar el pensamiento, con una simple palabra de aliento o con alguien que demuestre ser un ejemplo de fortaleza y constancia, las cuales le han permitido llegar a ser un referente en su ambiente profesional, inclusive nosotros mismos podemos ser agentes formadores, sin saberlo aún.

En la actual globalización parecería que todo está dicho y que no hay forma de hacer otra aportación significativa, pero precisamente en este sentir, está la oportunidad que tienen las instituciones educativas para formar personas íntegras y altamente competitivas que sean generadoras de empleo y que lleven a los actuales mercados a niveles nunca antes vistos, en donde la búsqueda de nuevos retos sea el factor para generar nuevo conocimiento.

El tratar de ser pionero de cambio, implica también un desafío inherente para las nuevas generaciones, y se basa en desarrollar un espíritu de liderazgo y de asumir riesgos, después de todo, **la mejor vía de aprendizaje para tener una visión de negocios es implementado lo aprendido,**

de la mano con el enriquecimiento de aprender con base a tu propio esfuerzo y escuchando a aquellos que han estado en la lucha por **no ser seguidores sino líderes.**





TRANSFORMAR LOS RETOS EN OPORTUNIDADES

Hay ocasiones en las que se tienen que tomar decisiones que orillan a dos caminos: el fácil, que no implica esfuerzos; o no los correctos, y el complejo.

Solamente los que han sido capaces de vencer los desafíos, apoyados por quienes han logrado transformar los retos en oportunidades, serán los que sin lugar a dudas puedan decir que su educación les permitió formar a otros para que alcancen una visión más allá de los límites preestablecidos y que parecían imposibles; estableciendo las nuevas reglas del mundo empresarial y

marcando la senda que han de seguir otros. Bajo este contexto de educar con visión empresarial, no resulta extraño que los retos y desafíos sean grandes, sin embargo, vale la pena luchar por ser los primeros en buscar que estas nuevas generaciones se vean a sí mismas no como receptoras de información, sino como generadoras de cambios significativos. El escenario está puesto, solamente falta el compromiso de formar jugadores que quieran tomar la responsabilidad de ser pioneros, y no colonos, de los futuros mercados empresariales. ◀

MI ESTADÍA EMPRESARIAL

Estadía Internacional Australia



Estephany Anary Franco Jaramillo

22 años

Campus: Ocotlán, Jalisco

Licenciatura: Administración de Empresas

Empresa: ADS Australia Design Studio

36

¿Cuál fue tu role dentro de la empresa durante tu Estadía?

Asistente en el área de mercadotecnia y administración

De las actividades que realizaste, ¿Cuál fue la que más te gustó?

Encargarme del área de mercadotecnia, así como diseñar páginas web para diferentes empresas dentro de Brisbane, Australia.

¿En qué consistió tu proyecto de Estadía?

Mi proyecto consistió en el desarrollo y administración de páginas web para diferentes empresas.

Menciona cuál fue la mejor experiencia de tu Estadía

La mejor experiencia para mí fue darme cuenta de lo que una es capaz cuando se atreve a hacer cosas nuevas. Irme a Australia fue todo un reto para mí, estar en un país totalmente diferente, trabajando y

perfeccionando el inglés, no fue de lo más fácil, pero me enseñó que cuando una se lo propone lo puede lograr, sin duda **lo mejor que me llevo de mi Estadía es que aprendí muchísimas cosas nuevas, tanto en el ámbito profesional como en el personal.**

Durante mi proyecto estuve trabajando con personas de distintas nacionalidades, gracias a la formación que me ha brindado mi universidad pude trabajar en equipo con ellos y lograr mucho más con las ideas y habilidades de cada uno de mis compañeros. El estar conviviendo con personas de diferentes países abrió mi visión respecto a muchos puntos en el área profesional y laboral. Me enriquecí de diferentes culturas y formas de pensar.

Al momento de estar desarrollando mi proyecto, me sentí segura y motivada, ya que toda la información y conocimientos que adquirí en la UNID, los llevaba frescos y dominados. ◀

LA ESTADÍA EMPRESARIAL COMO VENTAJA COMPETITIVA

Durante la preparación académica de los estudiantes de décadas anteriores, realizábamos **un periodo de practicas profesionales o servicio social**; que, para la mayoría de nosotros, era un primer acercamiento a un ambiente empresarial fuera de las aulas. No se tenía contemplado dentro de nuestra curricula la formación extramuros, solo era regresar un poco a la sociedad de la fortuna que teníamos de ser universitarios, a través del servicio social en instituciones gubernamentales o asociaciones civiles.



**Luz del Carmen
Ayala Carvajal**

Mtra. en Alta Dirección
layala@unid.mx

Licenciada en Administración de Empresas por la Universidad la Salle. Maestra en Finanzas y en Alta Dirección por la Universidad Autónoma de Sinaloa y la Universidad Anahuac Mayab, respectivamente. Se ha desempeñado como Directora Técnica Secundaria del Colegio Ingles Durkheim y como Coordinadora de Vinculación y Cultura de Guamuchil, Sinaloa. Actualmente se desempeña como Coordinadora de Vinculación en la UNID Mérida, Yucatán.

Como lo menciona el ARTICULO 2o. del Reglamento para la prestación del servicio social de los estudiantes de las instituciones de educación superior de la República Mexicana - Los estudiantes de las instituciones de educación superior prestarán el servicio social con carácter temporal y obligatorio, como requisito previo para obtener el título o grado académico –.

Según Esther Macías: no es ningún secreto que existe un verdadero abismo entre el mercado académico y el laboral. Y tampoco lo es, que los jóvenes son los que más dificultades encuentran a la hora de acceder a un empleo, sobre todo si no han tenido anteriormente una experiencia laboral, una realidad en la que profundiza la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) en su pasado informe “Juventud, habilidades y empleabilidad”.

Es por ello, que poco a poco, **va surgiendo la necesidad de acercar cada vez más el sistema educativo al medio empresarial o productivo** y conocer si los egresados están preparados para las exigencias del ambiente laboral.

Las instituciones desarrollan, entonces, materias en donde los alumnos inician este acercamiento o bien periodos en horas “indispensables” para su titulación, dentro de su plan académico, que le permitan llegar a la empresa antes de ser egresado. Por su parte **la UNID, desarrolla dentro de sus planes de estudios la estadía empresarial**, pero no es la única, las mas de 20 universidades que llegaron a nuestro Estado de Yucatán, lo hicieron en menos de 3 años y en específico 12 universidades en la Cd. De Mérida compiten con nuestra UNID, con una oferta educativa similar, planes de estudio muy parecidos e incluso con horarios y duración de licenciaturas prácticamente iguales.

De acuerdo a la publicación del Diario Milenio Novedades; Ricardo Bello Bolio, titular de la Dirección de Educación Superior del estado de Yucatán, comenta que la oferta educativa en las instituciones de la iniciativa privada

suma 283 carreras en 51 escuelas de este sector, sólo en Mérida.

Escuelas que, al igual que nosotros, desarrollan figuras académicas de acercamiento al medio empresarial a través de sus practicas profesiones; de tal manera que comienzan a aparecer alumnos de otras Instituciones Educativas, en las empresas con las que la UNID tiene convenio desde hace más de 5 años.

¿QUÉ HACER?, ¿CÓMO COMPETIR FRENTE A QUIEN QUIERE IGUALAR Y MEJORAR LA ESTADÍA EMPRESARIAL UNID?

Es importante comenzar de nuevo y diferenciarnos de otras instituciones con el medio empresarial; volver a identificar las características de la Estadía Empresarial:

1. El alumno deja de asistir a la Universidad para estar al 100% dedicado al desarrollo de un proyecto que determina la empresa.

2. El empresario, identifica la problemática por la que esta pasando su organización y determina cual será el proyecto que requiere para solucionarlo; lo cual permite al alumno, conocer cuales son las actividades que realizará para llegar al cumplimiento del objetivo del proyecto.

3. El alumno es considerado como un integrante más de la organización, que aplica y conoce las políticas y reglamento de la empresa.

4. El empresario, evalúa y califica al alumno a través de rubricas pensadas e identificadas por un grupo de asesores pedagógicos de la UNID.

Debido al tiempo que tenemos en convenio con las empresas (entre 5 y 7 años), estas ya nos conocen y saben del sistema que nos respalda, como una de las universidades más grandes de México con una red de 50 campus, en mas de 23 Estados de la Republica Mexicana.

¿CÓMO HACER PARA QUE LAS EMPRESAS CONTINUÉN PREFIRIENDO A LOS ALUMNOS UNID, ANTE LA LLEGADA DE TANTA OFERTA EDUCATIVA AUN CONOCIENDO LAS VENTAJAS DE LA ESTADÍA EMPRESARIAL SOBRE OTROS PROYECTOS UNIVERSITARIOS?



Los coordinadores de vinculación UNID, hemos sido retroalimentados a través de SAS México, acerca de las respuestas de los empresarios en encuestas de calidad y de 360 grados que se aplican en diferentes cuatrimestres.

Los resultados mas significativos:

A nuestros alumnos los quieren, aprecian y toman en cuenta para una vacante por:

- a. Conocimientos**
- b. Valores**
- c. Actitudes**

El resultado mas alto, siempre es la actitud, pues por palabras propias de los empresarios, dicen el conocimiento se puede adquirir en cualquier momento, las habilidades a través de la practica y las actitudes ya viene implícitas en un alumno UNID.

Me parece una herramienta adecuada el desarrollo y aplicación del **taller pre-estadía y la materia planteamiento**; estas permiten que cuando llega el alumno a la empresa, tenga las bases y el conocimiento sobre el comportamiento organizacional idóneo para cualquier institución.

Temas como la **entrevista, curriculum, visitas empresariales, platicas y conversaciones con egresados de éxito y empresarios**, hacen del alumno una persona mas preparada para enfrentar, en la mayoría de los casos, su primer empleo.

El empresario, hace énfasis en esta preparación y abiertamente nos dice y habla de su preferencia con nuestros alumnos y el periodo de Estadía Empresarial.

Sabiendo que la diferencia es la actitud y preparación de los alumnos en temas empresariales. Llevar siempre **“la actitud UNID”**, no solo es un slogan, sino el principal diferenciador con respecto a otras ofertas Educativas. ◀

¿ESTUDIAR TURISMO MIENTRAS
OBTIENES **EXPERIENCIA LABORAL?**



UNID LO HACE POSIBLE
CONOCE LA NUEVA LICENCIATURA DUAL EN
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Síguenos como Red.UNID en:



UNID.mx
01 800 000 **UNID**
8 6 4 3



editorial.unid.edu.mx

 [@EditorialDigitalUNID](https://www.facebook.com/EditorialDigitalUNID)

 [@ED_UNID](https://twitter.com/ED_UNID)