



**UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO**

---

**División de Ciencias Sociales y Económico  
Administrativas**

**“Experiencia Profesional en el Despacho Gráfico  
Live-Lula”**

**Memoria de Experiencia Profesional  
Para obtener el grado de:  
Licenciado en Sistemas Comerciales**

**PRESENTA**

**Gonzalo de Jesús Avilés Nava**

**Supervisores:**

**Dr. Salvador Ramos Téscum.**

**M.D.I Harald Alejandro Albrecht Arellano**

**M.C. Karen Diane Eaton**

**Chetumal, Quintana Roo, 2010.**

**UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO**

Monografía de experiencia profesional elaborada bajo la supervisión del comité de asesoría y aprobado como requisito parcial, para obtener el grado de:

**Licenciado en Sistemas Comerciales**

Comité:

Supervisor: \_\_\_\_\_

**Dr. Salvador Ramos Téscum**

Supervisor: \_\_\_\_\_

**M. D.I. Harald Alejandro Albretch Arellano**

Supervisor: \_\_\_\_\_

**M.C. Karen Diane Eaton**

**Chetumal, Quintana Roo, México, 2010.**

## **Dedicatoria**

*A mi madre adorada quien es una mujer ejemplar y me ha enseñado que con amor, dedicación y esfuerzo se puede hacer cualquier sueño realidad y que cuando los pronósticos son negativos hay que tener fé y luchar ante la adversidad para obtener buenos resultados. Gracias madre porque hoy más que nunca es gracias a tu amor que seguimos siendo una familia de cinco personas pues a pesar de que los pronósticos médicos apuntaban hacia lo peor siempre te mantuviste a lado de mi padre y ayudaste a que siga con nosotros disfrutando de los bellos momentos que la vida nos regala.*

*A mi amado padre quien siempre me enseñò a luchar por lo que quiero y que desde que tengo uso de razón me daba ánimo con la frase: ¡échale ganas! Esa frase siempre ha tenido sentido pero ahora tiene más pues fechas atrás se enfrentó con un grave problema de salud que amenazaba con alejarlo de nosotros y aún cuando los doctores le dieron poca esperanza de vida prometió superar ese mal y seguir disfrutando a su familia. Gracias padre por el gran ejemplo que me haz dado y por cumplir tu promesa, ahora yo estoy cumpliendo con lo que te prometí aquel día en el hospital y es un orgullo compartir este logro contigo.*

*A Rubén y Joshua mis eternos amigos. Agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad de ser su hermano y de hacer valer la frase que nuestros padres nos inculcaron: ¡Los tres contra el mundo!, así es ahora y así será siempre pues los amo y estaré al pendiente de ustedes pues desde que somos niños entendí que la familia es uno de los tesoros más sagrados que la vida me ha dado.*

*A Liz Lazarte, la mujer de mi vida y mi actual prometida quien me acompañó en este proceso de principio a fin y que estuvo conmigo en las tardes y noches de desvelo dandome ánimos para escribi<r este trabajo. Gracias mi amor por hacer de mis días más bellos y por celebrar juntos cada éxito, contigo estoy viviendo la etapa más feliz de mi vida y es bello saber que con el compromiso que tenemos está etapa será para siempre.*

## **Agradecimientos**

A mi director de tesis, Dr. Salvador Ramos Tescúm por dedicar su tiempo en guiarme en cada paso de este trabajo. A mis supervisores, M.D.I. Harald Alejandro Albretch Arellano y a la M.C. Karen Diane Eaton, por la revisión oportuna que realizaron a este trabajo. A mis maestros de la Licenciatura, quienes con su experiencia y consejos me ayudaron a adquirir los conocimientos necesarios para ser un profesional eficiente

A mi socio y amigo Humberto Ortegón Pereyra con quién estoy llevando a cabo el proyecto narrado en este trabajo y día a día me demuestra que puede existir una mejor labor en equipo cuando grandes amigos luchan por realizar un mismo sueño que traerá como resultado el bien de ambos.

A mi tío Jorge Antonio Nava Velazquez que siempre se ha mantenido al pendiente de mí y con sus consejos y apoyo incondicional me ha enseñado que el amor al prójimo es uno de los valores más grandes que el ser humano puede tener. A mi tía Elma Patricia Nava Velazquez que además de ser una segunda madre para mí y varios de sus sobrinos fue también mi profesora durante la educación primaria y desde temprana edad me inculcó los valores necesarios para ser hoy en día una persona que va en busca del éxito personal y profesional.

A todos mis amigos que comparten conmigo mis alegrías y durante este proceso me han dado palabras de aliento para continuar esforzandome en este y todos mis proyectos de vida.

# ÍNDICE

<b>CAPÍTULO 1</b>	<b>3</b>
<b>1.1 LA UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO</b>	<b>4</b>
1.1.1 ORIGEN Y EVOLUCIÓN	4
1.1.2 Misión	6
1.1.3 Misión Social	7
1.1.4 Principales Elementos	8
1.1.5 Escudo	8
1.1.6 Lema	9
1.1.7 Visión de desarrollo 2006.	10
1.1.8 Principios Fundamentales	11
1.1.9 Valores Institucionales.	12
<b>1.2 DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS (DCSEA).</b>	<b>14</b>
<b>1.3 LICENCIATURA EN SISTEMAS COMERCIALES</b>	<b>15</b>
1.3.1 Descripción	15
1.3.2 Desempeño en el ámbito laboral.	16
1.3.3 Justificación.	16
1.3.4 Perfil del aspirante	19
1.3.5 Perfil del Egresado	19
1.3.6 Carga académica del egresado en Sistemas Comerciales	22
1.3.6.1 Asignaturas Generales	22
1.3.6.2 Asignaturas Divisionales.	23
1.3.6.3 Asignaturas de concentración Profesional	24

<b>CAPÍTULO 2</b>	<b>27</b>
<b>2 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESPACHO GRÁFICO “LIVE-LULA”</b>	<b>28</b>
2.1 Antecedentes y descripción	28
2.2 Objetivo	30
2.3 Misión	30
2.4 Visión	31
2.5 El Logotipo	32
2.6 Slogan	33
2.7 Segmento de Mercado	34
2.8 Su competencia.	35
2.9 Alianzas	37
2.10 Organigrama	38
2.11 Descripción de puestos y funciones del personal que integra el Despacho Gráfico Live-Lula.	39
<b>CAPÍTULO 3</b>	<b>41</b>
<b>3.1 MI DESARROLLO PROFESIONAL EN EL “DESPACHO GRÁFICO LIVE-LULA.</b>	<b>42</b>
3.2 Análisis de las Asignaturas de Formación Profesional y su Aplicación en el área laboral.	46
3.3 Experiencias en mi entorno laboral	55
3.3.1 Trabajos realizados para la Universidad de Quintana Roo	75
Conclusiones y recomendaciones.	80
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>84</b>



## 1.2 LA UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

### 1.1 ORIGEN Y EVOLUCIÓN

En los años 70`s inicia en Quintana Roo la educación superior mediante el establecimiento de institutos tecnológicos, con carreras administrativas y de ingeniería. En los 90`s, la educación universitaria es más reciente y cubre nuevas áreas y expectativas del conocimiento en las ciencias sociales y las humanidades, así como en algunas ingenierías que no existían en el ámbito estatal.

A través de la modernización educativa impulsada por el gobierno federal durante las décadas de los 80`s y los 90`s, se consideró que Quintana Roo reunía las condiciones socioeconómicas y demográficas para establecer un modelo de universidad que atendiera las necesidades locales y regionales y, al mismo tiempo, respondiera a las nuevas tendencias educativas mundiales. Al tratarse de una región con gran dinámica de crecimiento y con una estructura económica e institucional en proceso de formación, el proyecto académica en el mediano plazo proporcionaría los recursos humanos calificados en los campos de la ciencia, la tecnología y las humanidades, así como una infraestructura de investigación y de desarrollo tecnológico para consolidar un desarrollo sustentable, equilibrado y equitativo.

Como resultado de lo anterior, la Universidad de Quintana Roo se concibió como una institución moderna, pues surge del modelo denominado “Nueva Universidad Mexicana”, que recoge la experiencia histórica del desarrollo universitario en el mundo y en el país, adaptada a las condiciones de la región.

La Universidad de Quintana Roo surge como resultado de los esfuerzos de la comunidad quintanarroense por contar con una institución educativa de alto nivel que formara a los profesionales y técnicos calificados capaces de solucionar los problemas económicos, sociales, culturales y ambientales de esta joven entidad.



Nace a partir del decreto de creación que fue publicado en el Periódico Oficial el 24 de mayo de 1991, por decisión del poder legislativo del estado y a partir de Febrero de 1992 inicia sus actividades académicas y ofrece ocho carreras, con una matrícula total de 386 estudiantes.

La Universidad de Quintana Roo es el centro académico en su tipo más joven del país. Su creación hizo acopio de las invaluable experiencias acumuladas en los últimos setenta años de la educación superior y se incorporaron innovadores conceptos con objeto de convertirla en una universidad de excelencia en México y la Cuenca del Caribe y responder a un viejo anhelo de los Quintanarroenses de contar con un centro de educación superior para formar profesionales en las áreas sociales, las humanidades, las ciencias básicas y las áreas tecnológicas de mayor demanda y consumo en esta época de alta competitividad.

En 1994, la Universidad de Quintana Roo entra en una nueva etapa de construcción al promulgarse su actual Ley Orgánica, la cual le permitiría sentar las bases para una adecuada orientación y visión como una institución moderna.

En la actualidad cuenta con dos Unidades Académicas: Chetumal y Cozumel; Asimismo, la oferta actual de servicios académicos se apoyan con un sistema bibliotecario certificado ISO 9001:2000, un taller de ingenierías con diferentes funcionalidades, auditorio, centro de auto acceso, cubículos para profesores y áreas deportivas. Por otra parte, se ha regularizado y ampliado el patrimonio de la universidad con la regularización de diversos bienes raíces, se cuenta con una moderna infraestructura de telemática y equipo de computo para uso académico de alumnos y profesores, así como para las tareas administrativas; finalmente, cuenta con un marco normativo que deberá modernizarse con base en las exigencias actuales.

### 1.1.2 Misión

La Universidad de Quintana Roo, de conformidad con lo establecido en el Artículo 3º de su Ley Orgánica, ha establecido la siguiente Misión:

Formar profesionistas comprometidos con el progreso del ser humano, a través de un modelo educativo integral que fomente y desarrolle valores, actitudes y habilidades que les permita integrarse al desarrollo social y económico en un ambiente competitivo; generar y aplicar conocimientos innovadores útiles a la sociedad a través de una vigorosa vinculación, preservar los acervos científicos, culturales y naturales; intercambiar conocimientos y recursos con instituciones nacionales e internacionales para aprovechar las oportunidades generales en el mundo, con la firme intención de contribuir el desarrollo social y económico, así como el fortalecimiento de la cultura de Quintana Roo y México.

Teniendo como objetivos primordiales:

- a) Impartir educación superior en los niveles de licenciatura, estudios de postgrado, cursos de actualización y especialización bajo diferentes modalidades de enseñanza para formar profesionistas, profesores e investigadores que requiere el Estado de Quintana Roo, la región y el país. Ello mediante la formación de individuos de manera integral con clara actitud humanista, social y científica, dotados de espíritu emprendedor, innovador y de logro de objetivos; encauzados a la superación personal, comprometidos con el progreso del ser humano, del aprecio a la patria y a la conciencia de responsabilidad social.
- b) Organizar, fomentar y generar nuevos conocimientos mediante programas de investigación científica, humanística, social, cultural y de desarrollo tecnológico, buscando resolver las necesidades de la sociedad quintanarroense y del país en general.
- c) Organizar, fomentar y realizar programas y actividades relacionadas con la creación artística, la difusión y extensión de los beneficios de la cultura que propicien el avance en su conocimiento y desarrollo.
- d) Contribuir a la preservación, enriquecimiento y difusión del acervo científico, cultural y natural del Estado de Quintana Roo, de la región y

del país de naturaleza eminente social que propicia la participación de la sociedad a través de sus opiniones, demandas y requerimientos sociales.

### **1.1.3 Misión Social**

En 1995 se elaboró el documento base para el crecimiento y consolidación de la UQROO, el plan estratégico de Desarrollo Institucional 1995-2000 (PLADES) que establece las estrategias y líneas de acción, posteriormente este documento se actualizó en 1999, originándose el plades 1999-2002, en el cual se establece como misión social esencial:

“Contribuir el desarrollo social, económico, cultural y profesional de la entidad; haciendo una decisiva aportación a la reflexión crítica colectiva, dentro de una permanente búsqueda de la excelencia académica y una vigorosa vinculación con la sociedad”<sup>1</sup>

Asimismo, se establece como misión social responder con oportunidad y pertinencia a las necesidades y expectativas de la sociedad en su conjunto y de los habitantes del estado en particular.

Se reconoce como prioridad insoslayable establecer una vinculación más estrecha con los diferentes sectores sociales que propicie acciones conjuntas y corresponsabilidad en el desarrollo de Quintana Roo.

---

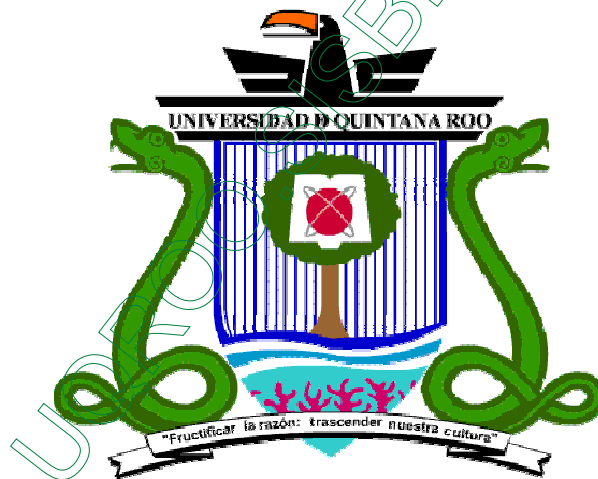
<sup>1</sup> <http://www.uqroo.mx/fundacion/htm/mision.html>

#### 1.1.4 Principales Elementos

La Universidad de Quintana Roo será una institución de naturaleza eminentemente social:

- a) Orientada hacia una vigorosa vinculación con la sociedad, que se manifieste, tanto en su normatividad y estructura, como en sus funciones y quehacer institucional;
- b) Con una misión social de carácter regional, que paralelamente a su atención a las demandas del Estado de Quintana Roo y del Sureste Mexicano, proyecte sus actividades hacia Centroamérica y el Caribe;
- c) Empeñada en el mejoramiento continuo y en la planeación y evaluación sistemáticas, en tanto que son procesos vitales para su superación institucional y para lograr una mayor, mejor y más adecuada respuesta social y por el avance del conocimiento, de la cultura y de las artes.

#### 1.1.5 Escudo



*Autor: J. Enrique Hernández Rodríguez.*

En la parte alta se localiza un Tucán, que como ave, es símbolo de libertad y típico representante de la fauna quintanarroense.

Hacia abajo, en la punta del escudo, se encuentran representados los corales y, sobre éstos, unas líneas onduladas simulando agua.

Destacan en el centro: el árbol, representante de la naturaleza en general y materia prima de uno de los elementos más preciados en el desarrollo del hombre: el papel.

En el centro del árbol tenemos un libro, símbolo perenne del conocimiento y dentro de éste un núcleo, representando los avances científicos y tecnológicos universales.

En los extremos derecho e izquierdo aparecen dos serpientes con los rasgos característicos de la cultura maya en la que, además, se aprovechan las formas suaves y redondeadas para contrarrestar la rigidez anguloso de otros elementos del diseño.<sup>2</sup>

Finalmente, se ha incluido en la parte inferior una banda con el lema de la Universidad de Quintana Roo : “Fructificar la razón: trascender nuestra cultura”

#### **1.1.6 Lema**

“Fructificar la razón trascender nuestra cultura” *Autor: Maribel Rubí Urbina Reyes.*<sup>3</sup>

En su propuesta, la autora del lema insistió como hilo conductor en dos conceptos básicos: Razón y Trascendencia.

FRUCTIFICAR, llegar al nivel de donación de sí; una vez afianzada la certeza del trabajo que nos profesionaliza en pos de esa misma Razón, hacerla UTIL al género humano y su hábitat.

TRASCENDER nuestra CULTURA (en términos amplios) para volverla SIGNIFICATIVA, darle un sentido que apoye el progreso de las futuras generaciones.

---

<sup>2</sup> [http://sigc.uqroo.mx/03\\_map\\_proc/dgc/a/Anexos/imagen/dgc\\_001\\_an\\_011\\_manual.pdf](http://sigc.uqroo.mx/03_map_proc/dgc/a/Anexos/imagen/dgc_001_an_011_manual.pdf)

<sup>3</sup> <http://www.uqroo.mx/htm/iuni.php>

### **1.1.7 Visión de desarrollo 2006.**

La Universidad de Quintana Roo responde a las expectativas de la sociedad, ofreciendo los servicios de educación superior y de generación y aplicación innovadora del conocimiento con eficiencia, enfocados a la satisfacción de los usuarios y en estrecha relación con los proveedores, con políticas para la mejora continua, la transparencia y la reducción de tiempos.

Como resultado de lo anterior, todos los programas educativos vigentes en el 2003 están evaluados por los comités Interinstitucionales de Evaluación de la Educación Superior (CIEES) y se ubica en el nivel uno, o en su caso están acreditados por organismos reconocidos por la Comisión para la Acreditación de la Educación Superior (COPAES) y los procesos académicos-administrativos críticos están certificados a través de norma ISO 9001:200.

La visión del desarrollo de la UQROO se divide en tres etapas:

1ª Construcción

2ª Crecimiento

3ª Consolidación

Durante el año 2001 la UQROO avanzó en su etapa de consolidación al atender puntos importantes, entre los que se encuentran: ofrecer estudios de postgrado acreditados a nivel nacional, infraestructura para impartir educación a distancia y educación continua; el fortalecimiento y modernización de la administración a través del Programa de Normalización Administrativa, así como el desarrollo de un sistema más eficiente de programación y presupuesto. Se destaca también la elaboración del Programa Integral de Fortalecimiento Institucional.

### 1.1.8 Principios Fundamentales

En los documentos de creación de la Universidad de Quintana Roo se perfilan cuatro premisas o principios fundamentales que dan sentido y orientación a las actividades de la universidad en el ámbito académico y administrativo, los cuales son:

Vinculación.- Es la relación estrecha y permanente entre la Universidad de Quintana Roo y los diferentes sectores de la sociedad en el estado, la región y el país, que conducen a que éstos participen en la determinación de los programas y actividades de la institución.

Esto quiere decir que la institución habrá de permanecer estrechamente vinculada a la sociedad, el entorno regional, para proporcionar soluciones viables y apropiadas a la problemática específica de la entidad quintanarroense y establecer de manera eficiente una retroalimentación que le permita orientar sus esfuerzos a las áreas que así lo requieran.

En atención a este principio, la universidad está en constante búsqueda de estrechar nexos con la sociedad y con el entorno regional para proporcionar soluciones viables y apropiadas a problemáticas específicas de la entidad quintanarroense, considerando 5 áreas prioritarias para el desarrollo institucional: Ecología, Recursos Naturales y Desarrollo Sostenible, Cultura Maya, Estudios del Caribe, Turismo y Educación.

Multidisciplina.- Es la forma como en la universidad se logra el entendimiento de los retos del desarrollo, así como las alternativas para sus soluciones. Esto es con el concurso de diferentes disciplinas.

Es decir, Ofrecer soluciones pertinentes a los problemas específicos de la región, mediante su análisis desde una perspectiva disciplinaria, incorporándose el principio de la multidisciplinaria en todos los aspectos del trabajo académico, docencia, investigación y extensión.

Innovación.- Es la búsqueda permanente para el desarrollo y aplicación de nuevos métodos y técnicas en el proceso de enseñanza y aprendizaje y en el de generación y aplicación del conocimiento.

Por lo tanto, este principio asume el reto de la innovación constante en todos los aspectos de la actividad universitaria: nuevos métodos y técnicas educativas, investigación para ofrecer soluciones innovadoras a los problemas regionales, esquemas efectivos de atención a la comunidad y nuevas formas de difundir la cultura y regional.

**Calidad.-** Es la búsqueda permanente de la excelencia, que tiene como referencia los parámetros reconocidos nacional e internacionalmente.

Es decir, alcanzar los más altos estándares de Calidad en el desempeño y en los resultados, tanto en las áreas académicas como en los servicios de apoyo.

**Flexibilidad.-** Es la capacidad de adaptación expedita y apropiada a las nuevas formas de pensamiento humano (ciencia, tecnología y humanidades), proceso de enseñanza aprendizaje y sistemas de administración de recursos.

**Transparencia.-** Es la gestión universitaria integral, apegada a la normatividad, con rendición oportuna de cuentas a la sociedad.

#### **1.1.9 Valores Institucionales.**

**Unidad.-** Es la armonía entre los integrantes de la comunidad Universitaria, construida a partir de una misión y visión compartidas y aceptadas.

**Honestidad.-** Es la conducta individual y colectiva que proporciona transparencia, certidumbre y apego a normatividad y que representa un ejemplo positivo para la sociedad.

**Respeto.-** Es el reconocimiento y observancia de los derechos de los actores involucrados en los diferentes procesos que se llevan a cabo en la universidad, sean individuales o de órganos colegiados.

**Superación.-** Son los cambios individuales y/o colectivos, en lo humano, profesional y socioeconómico para el logro de metas y condiciones de vida.

**Ética.-** Es el comportamiento humano, responsable y respetuoso, para el cumplimiento adecuado y transparente de sus funciones en la institución.



**Eficiencia.-** Es el compromiso de obtener el máximo y mejor resultado con los recursos mínimos.

**Libertad.-** Son las condiciones establecidas en las políticas y lineamientos normativos institucionales, para que cada persona o grupo de trabajo tenga espacio flexible para la toma de decisiones adecuadas con sus funciones y obligaciones.

**Comunicación .-** Es el flujo e intercambio de información entre los miembros de la comunidad universitaria en un ambiente de cordialidad.

**Justicia.-** Actuar a la luz del derecho, la equidad y la razón con respeto a la dignidad humana.

**Liderazgo.-** Es la capacidad reconocida en la toma de decisiones, considerada con certeza y oportunidad.<sup>4</sup>

UQROO.SISBI.CEDOC

---

<sup>4</sup> <http://sigc.uqroo.mx/inicio/archivos/valores.swf>

## **1.2 DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS (DCSEA).**

La División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas es el área de la Universidad en la que actualmente se encuentran las siguientes licenciaturas con sus respectivos objetivos:

**Licenciatura en Sistemas Comerciales.** - Formar profesionistas con amplio dominio de conocimientos teóricos y de habilidades prácticas en las áreas de desarrollo y gestión empresarial, incluyendo la comercialización de bienes y servicios tanto en los mercados nacionales como los internacionales, de tal manera que su aplicación, bajo un marco de aprovechamiento racional y sustentable de los recursos del medio ambiente y en el contexto de la dinámica de cambio que caracteriza a la sociedad moderna, les permita contribuir al análisis de las necesidades y a la solución de la problemática del desarrollo de las empresas y el comercio de la región convirtiéndose en actores dinámicos del desarrollo económico.

**Licenciatura en Economía y Finanzas.** Formar profesionistas con un amplio dominio de los conocimientos teóricos y las habilidades prácticas en economía y finanzas, que puedan aplicar, en forma concreta, en su entorno económico, político y sociocultural, de manera tal que contribuyan a un desarrollo equilibrado de la sociedad en un marco de aprovechamiento racional de los recursos y de interacción regional e internacional en el proceso económico, trabajando sobre una base de amplio criterio interdisciplinario.

**Licenciatura en Seguridad Pública.** Formar profesionales en el ámbito de seguridad pública con una visión integral de derechos humanos, ética pública y seguridad ciudadana con capacidad analítica y crítica para la elaboración y operación de programas de atención a las necesidades comunitarias en materia de seguridad pública, con capacidad de diseñar alternativas de intervención en problemas de seguridad pública tanto a nivel regional,

nacional e internacional.

**Licenciatura en Derecho.-** Busca la formación de profesionistas en Derecho capaces de resolver los problemas sociales, económicos y políticos, empleando los recursos legales con profundo conocimiento del contenido de los mismos, aplicándolos con alto sentido humano, congruente con la ética que el ejercicio de la profesión exige.

**Licenciatura en Antropología Social.-** Contribuir al desarrollo de la sociedad en un marco de respeto a la diversidad étnica, cultural y lingüística; así como colaborar de manera activa en la solución de problemas y contribuir al desarrollo armónico e integral de la región, el país en un contexto de globalización.<sup>5</sup>

### **1.3 LICENCIATURA EN SISTEMAS COMERCIALES**

#### **1.3.1 Descripción**

Pertenece a la División de Ciencias Sociales y económico Administrativas, su objetivo es la formación de profesionistas con amplio dominio de conocimientos teóricos y de habilidades prácticas en las áreas de desarrollo y distribución de bienes y servicios tanto nacionales como extranjeros. De manera tal, que puedan aplicarlo en su entorno y que, bajo un marco de aprovechamiento racional de los recursos y de relaciones comerciales interregionales, contribuyan al desarrollo armónico de la entidad en el área de Administración y Negocios, en la cual puede participar en todo el proceso administrativo desde la planeación, mercadotecnia, desarrollo y evaluación de un proyecto o una organización.

---

<sup>5</sup> [http://www.uqroo.mx/carreras/pdf/antrop\\_planestudios20072.pdf](http://www.uqroo.mx/carreras/pdf/antrop_planestudios20072.pdf)

### **1.3.2 Desempeño en el ámbito laboral.**

El campo laboral del Licenciado en Sistemas Comerciales es amplio y con una visión específica en el área empresarial y de negocios en la cual podrá:

- Participar en la formulación y desarrollo de nuevas iniciativas empresariales.
- Colaborar con empresas de cualquier tipo y conformación en las actividades de producción y comercialización de bienes y servicios enfocados a los mercados nacionales e internacionales.
- Como consultor para empresas brindando servicios de asesoría en las diferentes áreas profesionales que le son propias.
- En el sector público colaborando en actividades de desarrollo económico y social.
- Asimismo podrá dedicarse a actividades de investigación y docencia.
- Analizar los procesos y sistemas de producción y distribución de tal manera que es capaz de vincular a estos con el resto del sistema económico.
- Implementar alternativas de comercialización que tiendan a un desarrollo equilibrado del sistema de producción.
- Desarrollar sistemas comerciales de bienes y servicios, desde los procesos productivos hasta los de consumo.
- Formular, evaluar e implementar proyectos de sistemas comerciales tanto nacionales como internacionales, en forma aislada o global.
- Manejar los esquemas financieros y de negocios para las instancias comerciales tanto al interior como al exterior del país.

### **1.3.3 Justificación.**

A lo largo de la última década, la sociedad en su conjunto se ha visto inmersa en un proceso de desarrollo que se ha caracterizado por una dinámica de cambio permanente. Este acelerado desarrollo del entorno social, económico

y político se ha manifestado y ha impactado a cada sector de la sociedad en su conjunto, a las empresas, a los gobiernos y cada familia e individuo que los conforma y que se desenvuelve en ellos.

Frente a los acelerados cambios que modifican las estructuras sociales y económicas haciendo necesaria la redefinición de las relaciones entre los actores sociales en el entorno político, geográfico y económico en un contexto globalizado, resulta absolutamente necesario redefinir y adecuar la educación superior y los planes de estudio. Los paradigmas actuales plantean la necesidad de contar con profesionistas que tengan los conocimientos, las habilidades y las actitudes que les permitan entender la dinámica del cambio misma, que les permitan apreciar y entender su propio papel en el proceso y que tengan las competencias, las herramientas teóricas y prácticas para enfrentar este reto.

El entorno local es ahora afectado y modificado por factores externos que reconfiguran las relaciones comerciales exigiendo enfoques y actitudes profesionales, creativas, ambiciosas, diversas, flexibles e innovadoras, sustentados en la calidad y en la pertinencia que permitan a las generaciones futuras configurar su propio entorno dando respuesta a los retos del desarrollo económico en beneficio de la sociedad.

Este complejo y dinámico contexto hace necesario que las instituciones de educación superior evolucionen y cambien al mismo ritmo y bajo los mismos criterios de creatividad, innovación, flexibilidad y calidad necesarios para mantenerse vigentes.

El presente proyecto de actualización obedece a estas consideraciones estratégicas y se basa en un detallado y cuidadoso análisis de la problemática y de las necesidades y líneas de desarrollo planteadas en el Plan de Desarrollo Estatal, del Plan de Desarrollo Institucional y de las experiencias adquiridas en más de una década de trabajo académico y de investigación, involucrando en la metodología de análisis participativa a los estudiantes egresados, los estudiantes actuales, a académicos de la propia institución así como pares de instituciones similares y a los empresarios que eventualmente aprovechan las capacidades de los recursos humanos formados en la universidad.

Para que el estudiante pueda adquirir las competencias que exigirá su

entorno, la presente propuesta estructurada en un marco de pertinencia-factibilidad incorpora elementos innovadores como son los siguientes:

Flexibilidad curricular de manera que cada estudiante pueda definir su programa de acuerdo a sus intereses y a su dinámica y que en el proceso de hacerlo se abra la posibilidad a la innovación y sé de respuesta a las necesidades de la sociedad. Un concepto central es el de considerar que el estudiante debe ser responsable de su propia formación, debe poder escoger lo que quiere estudiar y así configurar bajo la tutela del profesor tutor su propio desarrollo.

Vinculación universidad-empresa como estrategia para hacer significativo el proceso de aprendizaje y de adquisición de competencias profesionales a partir de la identificación de retos y problemas en el contexto en que se desempeñará profesionalmente.

Multidisciplina para permitir una apreciación integral de la problemática del desarrollo social y económico.

Internacionalización del programa como estrategia de calidad y pertinencia en el contexto global de la economía y de los mercados incorporando conocimientos y habilidades multiculturales apoyándose en alianzas estratégicas e intercambios con universidades y profesores de diversas regiones y entornos políticos, sociales y económicos.

Dominio del idioma inglés como competencia indispensable en el ejercicio profesional en el contexto de los mercados internacionales.

Investigación y extensión como estrategia de aprendizaje y de vinculación con el entorno, tanto a lo interno de la universidad como con el exterior.

Medio ambiente y sustentabilidad como nuevos paradigmas del desarrollo que se constituyen ahora como criterios fundamentales en la gestión empresarial y del desarrollo social y económico.

El proyecto es congruente con lo estipulado en el Reglamento de Estudios Técnicos y de Licenciatura en cuanto a la actualización periódica de los planes y programas de estudio y establece las bases para un proceso permanente de adecuación en tiempo y en forma de acuerdo a la dinámica del desarrollo a la que se pretende dar respuesta.

### **1.3.4 Perfil del aspirante**

Para ser admitido al programa de la Licenciatura de Sistemas Comerciales el aspirante deberá cumplir con los requisitos establecidos en el Reglamento de Estudios de la Universidad.

Adicionalmente y de preferencia debe tener vocación para el comercio y los negocios, disposición para la comunicación, interés en la comercialización nacional e internacional, debe ser creativo, orientado al liderazgo y disponer de una actitud asertiva<sup>6</sup>.

La realización de las actividades contempladas en el programa requiere del gusto por la lectura, la aptitud para redactar, la capacidad de análisis y síntesis para la comprensión de lecturas, el interés por desarrollar buenas relaciones humanas, el razonamiento lógico y numérico para la toma de decisiones estratégicas, la comunicación eficaz en expresión oral, el espíritu emprendedor y creativo para la innovación en la solución de problemas, la capacidad de trabajar en equipo para el bienestar social con base en valores y principios sólidos comunitarios.

### **1.3.5 Perfil del egresado**

El egresado en Sistemas Comerciales habrá adquirido los conocimientos y desarrollado las habilidades para cumplir con las siguientes funciones:

- Ser capaz de insertarse en el proceso de desarrollo de sistemas comerciales que permitan ofrecer bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades del consumidor.
- Implementar alternativas de comercialización a través de estrategias de ventas y de negociación que permitan la estabilidad del sistema comercial en beneficio de los actores del mismo y de la sociedad en general.
- Analizar y explorar mercados tanto cuantitativamente en términos de la

---

<sup>6</sup> [http://www.uqroo.mx/carreras/pdf/plan\\_sistcomer2007.pdf](http://www.uqroo.mx/carreras/pdf/plan_sistcomer2007.pdf)

dimensión de la oferta y la demanda, de su ubicación geográfica así como cualitativamente de acuerdo a la identificación de las preferencias y características de los consumidores en los diversos entornos sociales, culturales y económicos presentes en los mercados.

- Diseñar y desarrollar estrategias de negocios que permitan el desarrollo de bienes y servicios orientados a la satisfacción de necesidades de los consumidores en los mercados regionales, nacionales e internacionales.
- Analizar, diagnosticar y administrar los procesos de gestión de las empresas en cuanto al sistema comercial en que se insertan generando planes y proyectos en las áreas funcionales que permitan un proceso de mejoramiento continuo de su relación con el mercado.
- Desarrollar iniciativas empresariales que basen su competitividad en el manejo de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones científicas y administrativas.
- Desarrollar un claro compromiso con el bienestar de los individuos y de la sociedad.
- Desarrollar iniciativas empresariales tomando en cuenta los principios del desarrollo sustentable, la conservación, manejo y utilización responsable de los recursos naturales, la equidad y el respeto a la diversidad.

El egresado de Sistemas Comerciales deberá tener la capacidad de autocrítica, deberá poder desempeñarse en forma honesta en base a principios éticos y valores que le permitan tener una actitud humanista, científica y con responsabilidad social<sup>7</sup>.

Los valores y las actitudes que se deben inculcar y que se espera sean asimilados a lo largo del proceso de formación son los siguientes:

**Valores:**

- Justicia.
- Compromiso.
- Honestidad.

---

<sup>7</sup> [www7.uqroo.mx:8080/seguridad/portal.jsp](http://www7.uqroo.mx:8080/seguridad/portal.jsp)



- Responsabilidad.
- Solidaridad.
- Tolerancia.
- Respeto.
- Disciplina.
- Ética.
- Calidad en el estudio.

### **Actitudes**

- Proactivo.
- Disposición para la comunicación.
- Iniciativa.
- Espíritu emprendedor.
- Disposición al cuestionamiento crítico.
- Disposición al trabajo.
- Disponibilidad a asumir retos.
- Seguridad en sí mismo.
- Apertura al cambio.

### **Habilidades:**

- Liderazgo.
- Autoaprendizaje.
- Razonamiento crítico.
- Tomar Decisiones.
- Visión.
- Innovación.
- Creatividad.
- Asertividad
- Planeación y Organización del Trabajo.
- Trabajo en equipo.
- Investigación.
- Lectura y redacción.
- Análisis y síntesis.

UQROO.SISBI.CEDOC

- Comunicación Oral y Escrita en Español.
- Análisis e interpretación de datos.
- Relaciones interpersonales.
- Facilidad del manejo del idioma inglés.
- Manejo de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC).

### 1.3.6 Carga académica del egresado en Sistemas Comerciales

#### 1.3.6.1 Asignaturas Generales

Cursos de carácter general, útiles para desarrollar las habilidades necesarias para que los estudiantes amplíen su horizonte académico, trabajen y elaboren en forma creativa los contenidos de todos los cursos a lo largo de su carrera. Cumplen el doble propósito de consolidar conocimientos básicos y constituirse en herramienta intelectual de apoyo al estudiante durante toda su vida académica.

Los siguientes cuadros muestran las asignaturas que cursé durante mis estudios en la Universidad y los créditos que obtuve por cada una de ellas.

ASIGNATURA CLAVE CRÉDITOS

ASIGNATURA	CLAVE	CRÉDITOS
Escritura y comprensión de textos	AG-108	6
Seminario de problemas regionales	AG-111	8
Matemáticas	AG-109	7
Lógica	AG-107	6

Redacción e investigación documental	AG-102	6
Teoría y práctica de la comunicación	AG-101	6
Ética	AG-110	6

### 1.3.6.2 Asignaturas Divisionales.

Son cursos que se comparten dentro de una misma División Académica: Ciencias Sociales y Económico Administrativas, Estudios Internacionales y Humanidades o Ciencias e ingeniería. Tienen como objetivo familiarizar a los estudiantes con temáticas y problemas compartidos por las distintas disciplinas dentro de su área y enfatizar la importancia de la interdisciplinaria para el avance del conocimiento.

ASIGNATURA	CLAVE	CRÉDITOS
Metodología de la investigación en ciencias sociales	AD-105	6
Problemas sociales contemporáneos	AD-107	6
Introducción al estudio del derecho	AD-111	6
Historia y cultura regional	AD-111	6

### 1.3.6.3 Asignaturas de concentración Profesional

Estos cursos se refieren al cuerpo teórico - metodológico específico de la carrera, tienen un mayor nivel de especialización temática y mediante éstos, el alumno configura su perfil profesional

## ASIGNATURA

## CLAVE

## CRÉDITOS

ASIGNATURA	CLAVE	CRÉDITOS
Matemáticas I (cálculo y ecuaciones)	ACP-102	6
Contabilidad básica y administrativa	ACP-144	6
Economía y la empresa	ACP-145	6
Mercadotecnia I	ACPSC-103	6
Matemáticas financieras	ACP-106	6
Investigación de mercados I	ACPSC-130	6
Derecho mercantil	ACPSC-128	6
Sistemas y logística de distribución y transporte	ACPSC-112	6
Comercio internacional I	ACP-113	6
Función financiera y análisis de los estados financieros	ACP-148	6
Comercio internacional II	ACP-114	6
Promoción y publicidad	ACPSC-116	6
Operaciones bancarias y financieras	ACPSC-106	6
Análisis y evaluación de proyectos	ACPSC-137	6
Psicología en las relaciones comerciales	ACPSC-113	6
Estadística	ACP-149	6
Seminario de investigación II	ACPSC-145	6
Proyecto empresarial I	ACPSC-136	10
Investigación de mercados II	ACPSC-131	6
Estrategia de producto	ACPSC-132	6
Optativa I de administración	ACPSC-143	6
Optativa II de administración	ACPSC-144	6

Recursos humanos	ACPSC-135	6
Microeconomía	ACP-107	6
Macroeconomía	ACP-111	6
Negociación y mercadeo	ACPSC-105	6
Estrategia de ventas	ACPSC-133	6
Derecho fiscal	ACPSC-104	6
Planeación estratégica	ACPSC-110	6
Contabilidad de costos	ACPSC-102	6
Administración	ACP-146	6
Desarrollo económico regional	ACP-147	6
Conducta del consumidor	ACPSC-129	6
Optativa I de mercadotecnia	ACPSC-140	6
Proyecto empresarial II	ACPSC-138	10
Seminario de mercadotecnia	ACPSC-139	8
Optativa II de mercadotecnia	ACPSC-141	6
Seminario de investigación I	ACPSC-142	6

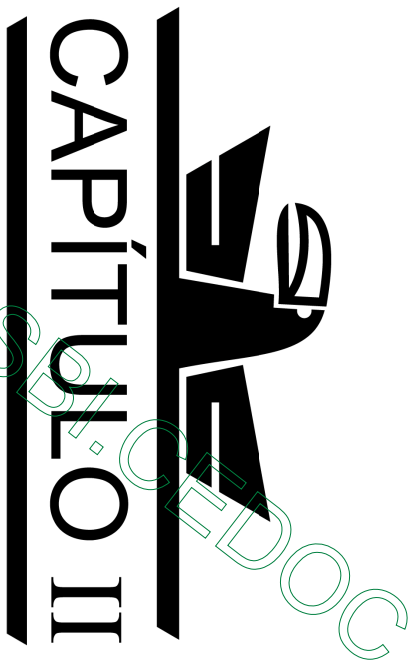
La información mencionada en los cuadros anteriores fue tomada de la pagina de la Universidad de Quintana Roo y corresponde al plan de estudios de 1995.

Además de describir el entorno académico de la Universidad de Quintana Roo también ha sido de vital importancia mencionar el papel que ha jugado en el desarrollo de la sociedad, particularmente en Chetumal, al formar profesionistas preparados en diferentes niveles de estudio que van desde Licenciaturas e Ingenierías hasta maestrías y doctorados.

En el caso de la carrera en Sistemas Comerciales se han dejado plasmadas las características de la carrera por lo cual se sabe que cuento con un perfil

que me permite involucrarme en diversas áreas empresariales pues poseo las habilidades administrativas sobre publicidad, mercadotecnia y administración. En el siguiente capítulo se desarrollará mi experiencia en el caso práctico de el Despacho Gráfico Live-Lula la cual es una empresa en la que el he desarrollado los conocimientos anteriormente mencionados.

UQROO.SISBI.CEDOC



## 2 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL DESPACHO GRÁFICO “LIVE-LULA”

### 2.1 Antecedentes y descripción

Antes de iniciar mi negocio trabajé en la Secretaría de Hacienda Estatal, ocupando el cargo de “Encargado de Diseño e Imagen”. Mi función principal fue realizar diseños que se apegaran al manual de identidad del Gobierno de Quintana Roo, también tenía la tarea de verificar la imagen institucional de cada una de las recaudadoras estatales. Otra labor que realizaba era la de recibir y distribuir en los diferentes medios (radio, televisión y prensa) los anuncios publicitarios para la campaña denominada “Ahorra y Gana”, que consistía en la rifa de vehículos para aquellas personas que hayan efectuado puntualmente sus pagos de tenencia vehicular o el cambio de placas.

Para mi resultó frustrante ver la escasa calidad de estos promocionales y saber que el Gobierno recurría a Despachos Publicitarios de otros Estados para realizarlos. Algunas veces hice sugerencias, logrando la realización de cambios en las campañas, pero era realmente difícil lograr que reinicien todo. Cabe mencionar que en un principio me gustó el hecho de tener un sueldo seguro, pero constantemente me mantenía con una inquietud, pues al trabajar en una dependencia de Gobierno y verme obligado a respetar un manual ya diseñado, sentía que varias de las recomendaciones que tenía para mejorar la imagen de la Secretaría quedaban en el archivo muerto.

Al paso del tiempo me dedique a ahorrar pues me había fijado la meta de crear mi propio negocio, dedicado a la publicidad y así poder hacer uso de mis conocimientos e ideas para de esta manera brindar un servicio de calidad que también me genere mayores retribuciones económicas, pues como dice Colin Barrow “La administración de un negocio propio cuando menos proporciona la oportunidad de ganar más dinero, pero enriquecerse depende en gran parte de lograr que la empresa tenga éxito”. (Barrow, 1996:35)

A principios de marzo del 2008, es cuando mi sueño empieza a convertirse en realidad, pues se registra oficialmente mi empresa la cual se llama Live-Lula, y fue constituida con el objetivo primordial de realizar actividades encaminadas a la creación de conceptos gráficos en el ámbito publicitario.



Live-Lula nace debido a la necesidad de que exista en Chetumal una empresa especializada en publicidad, conformada por expertos que manejen variables que otros organismos no saben utilizar, como animación en 3D o edición de video con programas diseñados para aplicar efectos especiales, siendo así este despacho el medio indispensable mediante el cual las empresas podrán satisfacer sus necesidades en temas publicitarios.

Live-Lula es una empresa conformada por gente joven y con experiencia en el sector publicitario. Como sabemos “el reclutamiento es el proceso de identificar e interesar candidatos capacitados para llenar las vacantes de la organización” (Wherther, 2000) y en Live-Lula una característica indispensable para la elección de los recursos humanos, además de la experiencia, son las capacidades creativas del aspirante para ocupar cualquier puesto dentro de la empresa. Una vez dentro de la empresa se les imparte un curso introductorio para que entiendan las dinámicas de grupo y la manera en que opera la empresa. “La mayoría de los recién llegados verán primero el entrenamiento como una orientación a la organización que proporciona una perspectiva de la compañía, y que tal vez describe hacia dónde está encaminada o que futuro le espera en términos de la competencia”. (Bell, 1996: 299.)

Actualmente, el incursionar en el mercado de la publicidad, ha orillado a Live-Lula a expandir sus servicios para ofrecer fotografía, animación en tercera dimensión, video y diseño web, además de diseño gráfico.

Desde su fundación, en lo referente a servicios publicitarios, esta empresa ha trabajado para diversas organizaciones, tanto privadas como gubernamentales (en gran parte del Estado de Quintana Roo) pero al ser su sede en Chetumal, la cartera principal de clientes se encuentra en esta ciudad. El hecho de que trabajé para un instituto de gobierno y que conocí su manual de identidad me permitió realizar propuestas a institutos que requerían diseños realizados por agencias ubicadas en este estado.

La empresa se encuentra ubicada en la Avenida Javier Rojo Gómez, manzana 160, lote 13, altos, col. Payo Obispo, C.P. 77083, en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

## 2.2 Objetivo

El objetivo principal de esta empresa es “planificar, diseñar y desarrollar todos y cada uno de los conceptos requeridos para la realización técnica y física de los proyectos publicitarios, orientados a un mejor aprovechamiento de los medios de difusión”.

Live-Lula busca cumplir con su objetivo mediante los servicios de asesoría profesional y creación de campañas publicitarias. Una de sus más grandes barreras para llevar a cabo esto, ha sido la desinformación que existe en Chetumal sobre la labor de empresas maquiladoras de lonas y souvenirs publicitarios, y el trabajo que desempeña un Despacho Gráfico, llevando a la confusión de creer que ambos realizan labores idénticas.

Para evitar esto y desarrollar con mayor eficacia su objetivo, se hace uso de un catalogo impreso en el cual se detallan los servicios ofrecidos por la empresa para que de esta manera el cliente potencial pueda identificar las ventajas y diferencias que existen entre una empresa especializada en la creación de campañas publicitarias y otra encargada de plasmar estos conceptos en artículos físicos.

## 2.3 Misión

Una buena definición de Misión de Negocio, es aquella que de manera entendible, de manera clara y concisa, en un párrafo describe su razón de ser. (Torres, 1998: 56).

“Live-Lula” siempre se ha preocupado por diferenciarse de manera positiva ante la competencia y satisfacer las necesidades de sus clientes, por tal motivo se ha dado a la tarea de crear estrategias para el logro de sus objetivos, una de ellas es la formulación de su misión, la cual consiste en:

“Satisfacer las necesidades de cada uno de nuestros clientes mediante el desarrollo y elaboración de campañas publicitarias destinadas al posicionamiento de su marca, producto o servicio que deseen difundir”.

Una vez teniendo en cuenta la misión, es necesario que el personal de la empresa tome en consideración la orientación técnica y creativa de las

campañas para la mejor realización y aprovechamiento de los medios de difusión, para que de esta manera se logre un servicio de alto nivel en calidad. Por otra parte el personal administrativo y de ventas buscará que la empresa sea competitiva mediante el contacto directo con el cliente para establecer así un diagnóstico de sus necesidades, lo cual será el primer paso para ofrecerle un servicio adecuado a sus necesidades.

En Live-Lula sabemos que cada proyecto que se elabora es importante para la empresa y es parte trascendental para el cumplimiento de nuestros objetivos, por lo que la planeación de tiempos y procedimientos se elabora de manera minuciosa; para entender esto de mejor manera podemos tomar en cuenta que “de acuerdo con los conceptos expresados sobre organización y sobre las características de los proyectos, se deduce que cada proyecto, por tener un objetivo específico y único, requiere una organización también específica para ejecutarlo”. (Gómez, 2004: 298).

## **2.4 Visión**

Al ser Live-Lula una empresa precursora, en Chetumal, en cuanto a servicios especializados en campañas publicitarias pretende fortalecerse en el transcurso del tiempo utilizando sus herramientas como elemento indispensable para impulsar su reconocimiento, por lo que la visión de este despacho gráfico es:

“Lograr el posicionamiento en la mente de la sociedad chetumaleña, como una empresa que ofrece el mejor servicio en cuanto a publicidad y diseño de imagen corporativa, gracias a la capacidad técnica y creativa del personal”.

Todo el personal que trabaja en el despacho gráfico Live-Lula, desde el momento en que ingresa a la empresa, debe conocer su visión para que de esta forma se encuentre en sintonía con las metas de ésta. Con esto se pretende alcanzar el mejoramiento y capacitación continua, teniendo como fin el aprovechamiento de las oportunidades así como también el desarrollo de las fortalezas.

"Todo trabajo directamente social o colectivo en gran escala requiere en mayor o menor medida una dirección que establezca un enlace armónico

entre las diversas actividades individuales y ejecute las funciones generales que broten de los movimientos del organismo productivo total, a diferencia de los que realizan los órganos individuales. Un violinista sólo se dirige él mismo, pero una orquesta necesita un director". (Marx, 1962, p. 286).

## 2.5 El Logotipo



Con motivo de que los clientes potenciales identifiquen a "Live-Lula" como una empresa profesional y a la vez creativa, que se mantiene en la búsqueda constante del logro de sus objetivos, los socios optaron por crear un logotipo que transmita un mensaje fuerte y claro de los valores positivos, los objetivos y metas que tiene la empresa. El logotipo ha sido diseñado de tal forma que el receptor pueda recordarlo con facilidad para con esto lograr un efecto de posicionamiento.

Este logotipo se compone por las siguientes características: En la parte superior tiene la ilustración de una libélula la cual es también la mascota de la empresa cuyo nombre es Lula y en el diseño del logotipo se la ve plasmada como el resultado del conjunto de tres de las principales figuras geométricas tomadas como base del diseño gráfico. Tres círculos forman su cabeza y ojo, un rectángulo que forma su cuerpo, el ala principal es un triángulo y su cola es una larga línea delgada, sus patas son 3 líneas y cada una presenta una curvatura que emula un triangulo inconcluso. La libélula se presenta en tonalidades de azul y se encuentra parada sobre la letra "E" de la palabra Live.

La palabra Live se presenta en rojo; este color simboliza un estado de alerta que hace alusión a la expectativa que generan las campañas publicitarias. Debajo de esta palabra continua la palabra Lula en color azul y al estar acompañado de un color cálido como lo es el rojo produce un mayor impacto en las personas al leerse la palabra Live-Lula.

La tipografía de Live-Lula ha sido diseñada por lo que la fuente como tal es única al haber sido creada especialmente para la empresa.

El nombre Live-Lula es un compuesto que toma dos sentidos pues al leerse en español su fonética ocasiona que se lea la palabra Libélula haciendo énfasis del insecto que es la imagen principal de la empresa por los atributos que lo caracterizan siendo su agilidad y dinamismo los que pretenden establecerse como factor común con la empresa.

Por otra parte, el nombre Live-Lula al percibirse en inglés significa: vive Lula, por lo cual se considera un mensaje oculto que hace énfasis en la vitalidad de la mascota de la empresa.

Cuando el logotipo es usado para fines publicitarios debe estar acompañado de la palabra: Despacho Gráfico; esto ayuda a que el receptor entienda el tipo de empresa a la que se hace referencia.

## **2.6 Slogan**

El slogan es una frase que ayuda a reforzar la idea que el logotipo expresa de manera gráfica:

*Ideas voladas, aterrizajes perfectos.*

La tipografía utilizada es la denominada Zapfino y se ha empleado ésta debido a que presenta un balance entre la elegancia y el dinamismo.

El motivo principal de la frase: Ideas voladas, aterrizajes perfectos, es hacer énfasis en que Live-Lula es una empresa con ideas creativas y que el profesionalismo de su personal ayuda a plasmarlas en estrategias de publicidad funcionales.

Al ser la libélula un animal volátil este slogan se adapta perfectamente a sus características conservando una armonía en todos los elementos que se presentan como imagen institucional.

## **2.7 Segmento de Mercado**

Ha sabiendas de que “el cliente es la base de la vida de la empresa y ésta debe adaptarse a sus necesidades hasta el punto de conseguir integrarlo dentro de su misma organización (Aleti:1994)” Live-Lula ha logrado diferenciarse de las demás empresas permitiendo así atraer un mercado que le interesan los servicios de calidad y procurando atenderlo de manera que se sienta satisfecho con la empresa y solicite sus servicios cada vez que le sea indispensable manejar algún recurso publicitario.

“Live-Lula” dedicada a la publicidad y a las artes gráficas, actualmente está incursionando en el área de video, es decir, a la producción de: video documentales, videos Institucionales, videos de capacitación, capsulas instructivas, comerciales de T.V. y videos publicitarios. Este es un nicho de mercado que ha sido poco explotado y son muy pocas las empresas especializadas en esto.

Este plus ha logrado diferenciar a Live-Lula ante sus competidores y está siendo un atractivo para aquellos clientes que desean publicitarse en los medios televisivos o bien en páginas de Internet que cuentan con la opción de subir videos a la red.

Live-Lula procura abarcar todos los mercados y al aprovechar las facilidades que brindan las telecomunicaciones, es posible desarrollar proyectos en cualquier lugar de Quintana Roo. Chetumal es un mercado muy importante, pues no ha sido tan explotado como Cancún o Playa del Carmen, potencialmente representa un mercado lleno de posibilidades con todo tipo de clientes y proyectos donde muchos de ellos no han encontrado la forma más adecuada de presentar su empresa, negocio, producto o servicio y es precisamente a ellos a quienes se les puede ofrecer un servicio profesional de calidad que supere sus expectativas en todos los sentidos.

Para atender de manera eficiente a los clientes, y que la empresa tenga un flujo de trabajo con buen ritmo en cuanto a tiempos, se procura trabajar de forma simplificada para entender esto es importante citar a Daniel Domínguez quien dice: Trabaje bajo el lema “mantenlo simple” cerciórese de que su empresa está operando de la manera más sencilla posible, verifique que no se está repitiendo trabajo en ninguna área y que los métodos con los que actualmente está realizando las diferentes tareas de su empresa sean los más sencillos. La carga de trabajo siempre debe ser la mínima posible a fin de requerir menos personal, tiempo, dinero y esfuerzo, con esto conseguirá una alta eficiencia y disminuirá los costos. Las empresas más exitosas son las de más simple operación. (Domínguez, 2010: 43).

## **2.8 Su competencia.**

El hecho de que existan pocas empresas que ofrezcan servicios similares a los del Despacho Gráfico Live-Lula ha resultado tanto una ventaja como una desventaja. Es una ventaja debido a que no existe una gran competencia y en este sentido es menos complicado darse a conocer con los clientes de la localidad, pero se dice que es también una desventaja ya que al ser un negocio nuevo y poco común gran parte de los empresarios locales prefieren continuar con las estrategias de publicidad que acostumbran y suelen confundir a las empresas maquiladoras de lonas y souvenirs publicitarios con agencias de publicidad especializadas.

“Live-Lula”, actualmente cuenta con las siguientes competencias, las cuales representan una participación del mercado de la publicidad, en el listado que a continuación se presenta se mencionan también empresas dedicadas a la maquila de productos publicitarios debido a que muchas veces se anuncian como agencias de publicidad aún no siéndolo:

- Q-print: Esta empresa, se dedica principalmente a la fabricación de productos publicitarios, espectaculares, anuncios luminosos, rotulación con vinil y letras en metal. Es una maquiladora de artículos promocionales.
- Imagcenter: Empresa precursora como agencia publicitaria en Chetumal, brinda los mismos servicios que “Live-Lula” y la base de su

éxito ha sido las relaciones políticas de sus socios. El tipo de publicidad que ofrece maneja precios que la hacen poco costosa para un gran sector del mercado. Su principal cartera de clientes son los institutos de gobierno .

- Logo-signs: Fabricantes de carteles, lonas y artículos promocionales. Fijan sus precios cobrando únicamente el valor del artículo y regalando el diseño lo cual atrae a cierto grupo de clientes que desean anunciarse de manera rápida sin dar tanta importancia a la calidad de la imagen.
- Raptor: Especializada en 3d y edición de video se anuncia como agencia pero todo el trabajo es realizado por una sola persona.
- Grupo Dos: Agencia que brinda servicios exclusivamente de diseño gráfico e impresión de carteles y lonas.
- Grupo Neón: Elaboración de anuncios publicitarios en neón y maquila de lonas publicitarias.
- Autolandia: Impresión de lonas y carteles. Su principal servicio es la rotulación de vehículos de transporte.
- Smash T.V.: En un principio laboraba como una pagina de Internet con temáticas juveniles y videos de eventos locales. Debido a la poca demanda que existió se vio en la necesidad de expandir sus servicios ofreciendo videos publicitarios y diseño gráfico.
- Maya Graphics: Diseño gráfico y fabricación de souvenirs publicitarios.
- Global Solutions: Empresa que ofrece diversos servicios y esto pasa a ser una debilidad por que a la vez que es un ciber café se anuncia como despacho publicitario, lo cual confunde al cliente.
- Grupo-Ge: Cibercafé que ofrece servicios de diseño gráfico y cursos básicos para el manejo de programas de diseño y animación.

Otro tipo de competencia para Live-Lula son los denominados freelancers, quienes son “trabajadores autónomos que cuentan con el conocimiento necesario para desempeñar servicios publicitarios”<sup>8</sup>, son en su conjunto la

---

<sup>8</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Freelance>



competencia más fuerte de Live-Lula al ofrecer trabajos a precios realmente bajos y en muchos casos la calidad de sus servicios es buena.

Conocer a sus principales competidores y cómo actúan éstos en el mercado permite a Live-Lula definir los parámetros que la harán diferenciarse de los demás para ello es importante conocer las carencias que existen en cuanto a servicios y, una vez estando conciente de esto, llenar esos espacios para poder incursionar de manera satisfactoria en un segmento que, con la apertura de nuevas empresas, esta teniendo cada vez más demanda.

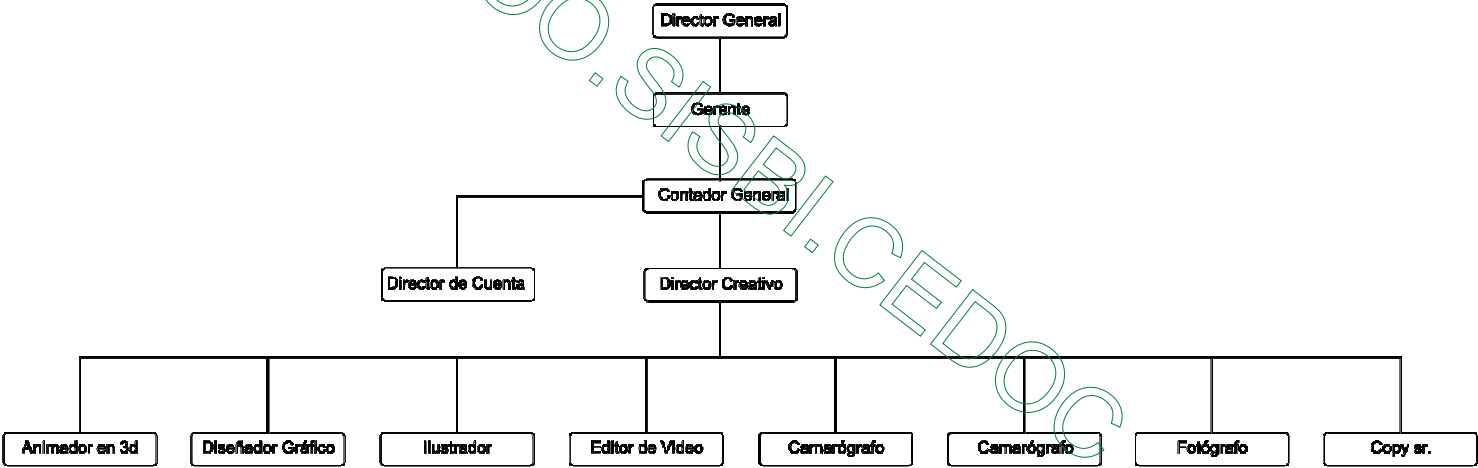
## **2.9 Alianzas**

Conforme las compañías se enfocan cada vez más en convertirse en la “mejor de la clase” en lo que se refiere a satisfacer las necesidades de sus clientes, tratan de encontrar socios que tengan las capacidades de las que ellos carecen. (Whiteley y Hessian, 1996: Pág. 36).

Es importante para una empresa joven contar con ciertos aliados para poder competir con las empresas que llevan más tiempo establecidas, por ello Live-Lula cuenta con dos fuertes alianzas:

- Makrosigns que es la empresa más importante de Chetumal en cuanto a fabricación de lonas y artículos publicitarios ofrece a Live-Lula precios especiales. La alianza funciona de tal manera que cuando acuden clientes que además de comprar el diseño de su campaña necesitan enviarlo a producción se les ofrece un paquete completo, de manera que Makrosigns se encargue de fabricar lo que Live-Lula ha diseñado. Siendo esto una ventaja para ambas empresas pues Live-Lula cuenta con una gama de servicios más amplia y al tener esta alianza Makrosigns recibe más clientes.
- Imprime Digital se dedica a la impresión de artículos publicitarios y papelería ejecutiva. La alianza funciona de igual forma que con Makrosigns y debido a la constante demanda que hace Live-Lula de sus servicios se le ofrecen precios especiales que le permiten tener un mayor margen de ganancia. También se maneja un sistema de crédito por lo cual los pagos los realizamos cada mes.

2.10 Organigrama Empresarial  
Despacho Gráfico Live-Lula



## **2.11 Descripción de puestos y funciones del personal que integra el Despacho Gráfico Live-Lula.**

**L.D.G. Humberto Ortegón (Director General, Director de Cuenta e Ilustrador).**- Desempeña tres papeles importantes en la empresa. Como Director General sus principales funciones están destinadas a establecer los lineamientos generales para la elaboración de los programas de trabajo y de contingencia, objetivos y metas de funcionamiento de cada área, su función como Director de Cuenta es mantener comunicación constante con los clientes para desarrollar la estrategia de comunicación a emplear, mantiene informado al Contador General sobre las empresas o institutos que la empresa atiende y le da un panorama exacto al director creativo sobre las necesidades estas y por último es encargado en casos exclusivos de apoyar al diseñador gráfico mediante la ilustración digital de personajes y escenarios.

**Gonzalo Aviles.** Al ser fundador del Despacho Gráfico Live-Lula, cuento con el mismo nivel jerárquico que el Director General y al igual que éste se desenvuelve en tres puestos dentro la empresa los cuales son: **Gerente, Director Creativo y Diseñador Gráfico.**

Su papel como Gerente es el de tomar decisiones importantes para la empresa y delegar responsabilidades a cada uno de sus subordinados, como Director Creativo planea y desarrolla, mediante ideas bien estructuradas, la estrategia que se llevará a cabo en las campañas publicitarias y es responsable del área de Diseño Gráfico en la cual cumple con el papel de resolver problemas de comunicación grafica mediante el uso de sus conocimientos obtenidos durante su servicio social en el Laboratorio Universitario de Publicidad.

**L.C. Bárbara Buenfil (Contador General).** Es la persona encargada de tener al día los balances generales, administrar las entradas y salidas del activo circulante, determinar en su momento, cual es el estado financiero de la empresa, elaborar nóminas y realizar el pago a los proveedores.

**Lic. Roberto Aguilar (Animador en 3d).** Su función principal dentro de la empresa es dar apoyo al editor de video brindándole logotipos y artes

animadas en 3d para la mejora en calidad del video a realizar. También se encarga de el modelado y animación de personajes y escenarios virtuales.

**Israel Soberanis (Editor de Video).**- Su función es realizar los acabados finales en la producción de videos mediante el uso de software que son sus herramientas primordiales para la edición de este mismo.

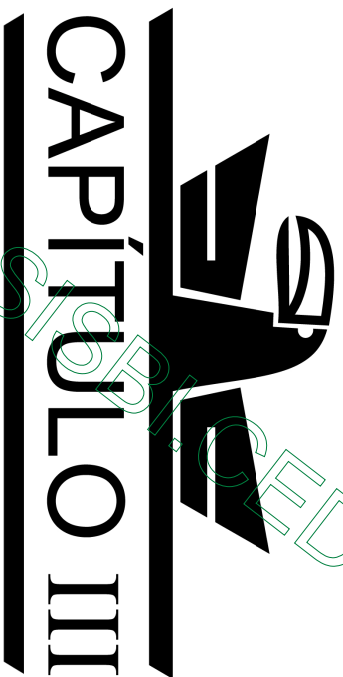
**Narciso Varguez y Manuel Contreras (Camarógrafos).** Son los encargados del manejo y cuidado de las cámaras de video, su responsabilidad principal es grabar imágenes que serán de utilidad para que el editor cuente con el material indispensable al momento de realizar la post-producción del video.

**Pedro Arcos (Fotógrafo).**- Su misión principal es crear un stock fotográfico que sea útil para el área de Diseño Gráfico.

**Lic. Sergio Lagunes (Copy sr).**- Crea y determina el lenguaje y los textos que soporten la estrategia creativa. Solo se acude a él cuando la campaña lo requiere por lo cual esta persona no esta presente en la empresa y nos ofrece sus servicios como freelancer.

La creación del despacho gráfico Live-Lula ha sido de suma importancia para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado que ha sido descuidado en Chetumal, este es el caso de las empresas que necesitan campañas de publicidad diseñadas por profesionales en la materia.

El egresado de la carrera en Sistemas Comerciales ha desempeñado un papel de suma importancia en esta empresa pues al ser fundador de la misma plasmó de forma practica los conocimientos teóricos adquiridos en la Universidad de Quintana Roo para desarrollar los servicios que ofrece Live-Lula. Es decir al ser pieza fundamental de este emprendimiento deja claro que los egresados de la carrera cuentan con sólidas herramientas para la efectiva incorporación en el ámbito laboral.



UQROO.SITE.GEDOC

### **3.1 MI DESARROLLO PROFESIONAL EN EL “DESPACHO GRÁFICO LIVE-LULA.**

Gracias a la extensa gama de materias ofrecidas en la Licenciatura en Sistemas Comerciales, me encuentro habilitado para desarrollar mis conocimientos en el mundo laboral.

Soy un profesionista que cuenta con un amplio conocimiento perfilado a la mercadotecnia, y la administración de empresas. Durante mi etapa como estudiante se me inculcó la importancia que tiene para las empresas el servicio de calidad y los métodos para lograr satisfacer a los clientes, ya que estos últimos son el factor común para que subsista cualquier negocio.

Otra etapa, durante mi proceso de aprendizaje, que me ayudó a extender mis conocimientos y a tener un panorama más palpable del plano laboral es el denominado: Servicio Social el cual es un requisito indispensable para obtener el título de Licenciado en Sistemas Comerciales.

En este caso desempeñé mi Servicio Social en el Laboratorio Universitario de Publicidad (L.U.P.), lugar en el cual, en un principio, llevé a cabo tareas administrativas mientras a la vez me mantenía en constante proceso de aprendizaje. Al paso del tiempo realicé tareas de Diseño Gráfico, así como también me desarrollé como creativo al dar ideas en diversas campañas que ahí se gestionaban.

Como egresado de la Licenciatura en Sistemas Comerciales puedo incursionar a trabajar en cualquier sector de la economía, pero, mi campo de acción está enfocado más en la aplicación de aquellas actividades encaminadas a la mezcla de mercadotecnia (producto, precio, plaza y promoción) y la administración empresarial pero al tomar en cuenta el plus que me brindó el Servicio Social podemos decir que además de haber desarrollado habilidades en el ámbito de la mercadotecnia y la administración también lo hice en el de la publicidad y diseño gráfico. Por ende es significativo recalcar la importancia de este mismo pues fue parte de mi formación como profesional.

Los siguientes sectores son en los que más se ajusta mi perfil como egresado:

**Sector Comercial.**-Está conformado por personas que al comprar buscan satisfacer una necesidad inmediata, en este sector la publicidad y la mercadotecnia juegan un papel de suma importancia.

**Sector industrial.**- Es el sector donde los consumidores compran para producir o revender. A pesar de tener menor participación de la mercadotecnia si se requiere de ésta para lograr una logística que establezca un funcionamiento orientado al éxito.

**Sector Servicios.**- Es el sector económico que engloba todas aquellas actividades económicas que no producen bienes materiales de forma directa, sino servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de la población. Incluye subsectores como comercio, transportes, comunicaciones, finanzas, turismo, hostelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, los presta el Estado o la iniciativa privada (sanidad, educación, atención a la dependencia), etc.

Dirige, organiza y facilita la actividad productiva de los otros sectores (sector primario y sector secundario). Aunque se lo considera un sector de la producción, propiamente su papel principal se encuentra en los dos pasos siguientes de la actividad económica: la distribución y el consumo.

En este sector la mercadotecnia es pieza fundamental para establecer los lineamientos a seguir para entender las necesidades del cliente.

Los puntos anteriores dejan ver que, sin importar el servicio o producto a comercializar, siempre se requerirá de especialistas en las ramas de: mercadotecnia, administración y publicidad. Cabe mencionar que además de que cumpla con el perfil requerido también me encuentro capacitado para emprender un negocio propio.

Una de las tantas ventajas que ofrece la Licenciatura en Sistemas Comerciales es la de preparar a sus alumnos para detectar nichos de mercado. En mi caso, al presentar conocimiento e interés hacia la industria

de la publicidad, pude darme cuenta de la poca oferta que existe de empresas que ofrecen servicios profesionales de este tipo en la ciudad de Chetumal, por tanto decidí asociarme con el licenciado en diseño gráfico Humberto Ortegón Pereyra para emprender un negocio que cumpliera con las expectativas de este segmento de mercado.

Al fungir como Gerente, Director Creativo y Diseñador Gráfico son diversas las funciones que desempeño dentro del Despacho Gráfico Live-Lula. En los siguientes puntos se explica a detalle las acciones que realicé en cada uno de estos puestos:

**Gerente:**

- Rendir informes al Director General acerca del desempeño de las funciones de los diferentes departamentos.
- Establecer metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales.
- Realizar llamadas telefónicas y envío de correos electrónicos a clientes para concertar citas y ventas.
- Asesorar al cliente para el uso correcto de la imagen, campaña o trabajo que se le ha entregado.
- Vincular a la empresa con proveedores y verificar que los materiales suministrados sean de buena calidad.
- Mantener contacto con las empresas aliadas.
- Desarrollar estrategias cuyo fin sea el mejoramiento de la empresa.
- Mantener actualizada, junto al Director de cuenta, la cartera de clientes de manera que el contenido de ésta, además de mantener un perfecto orden, se encuentre en constante crecimiento.

Dentro del plan de estudios de la Licenciatura en Sistemas comerciales se me han inculcado las bases para poder llevar a cabo una adecuada toma de decisiones, lo cual ha sido una actividad constante en mi puesto como Gerente, esto me ha ayudado también a poder realizar un análisis económico más eficiente y asertivo.



Algo que siempre tengo en cuenta al desempeñar el papel gerencial es que el liderazgo tiene que ver con un proceso de influencia (Chester Barnard: "The functions of the executive"; Harvard University Press – 1938) y en Live-Lula he procurado que mis acciones sean correctas para que los demás trabajadores al ver esto actúen de igual forma.

## **Director Creativo**

- Análisis y comprensión del brief. El cual es la elección ordenada, estratégica y creativa de los datos que permiten definir los objetivos publicitarios de forma correcta y medible.
- Generar ideas y planes de acción que sirvan como base para las campañas publicitarias.
- Exponer ante los clientes las ideas que se han generado para que antes de llevar a cabo la producción de la campaña se afinen los detalles necesarios para de esta manera asegurar la calidad de los diseños y materiales que se entregan al cliente.
- Responsable de que todo proyecto entregado cumpla con todos los estándares de calidad.
- Dirige al personal de producción.
- Realizo storyboards (conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia que suele ser llevada a cabo en video).

El desarrollo de las habilidades creativas es una de las características que diferencian a la carrera de Sistemas Comerciales de las demás. Eventos como la Feria del Emprendedor me ayudaron a descubrir las aptitudes que tengo para la realización de ideas. Sin embargo, eso no lo es todo pues fueron las asignaturas cursadas las que le hicieron asentar esas ideas y darles un carácter profesional de manera que también cuento con conocimientos que me permiten cubrir con el perfil de un Director Creativo.

## **Diseñador Gráfico**

- Hago uso de mis habilidades metodológicas y de mis conocimientos publicitarios para introducir y gestionar la innovación en los procesos de diseño.
- Desarrollo conceptos visuales que contengan las características necesarias para exponer, mediante una o varias imágenes, el producto o campaña a difundir.
- Creación de logotipos.
- Diseño e ilustración de personajes.
- Diseño editorial, es decir la composición de publicaciones que en su mayoría van acompañadas de texto y necesitan un ambiente gráfico que lo haga atractivo para el lector.
- Participo en los procesos de logística, al mantener contacto con los proveedores y afinar detalles en cuanto a formatos de impresión.
- Dibujo e ilustro personajes para ser presentados al cliente antes de realizar el proceso digital.
- Intervengo en el proceso creativo.
- Oriento al cliente acerca de temas relacionados con la imagen o el diseño a realizar.

### **3.2 Análisis de las Asignaturas de Formación Profesional y su Aplicación en el área laboral.**

Es importante mencionar los beneficios que han tenido las asignaturas de la Licenciatura en Sistemas Comerciales para mí, a continuación se muestra un listado de las que le han resultado de mayor utilidad en mi desempeño profesional.

<p><b>Contabilidad básica y administrativa</b></p>	<p>Es de vital importancia para cualquier empresa. Conocer los conceptos y formulas básicas de ésta me ha permitido tener una cultura contable la cual me ha sido útil para establecer un buen análisis de la información financiera y realizar una toma de decisiones correcta.</p>
<p><b>Economía y la empresa</b></p>	<p>Se prever algunas razones de cambio en mi negocio. He sido capaz de entender el efecto que ocasionan para mi empresa las políticas gubernamentales en México y los países que fungen como principales socios comerciales.</p> <p>Al enterarme que se avecinaba una de las peores crisis económicos de la historia, en el 2009, fui capaz de establecer un plan emergente mediante el cual se fijaron nuevos precios en los servicios de Live-Lula, se proveyó a la empresa de materia prima antes que los costos incrementen y se fijó un fondo de ahorro para situaciones imprevistas. Estas medidas resultaron de suma importancia para contrarrestar los efectos de tal situación pues al poco tiempo varias empresas incrementaron sus precios, a su vez varios productos se hicieron más caros y algunas empresas optaron por recortar sus presupuestos para gastos publicitarios.</p>
<p><b>Mercadotecnia I</b></p>	<p>Al brindar mis servicios profesionales en un Despacho Gráfico ha resultado una constante, el uso de un lenguaje</p>

	<p>técnico y de métodos y estrategias de comercialización de productos con respecto a precio, plaza, y promoción. Conozco los métodos necesarios para la segmentación de mercados y con ello soy capaz de establecer las estrategias publicitarias que resultan convenientes para cada uno de ellos.</p>
<p><b>Matemáticas financieras</b></p>	<p>Soy capaz de entender las formulas matemáticas que el contador de la empresa me presenta en las cuales se destacan los pagos y los ingresos efectuados. Esto ha sido fundamental para el fortalecimiento de Live-Lula ya que estoy capacitado para realizar proyecciones financieras y estudiar proyectos que resulten rentables.</p>
<p><b>Investigación de mercados I</b></p>	<p>En las campañas publicitarias es importante contar con el resultado que arrojan los estudios de investigación de mercados para estar concientes de los segmentos meta y la estrategia a emplear para atraer a estos mismos.</p> <p>Durante mi aprendizaje en la Licenciatura en Sistemas Comerciales adquirí conocimientos teóricos y habilidades prácticas que me ayudaron a entender los estudios demográficos arrojados por mercadólogos, esto es una fortaleza para "Live-Lula" ya que a diferencia de varios competidores toma en cuenta las vertientes que arrojan los análisis de mercadotecnia.</p>

<p><b>Derecho mercantil</b></p>	<p>Esta materia juega un papel importante para mi ya que es importante contar con un amplio conocimiento de las normas jurídicas que me rigen como comerciante.</p>
<p><b>Promoción y publicidad</b></p>	<p>En definitiva es la materia que más he llevado a la práctica durante mi desempeño laboral. En ella he encontrado los fundamentos para diseñar campañas publicitarias de carácter profesional.</p> <p>“Promoción y publicidad” incluye en su programa temas que han sido de enorme utilidad para mi siendo los principales: Desarrollo de comunicación, Presupuesto de promoción, Mezcla promocional, Planeación de la comunicación, Decisiones de publicidad: objetivos, presupuesto, mensaje y medio, evaluación, promoción de ventas, Servicios que ofrecen los medios de comunicación, estrategias de medios, Investigación de medios (compra y características), Uso de los medios masivos y Producción de medios.</p>

<p><b>Operaciones bancarias y financieras</b></p>	<p>La comprensión del estado financiero actual de la empresa ha sido más sencilla gracias a esta materia, la cual me ha dado la oportunidad de realizar un análisis más detallado de las finanzas y a la vez de realizar pruebas para ver el flujo de efectivo de la empresa, el comprender los resultados que arrojan los situaciones bancarias y financieras da ayuda a anticipar los cierres mensuales y a tomar medidas de acuerdo a la problemática, así mismo cuento con la capacidad de conocer los costos y de realizar la fijación de precios de manera más eficaz.</p>
<p><b>Optativa I y II de administración</b></p>	<p>Una empresa con personal creativo y con buenos publicistas no es sinónimo de éxito pues a pesar de contar con estos talentos, la funcionalidad de la empresa depende también de una administración de calidad. De esto se encuentra me encuentro conciente y también conozco los lineamientos a seguir para mantener un control eficiente de los medios que involucran la organización empresarial.</p> <p>Estoy conciente que la base de la organización de la empresa es mantener a cada parte de ella orientada hacia el cumplimiento de los objetivos de esta misma; si algún elemento no está sobre ese camino entonces no es funcional y se toman las medidas necesarias para reorientarlo o prescindir de éste.</p>

<p><b>Investigación de mercados II</b></p>	<p>Fue durante esta etapa de la carrera que llevé a la práctica los conocimientos adquiridos en “Investigación de Mercados I” y este acercamiento a la realidad es lo que hoy en día me ha ayudado a comprender con eficacia los estudios de mercado cuyo contenido haga mención de los diferentes tipos de factores existentes en el plano mercantil: político, social, tecnológico.</p>
<p><b>Psicología en las relaciones comerciales</b></p>	<p>Al encontrar situaciones en las que la psicología juega un papel de suma importancia pues al cliente no solo se le convence con los servicios de diseño sino que también con la empatía existente entre publicista- consumidor. Capacité al personal para que le brinde una asesoría al cliente sin dejar de respetar sus ideas. Para lograr esto ideé una frase cambiando la ya existente: “el cliente siempre tiene la razón” por “hagamos que el cliente tenga la razón”. Esto funciona de manera que el especialista, antes de entregar el trabajo, brinda información al cliente acerca de cómo es posible crear una campaña publicitaria exitosa y a la vez le enseña las campañas cuyo resultado podría ser un fracaso, con ello, aunque suene raro, se ha capacitado al cliente para que al momento de recibir el anteproyecto sus ideas o ajustes sean de beneficio. De tal manera un cliente capacitado, al recibir el trabajo realizado por los profesionales, sabrá reconocer la calidad de la campaña y en caso de tener sugerencias éstas serán las adecuadas para ajustarse a los parámetros de calidad.</p>

<p><b>Proyecto empresarial I</b></p>	<p>En primera instancia, como fundador de “Live-Lula”, hice uso de los conocimientos arrojados por esta materia para ejercerlos al momento de establecer un negocio propio, sin embargo, al ser un Despacho Gráfico y brindar entre sus servicios el de asesoría de imagen empresarial, también han existido situaciones en las que el cliente me hace saber sus necesidades de diseño de imagen y estas mismas tienen que ir apegadas al objetivo de la empresa, el producto o servicio que pretende promover, el mercado al que se orienta (incluyendo la segmentación) y las características del consumidor. Podemos decir entonces que el comprender este tipo de información me ayuda a diseñar un manual de identidad que este en total armonía con los requerimientos del consumidor y su empresa.</p>
<p><b>Estrategia de producto</b></p>	<p>Contar con los conocimientos necesarios para conocer un producto en todos sus procesos ha sido de invaluable importancia en mi desempeño laboral. Las campañas y diseños que giran en torno a estos no deben ser simples improvisaciones. Esto es algo de lo que me mantengo consciente pues con las habilidades adquiridas en esta materia se que un producto requiere de un estudio metódico y bien establecido en el cual se hagan ver las necesidades que tiene, esta información sirve al Despacho Gráfico Live-Lula para implementar campañas adecuadas y funcionales.</p>



<p><b>Recursos humanos</b></p>	<p>Debido a que cuento con personal que recae directamente bajo mi cargo, la materia de Recursos Humanos ha sido de gran utilidad para ayudarme a: delegar tareas, establecer una organización encaminada hacia las metas y objetivos de la empresa, resolver las necesidades del personal cuando sea pertinente, realizar una selección de trabajadores que cumplan con el perfil adecuado para cada puesto y a crear un ambiente agradable de trabajo lo cual es de suma importancia para cualquier despacho gráfico o agencia de publicidad.</p>
<p><b>Microeconomía</b></p>	<p>Esta materia me ha ayudado a entender la conducta de los principales consumidores y las decisiones que toman. Mediante la Microeconomía puedo valerme del uso de formulas que sirven para obtener el resultado de el comportamiento de los individuos en el entorno de producción y consumo.</p>
<p><b>Negociación y mercadeo</b></p>	<p>La atención al cliente ha sido una de mis principales tareas dentro de la empresa. El uso correcto de las técnicas de negociación es uno de los factores principales para lograr establecer las ventas en Live-Lula. Al crear el Despacho Gráfico, contaba con los conocimientos necesarios para investigar aquellas oportunidades de mercadeo que me fueron de utilidad para conocer las necesidades existentes en mis posibles clientes y al tener conocimiento de éstas fui capaz de realizar un plan de ventas.</p>

<p><b>Estrategia de ventas</b></p>	<p>Mediante el uso de los conocimientos adquiridos en esta materia, he logrado establecer las estrategias a seguir al tratar con los clientes.</p>
<p><b>Derecho fiscal</b></p>	<p>Esta materia ha sido de gran importancia pues con ella he entendido la manera en que operan los trámites legales y fiscales a realizar en el Despacho Gráfico Live-Lula siendo la más frecuente el pago de impuestos ante la Secretaría de Hacienda.</p>
<p><b>Planeación estratégica</b></p>	<p>Es una materia que me ha funcionado como herramienta de éxito, ya que al formular estrategias he conseguido evitar una mala organización en los recursos y, me he logrado anticipar a los cambios del mercado cuando estos resultaban pocos beneficiosos para la empresa, otra medida que he tomado es la elaboración de planes emergentes para emplear en caso de cualquier contingencia en la que pueda verse afectado el negocio.</p>

<p><b>Contabilidad de costos</b></p>	<p>Entender los conceptos más frecuentes en términos de contabilidad me ha ayudado a llevar un mejor control en los gastos de la empresa pues al tomar decisiones (especialmente en las cuales sea necesario realizar un gasto de capital) lo hago en base al estado de cuentas arrojado por la contabilidad de costos, también ha sido de utilidad para lograr una comunicación de mejor calidad con la contadora.</p>
<p><b>Administración</b></p>	<p>Estoy consciente que mediante la correcta administración de cada uno de los recursos de la empresa, se contará con un orden que mantendrá a esta misma encaminada hacia el cumplimiento de los objetivos. El área de administración se encarga de que la empresa siempre este bajo una estructura que le permita ser funcional. Frecuentemente se administra información que nos han proporcionado nuestros clientes para entender mejor a su empresa. Mi perfil académico esta orientado a mantener, siempre, un código de ética mediante el cual los datos que me brindan nuestros consumidores sean de carácter confidencial.</p>

### 3.3 Experiencias en mi entorno laboral

En los siguientes párrafos pretendo describir diversas situaciones que he afrontado al emprender mi propio negocio y la manera en que los conocimientos obtenidos en la Licenciatura en Sistemas Comerciales contribuyeron para hacerme tomar las decisiones adecuadas.

Mi perfil como egresado de la Licenciatura en Sistemas Comerciales me ha abierto varias puertas en el plano laboral, pero sin duda la satisfacción más grata que me deja es la de estar haciendo un sueño realidad pues la

creación de mi propia empresa, además de brindarme mayores retribuciones económicas, me ha dado la oportunidad de seguir ampliando mis conocimientos en base a nuevas experiencias. Luchar por mis metas es uno de los mayores aprendizajes que me ha dejado ser egresado de la universidad de Quintana Roo. "(...) Sin una causa la mayor parte de las personas desperdician su potencial humano. (Kawasaki, 1994: 45)". Sin embargo, no todo ha sido miel sobre hojuela pues a lo largo del camino me encontré con situaciones complicadas que de no ser por lo que estudié en la Universidad de Quintana Roo, difícilmente hubiera podido sobrellevar.

Para empresas como Live-Lula, Chetumal es un mercado complicado pero no imposible. En un principio a los empresarios les resulta difícil pensar en mejorar la imagen de su empresa o la manera en que opera la publicidad de la misma. Por otro lado, me he encontrado con la triste situación de que en gobierno existen personas que en vez de ir en busca de campañas de calidad optan por hacer tratos con cualquier empresa que les pague un porcentaje de sus ganancias. Los retos para que Live-Lula subsista en un entorno así, por más de dos años, han sido muchos y es gracias a la labor y el compromiso de los profesionales que operamos en la empresa que nos hemos posicionado como una agencia a la vanguardia, pues somos nosotros los que logramos con nuestro talento convencer a varios empresarios que la buena publicidad es una inversión, en adición hemos conseguido llamar la atención de ciertas instancias de gobierno que realmente se preocupan por dar una buena imagen ante los ciudadanos de esta creciente ciudad.

Semanas antes de abrir la empresa realicé visitas a varios negocios e instituciones y cuando los dirigentes me atendían lo hacían de manera muy rápida y poco formal, al final les daba mi tarjeta de presentación para que se mantengan en contacto conmigo. Ninguno llamó así que me di cuenta que algo estaba haciendo mal. En la carrera nos enseñaron la manera correcta de acudir a los clientes y el haberme dejado guiar por la emoción que me ocasionaba el pretender iniciar mi negocio atendiendo a un buen número de clientes, sin haber tomado en cuenta estos conocimientos fue mi principal error.

Fue entonces cuando asumí que tenía que controlar mi lado emocional y hacer uso de mis habilidades como egresado de la Licenciatura en Sistemas Comerciales.

Junto a mi socio, el Licenciado en Diseño Gráfico Humberto Ortegón Pereyra, realicé un trabajo de investigación mediante el cual obtuvimos una cartera de clientes meta, de esta manera logramos establecer una mejor organización. El siguiente paso era tarea mía y consistía en realizar llamadas telefónicas para concertar citas formales y ya no llegar de sorpresa a los negocios de los empresarios pues la mayoría de ellos son personas bastante ocupadas y al lograr que me incluyan en su agenda podrían brindarme tiempo de calidad.

Las llamadas telefónicas son una manera de contactar de manera más rápida y prudente a los clientes. "(...) aprovechar las tecnologías de información y comunicación hará que resulte más sencillo, agradable y valioso para los clientes realizar negocios con su organización de la forma que deseen y, al mismo tiempo, maximizar el valor de cada interacción"<sup>9</sup>

En las llamadas presenté a Live-Lula como una empresa de Chetumal con servicios nuevos en cuanto a publicidad que a su negocio podrían resultarle beneficiosos, cuando el cliente comenzaba a hacer preguntas le contestaba de manera muy general y le hacía ver la necesidad de una cita más personal para regalarle un catalogo impreso de nuestros servicios.

Las llamadas fueron exitosas gracias a que antes de hacerlas ya había realizado una investigación acerca de los puntos que podría interesarles a los posibles clientes, así como también me informaba de sus competidores y las innovaciones publicitarias que estaban empleando. De esta manera abordaba dos temas de interés para los empresarios: sus clientes y sus competidores.

Una vez concertada la cita mi manera de proceder, al llegar con los posibles clientes, era ahora más profesional, pues portaba una camisa con el logotipo

---

<sup>9</sup> <http://www.masterdisseny.com/master-net/articulos/art0101.php3>

de Live-Lula y les platicaba acerca de nuestros servicios así como de la importancia que tendrá una empresa así en Chetumal debido a que, ante el inminente crecimiento comercial de esta ciudad, los empresarios podrían encontrar en ella un apoyo que los haga competir con las franquicias que buscan llamar la atención de los diferentes segmentos de mercado.

Antes de terminar las juntas, ya no solo les dejaba mi tarjeta de presentación sino que también habíamos diseñado un documento engargolado llamado brochure el cual es una presentación de los servicios de la empresa. Procuré que sea de buena calidad no solo en cuanto a diseño sino que también las hojas en las cuales se imprimió para que así el cliente lo conserve y en cuanto sea necesario acuda a Live-Lula. Estas estrategias implementadas para abordar clientes han sido exitosas y además de contribuir a posicionar a Live-Lula se logra que el cliente tenga a su disposición un catalogo de servicios el cual podrá consultar cuando requiera contratarnos para servicios de publicidad.

Si pasaba una semana y no me había contactado la persona a la cual visité me daba a la tarea de realizar una llamada más procurando no incomodarla, aprovechaba para saludar y le avisaba que he mandado a su correo el catalogo de servicios para que además de tenerlo impreso pueda contar con él en su versión digital. Esto era una estrategia de posicionamiento al recordarle al cliente no solo el nombre de la empresa sino los servicios que ofrece. "(...) las empresas que optan por las relaciones duraderas con los clientes mejoran su rentabilidad en comparación con las que solo fomentan intercambios" (Redondo,2000). El resultado obtenido con esto fue grato pues varios clientes ya conocían la empresa y si bien algunos aún no hacían uso de sus servicios se les comentaba que ese correo podían reenviarlo a colegas del gremio empresarial para que también sepan de la empresa.

En Live-Lula entendemos que "todo el personal tiene que estar consciente y comprometido con la visión de un excelente cuidado al cliente" (Frances, 1995:17).

Visitar a clientes fue muy importante pero saber manejar las juntas para crear empatía con ellos fue la base del éxito de este procedimiento.

La manera en que operamos en Live-Lula al atender a nuestros clientes suele variar dependiendo la situación, para ello, mi perfil académico me hace contar con las habilidades suficientes para tener adaptabilidad ante los diferentes tipos de personas.

Cuando los clientes visitan directamente nuestras oficinas nuestra labor de venta es menos complicada pues por lógica sabemos que tienen una necesidad y después de entrevistarnos con ellos nuestra tarea es entregarles un diagnóstico. Una manera fácil de explicarlo es comparándonos con un doctor: como sabemos la mayoría de las personas que acude al médico lo hace porque siente algún malestar y necesitan que se les brinde la manera de eliminarlo. Entonces el doctor le formula una serie de preguntas y análisis hasta llegar a la raíz del problema y decirle los métodos que requerirá para erradicar dicho problema.

En Live-Lula cuando un cliente llega directo y nos hace saber sus necesidades, además de brindarle la asesoría correcta para atender el caso específico por el cual ha acudido a nosotros, somos capaces de detectar si su empresa, instituto o producto requiere algo más, por lo cual, sin ningún compromiso se le asesora y le exponemos los beneficios que obtendrá al no hacer caso omiso de ello. Como bien lo dice Harry J. Friedman “El amateur se *pregunta* si los clientes van a comprar. El profesional *sabe* que van a comprar y que sólo resta averiguar cuánto y cómo” (Friedman, 2000: 17).

Recuerdo que alguna vez durante la carrera, la maestra Karen Eaton nos enseñó un video en el cual se mostraba la forma en que debe comportarse un vendedor al conversar con los clientes. Fue desde ese entonces que le empecé a dar importancia al lenguaje corporal ya que ahí decía que el más amplio porcentaje de información que manifestamos al expresarnos es mediante la comunicación no verbal.

Durante mi proceso como empresario he tratado con diferentes personas y muchas veces al establecer negociaciones pude percibir mediante la comunicación no verbal el estado de ánimo en el cual se encontraban. Esto realmente ha contribuido a tomar decisiones que resultan benéficas para la empresa.

Para establecer un ambiente ameno “al momento de entablar una conversación con un cliente basta tener un espíritu de servicio y este vive en alguna medida en todos los seres humanos, pero es un nivel de energía sumamente variable (Albretch, 1996: 141).”

Asesorar correctamente a mis clientes es beneficioso tanto para mi como para ellos mismos y me ha ayudado a llevar a cabo la política de trabajo que mencione con anterioridad: “hay que hacer que el cliente tenga la razón”.

Los clientes son quienes mantienen viva a mi empresa por lo cual es importante brindarles un servicio de calidad y la manera de lograr esto es contar con un personal responsable y capacitado que cuente con la inteligencia para intervenir en las lluvias de ideas que constantemente se hacen en la empresa.

Cuando establecí Live-Lula pensé en una empresa en la cual ser creativo es parte indispensable para el perfil de quienes la conforman, así que a partir de eso el reclutamiento de personal es no solo en base a los software que maneja y los conocimientos con los que cuenta la persona sino que también al entrevistarla me he dado a la tarea de evaluar su capacidad creativa.

Para lograr esto, realizo pruebas al aspirante, de situaciones que se dan constantemente en la empresa, como por ejemplo al llegar se le plantea una situación ficticia diciéndole que un cliente requiere un comercial para concientizar acerca del maltrato a la mujer por medio de anuncios en televisión y le menciona las necesidades del cliente así como también las reglas que existen para la creación de esa campaña y se le brindan unas hojas en las cuales apuntara sus diferentes ideas.

Una vez concluido este procedimiento podré tener un panorama más claro del potencial que tiene esa persona para participar con la empresa en proyectos parecidos al anteriormente mencionado. Sin embargo este método no es el único que empleo para contratar trabajadores en Live-Lula. Las entrevistas de trabajo suelen ser charlas amenas en las que la persona se desenvuelve, nos describe sus habilidades, nos presenta su curriculum vitae y nos narra su experiencia laboral.



Lograr establecer un equipo me resultó una tarea complicada y es por eso que procuro que al personal se le brinden las comodidades necesarias para que desarrolle su potencial en un ambiente ameno y con las suficientes herramientas de trabajo que lo harán no sentirse limitado al momento de laborar.

Saber trabajar en equipo es importante pero el desempeñar un rol de líder implica una mayor responsabilidad, este es un papel que no solo me gusta llevar a cabo sino que también estoy capacitado para hacerlo, procuro siempre escuchar a los demás y orientar sus ideas hacia las metas que se hayan establecido para cada proyecto. Estoy conciente de la capacidad y los conocimientos de cada integrante de Live-Lula y en base a eso delego responsabilidades. Haecel describe el compromiso de un buen líder así: “El liderazgo tiene la responsabilidad de crear, adaptar y gobernar un contexto organizacional viable y de colocar a la gente con talento adecuado en los papeles definidos dentro del mismo” (Haecel, 2000. Pág: 116).

Para cada proyecto que se realiza en Live-Lula el personal calcula el tiempo que se requerirá para llevarlo a cabo, pero al cliente se le da una fecha más alejada para así contar con unos días extras ya que en ocasiones pueden existir situaciones fuera de nuestro alcance. La ventaja de esto es que al terminar la producción se le presenta al comprador y éste recibe el servicio antes de lo esperado.

Otra de las políticas de servicio que establecí en Live-Lula es comprometernos sólo con lo que sabemos que podemos realizar pero procuramos hacer más de lo esperado. De esta manera al cliente se le brindará un servicio que supere lo pactado en las primeras juntas.

Muchas veces en la Universidad hacíamos dinámicas grupales en las que los maestros nos enseñaban la forma en que se debe trabajar en equipo. Ahora que tengo mi propio negocio estoy llevando a cabo gran parte de lo aprendido y he notado como todos los trabajadores de Live-Lula son de suma importancia pues además de cumplir con sus funciones específicas participan constantemente en diversos procesos de la empresa haciendo énfasis en esto último Barry Phegan dice: “Los empleados de hoy desean

mayor intervención en lo que ocurre a su alrededor. Desean escuchar y ser escuchados, que sus opiniones sean tomadas en cuenta y participar en decisiones que les afectan” (Phegan ,1998: 35).

El contar con conocimientos en áreas como la publicidad, la mercadotecnia y la administración me ha ayudado a involucrarme más en cada parte de la empresa de manera que en los diferentes proyectos puedo participar de manera eficaz en aspectos que van desde la conceptualización hasta la producción. Pues “Se requiere tener los conocimientos necesarios para saber interactuar con las demás áreas de la empresa, para lograr un esfuerzo común, para trabajar en equipo y, sobre todo, se requiere desarrollar la habilidad para aprender en forma continua y sin límite nuevas habilidades” (Cantú, 1997: 69).

Al egresar de la carrera me di cuenta que los conocimientos con los que cuento son las llaves del éxito, mi tarea ahora es abrirme las puertas, elegir cuales caminos son los indicados para llevar a cabo aquel sueño que conforme fui estudiando se hacia cada vez más tangible y ahora que he establecido mi propio negocio comienza a hacerse realidad.

UQROO.SISBI.CEDOC

A continuación presento de manera gráfica algunos trabajos realizados por Live-Lula y en cada trabajo se da una breve descripción de los puntos más importantes en los que participé para llevarlos a cabo.

**Campaña de INFOVIR (Instituto del fomento a la vivienda y realización) que incluyó video, diseños para prensa, anuncios panorámicos, carteles y flyers (volantes).**



**En esta campaña participé en cada uno de los procesos de:**

- Creación de Slogan: "Construimos viviendas... regalamos tranquilidad"
- Diseño de cartel.
- Realización de entrevista a personas de comunidades rurales para incluir en el video.
- Textos y story board.
- Negociación con el cliente.

- Diversas Campañas de COQCYT (Consejo Quintanarroense de ciencia y tecnología) que incluyen: Diseño y animación de personaje en 3d, video, diseño de portadas para DVD y diseño para carteles.



Mi participación en estas campaña ha sido brindando ideas para los videos y realizando el diseño para los medios impresos. El director general de Live-Lula y yo somos el contacto directo con los directivos.

**Revista y video para Informe de actividades de la presidenta del DIF de José María Morelos.**



Diseñé esta revista en su totalidad desde su logística y contenido hasta el arte gráfico.

Los diseños hechos para la revista sirvieron de parámetro para fijar la línea visual del video.

**Libro para Informe de actividades de la presidenta del DIF de Benito Juárez.**



En este libro participé en la elaboración de textos y en el retoque fotográfico.

## Diversos Proyectos

A continuación presento un muestrario de diversos proyectos que los integrantes de Live-Lula hemos realizado, en todos ellos he cumplido con labores de diseño gráfico y en la conceptualización de las ideas que el equipo de trabajo genera.

Sabemos que muchas veces de la vista nace el amor y propuestas como esta, que realizamos para el gimnasio Hammer, son las que convencen a los clientes de renovar su imagen.





En esta propuesta visual que ya ha sido aceptada participé creando conceptos, diseñando un nuevo logotipo y presentándole el proyecto al



cliente. La propuesta gustó y ya ha sido aceptada por lo que próximamente será utilizada.

## ILUSTRACIONES

Una de las características que me han hecho tener un plus que complementa lo que estudié en la carrera es que el dibujo se me facilita y aquí presento algunas ilustraciones en las que he intervenido ya sea dándole matices de color, dibujándolas o ambos casos.



Live-Lula tiene características que lo hacen diferenciarse de las demás empresas y la creación e ilustración de personajes es una de las que más atraído clientes. Dibujar es para mi una herramienta que me permite expresar

mis ideas de mejor manera y la Licenciatura en Sistemas Comerciales me ayudó a encontrar el lado profesional de esta cualidad.

## LOGOTIPOS

Desde el momento en que egresé de la carrera ya habían personas que solicitaban mis servicios y uno de los trabajos que con frecuencia me pedían era el diseño de logotipos. Ahora que he creado Live-Lula la cartera de clientes ha aumentado y junto a mi actual socio he elaborado diversos trabajos, a continuación nuestro algunos logos que hemos realizado en equipo:



## Folletería

En cuanto a Diseño Gráfico lo que más se me facilita es el diseño de folletería y procuro transmitir los mensajes siempre de manera creativa y con imágenes que sean impactantes para que el receptor además de percibir el mensaje sea atraído por el entorno que gira alrededor de éste.



## Video

Live-Lula inició siendo una empresa dedicada especialmente al Diseño Gráfico pero me es grato decir que hoy en día nos estamos posicionando como una de las empresas en Chetumal que ofrece la mejor calidad en producciones de video.



Lo que nos diferencia de los demás es el arte visual que manejamos, al combinar elementos como las animaciones en 3D y 2D, los efectos especiales que agregamos con el uso de software, las herramientas de trabajo como lo son las cámaras que graban en alta definición y el personal capacitado para la realización de campañas profesionales.

En esta área me he involucrado de manera eficaz al fungir como creativo pero durante el proceso de captura de imágenes me mantengo en constante aprendizaje gracias a que estoy rodeado por personas capacitadas en la materia.

### **Fotografía, retoque fotográfico y edición digital.**

Lo que alguna vez comenzó como un hobby es ahora parte importante en mi trabajo ya que al efectuar mis tareas de diseño gráfico constantemente requiero fotografías para la realización de esta labor. Los fotógrafos de Live-Lula tienen un gran nivel de conocimiento y sus trabajos son de buena calidad, no puedo negar que cada vez que tengo oportunidad hago equipo con ellos para continuar con este proceso de aprendizaje fotográfico.

Para el caso de fotografía y video me encuentro diseñando un álbum que incluye estos servicios ya que de esta manera podremos ofrecer trabajos para todo tipo de eventos, modelaje y sesiones en estudio, logrando expandir nuestra segmentación de mercado. A continuación presento los avances:





Las fotografías para tener el carácter de comerciales requieren de una buena iluminación, ser capturadas con las cámaras adecuadas y ser retocadas con softwares como el Photoshop. Esto último me corresponde a mi ya que la edición fotográfica es una práctica indispensable para cualquier persona que se dedique al diseño gráfico.

### 3.3.1 Trabajos realizados para la Universidad de Quintana Roo

Como empresario he trabajado para diversos clientes pero sin duda los proyectos que me hacen sentir más orgulloso son los que he realizado para la Universidad de Quintana Roo ya que alguna vez fui alumno de esta institución y ahora estoy plasmando los conocimientos teóricos que se me inculcaron, retribuyendo de forma práctica, a través de los trabajos que continuamente me solicitan los profesores y jefes de área.

La persona de la Universidad de Quintana Roo que más ha tenido contacto con Live-Lula es el maestro Ever Canúl y fue el quien nos dio un voto de confianza al integrarnos al evento: “Encuentro Internacional de Jóvenes por la Paz con la Premio Nobel Rigoberta Menchú Tum”. El ya conocía la calidad de nuestro trabajo y no dudo al gestionar los trámites para que fuéramos contratados.

Tiempo atrás mi socio Humberto Ortegón diseñó la mascota de la Universidad lo cual fue una buena carta de presentación para nuestra empresa en este Instituto.

El pedido para el evento de la universidad y la Dra. Rigoberta Menchú fue realizar el diseño de un cartel y sin dudarlo, esta vez, quise ser yo quien lo elabore. Aún recuerdo la sensación de alegría cuando me enteré que el trabajo había gustado mucho pues, no es un secreto, que le dediqué un esmero muy especial. La satisfacción de saber que había diseñado para una premio Nobel de la Paz y a la vez para mi casa de estudios superiores era enorme.

Al poco tiempo de haber autorizado el cartel nos llegó la noticia de que probablemente se contrataría a una persona extranjera para la realización de un documental del evento, pero como nuestro trabajo había gustado éramos candidatos para efectuar esta labor. Después de unas charlas con el maestro Ever le hicimos saber que de contratarnos le brindaríamos un servicio que cumpla con los más altos estándares de calidad y al paso de unas semanas nos enteramos que, el director de la División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas, el Mtro. Harald Albretch nos había dado el visto

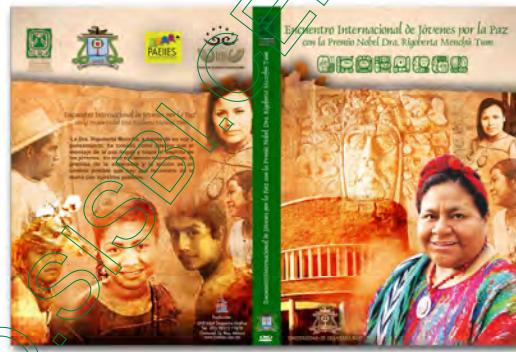
bueno ya que además de haber visto nuestro trabajo confiaba en la capacidad de dos empresarios jóvenes.

Luego se nos encargó realizar una propuesta de playeras conmemorativas del evento y de nuevo fui yo quien lo hizo, pues como ya he dicho, me encontraba muy motivado al trabajar para la UQROO. Nuevamente el diseño fue del agrado de las personas de la división y fue aceptado. Al cabo de unos días ya nos habían autorizado ser la agencia que manejaría la imagen del encuentro internacional.

Estos son algunos de los diseños realizados para tal evento:



Diseño de cartel



Producción y posproducción de documental



Diseño de constancias



Souvenirs y artículos



El evento fue un éxito, los diseños y artículos gustaron mucho y el video hasta la fecha sigue siendo elogiado pues en mayo de 2010 llegó a manos de las personas que trabajan directamente para la señora Rigoberta Menchú y han quedado satisfechos diciendo que superamos las expectativas.

Gracias al éxito de la empresa en el Encuentro Internacional de Jóvenes por la Paz, se han abierto más puertas para Live-Lula en la Universidad de Quintana Roo, instituto para el cual hemos realizado trabajos como los siguientes:



Diseño de Mascota

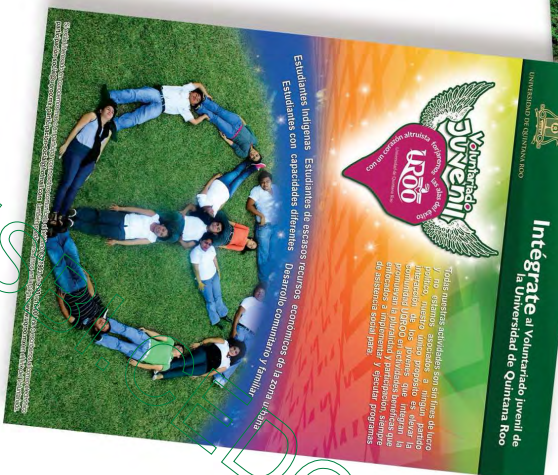


Diseño de Logotipo, slogan y flyer para Voluntariado juvenil



Guía telefónica con numeros de la Universidad y de emergencia

Triptico para el Centro de Estudios Interculturales



Cartel para el Voluntariado Juvenil



Imagen para Congreso de Antropología



Como he señalado anteriormente, Live-Lula es una empresa joven formada por gente con un gran talento y capacitada para brindar un excelente trato a los clientes, prueba de ello es que nuestra máxima casa de estudios ha resultado ser una de las instituciones que con más frecuencia solicita nuestros servicios pues va en busca de la calidad y el profesionalismo .

UQROO.SISBI.CEDOC

## **Conclusiones y recomendaciones.**

La Universidad de Quintana Roo (UQROO), es una institución que nace como una alternativa para la comunidad, particularmente de la capital del estado, muchas veces los estudiantes de preparatorias y bachillerato veían truncados sus estudios o tenían que emigrar de Chetumal al existir pocas opciones en esta ciudad.

Es a principios de los años 90`s cuando nace la Universidad de Quintana Roo para cubrir con las demandas de educación y cultura universitaria y en busca de cumplir con su misión central, la cual es formar profesionistas que generen y apliquen conocimientos innovadores mediante una vigorosa vinculación con la sociedad.

La UQROO cuenta con instalaciones a la vanguardia, con espacios amplios y un entorno agradable tanto para los estudiantes como para el personal docente y administrativo que realizan sus actividades en esta institución. Se encuentra ubicada a escasos metros de la bahía de Chetumal lo que la hace tener un paisaje agradable.

Al surgir bajo el modelo de “Nueva Universidad Mexicana” se concibe como una institución moderna con la cualidades necesarias para lograr que sus egresados sean unos profesionistas preparados de manera que puedan competir en el mundo laboral.

En cuanto a su esquema organizacional, la Universidad de Quintana Roo, está conformada por cuatro áreas divisionales: División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas, División de Ciencias Políticas y Humanidades, División de Ciencias e Ingeniería y la División de Desarrollo Sustentable, ésta última adscrita a la Unidad Académica Cozumel. El contar con esta estructura académica, permite a las personas que ingresan a la Universidad de Quintana Roo, elegir la carrera que se adecue al perfil profesional que desean formar.

La Licenciatura en Sistemas Comerciales pertenece a la División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas y es la carrera que elegí al ingresar a la Universidad pues desde mis estudios como bachiller tuve la inquietud de

desarrollarme en la industria de la publicidad y al informarme pude ver que, además de contar con los requisitos que yo buscaba, impartían también mercadotecnia y administración, lo que me hizo darme cuenta de lo completa que sería para mi formación como profesional.

Una vez iniciados mis estudios pude ver como conforme los semestres pasaban las materias que me impartían los profesores iban creando en mi un perfil empresarial, por lo que mis deseos de aprender a hacer publicidad se fueron fortaleciendo y empecé a generar la idea de crear algún día mi propia empresa dedicada a brindar este servicio.

Al egresar pude hacer uso de mis conocimientos y habilidades adquiridos durante mi estancia en la UQROO y trabajé en distintos lugares, pero mis aspiraciones de establecer mi propio negocio seguían vigentes, por lo que ahorré un capital y me di a la tarea de involucrarme en el medio adecuado para conocer personas que se dediquen a la publicidad.

Fue cuando trabajé como “Encargado de Diseño e Imagen” en la Secretaría de Hacienda Estatal cuando mi inquietud por crear mi negocio incrementó, pues ahí pude ver como existen empresas de otras ciudades que, pese a su escasez de calidad, lograban vender sus trabajos y ello era debido a la carencia de empresas en Chetumal que ofrezcan servicios completos de publicidad.

La Licenciatura en Sistemas Comerciales cuenta dentro de su carga académica con materias enfocadas a crear, en los estudiantes, una formación de administradores y es gracias a eso que puedo decir que lo que un día empezó como una inquietud por ser un publicista hoy en día es una realidad y además de eso he creado mi propio Despacho Gráfico el cual se llama Live-Lula.

Live-Lula antes era un sueño y hoy es una realidad que empieza a tomar forma pues la empresa aún sigue creciendo y, conforme voy aplicando los conocimientos que adquirí en la Universidad de Quintana Roo, mi negocio se acerca más a la meta que es posicionar a la empresa en Chetumal como la

agencia que ofrece el mejor servicio en cuanto a publicidad y diseño de imagen corporativa.

Se demuestra pues en el presente trabajo la manera en que un egresado de la Licenciatura en Sistemas Comerciales puede desarrollarse profesionalmente no sólo en el área de la publicidad, sino que también en el ámbito empresarial, lo cual es un plus de esta carrera ya que contar con conocimientos de administración y mercadotecnia permite realizar una planeación de negocios adecuada y con fundamentos bien establecidos.

Uno de los retos más grandes que afrontamos los egresados al hacer uso de nuestros conocimientos como profesionales, es el hecho de que en Chetumal, al ser una ciudad joven, aún le resulta difícil a los empresarios aceptar estrategias de publicidad y estudios de mercadotecnia que beneficien a sus negocios, pues se han acostumbrado ya a los recursos que han utilizado desde que iniciaron dichas empresas.

En este trabajo describo la manera en que he afrontado el reto mencionado en el párrafo anterior, más sin embargo, estoy conciente que, para poder disminuir ese escepticismo existente por parte de las personas que comandan los negocios, los institutos y a algunas industrias, es necesario una labor no solo de Live-Lula sino de cada una de las personas que contamos con los conocimientos que se nos han inculcado en la Licenciatura en Sistemas Comerciales.

Desde mi punto de vista, la UQROO debe establecer un plan para que por medio de un asesor se oriente al alumno, según sus aptitudes, al momento de elegir el lugar en el cual desempeñará su servicio social pues tomando como ejemplo mi caso, al haber elegido el lugar correcto y que se ajustaba perfectamente a mis aspiraciones a futuro, es que logré obtener un panorama más real del funcionamiento de un Despacho Gráfico.

Ahora bien, es cierto que al realizar mi servicio social pude observar de una forma más tangible la manera en que se trabaja en las empresas reales, pero fue hasta el final de mi carrera cuando logré tener este acercamiento. Mi recomendación a la Universidad es la de establecer programas en los cuales

los alumnos puedan tener visitas que les permitan acercarse a las grandes industrias del país y que tengan la oportunidad de platicar con asesores que les brinden información acerca del funcionamiento de las diversas áreas existentes en esos negocios, esto servirá al estudiante para conocer el funcionamiento del sector empresarial y la manera en que esta estructurado, lo cual será un aprendizaje que en un futuro podrá resultarle importante para desenvolverse en el mundo laboral.

"A menos que los practicantes de la administración, como de cualquier otro campo, aprendan a fuerza de "prueba y error" (se ha dicho que los errores de los administradores son las pruebas de los subordinados), no encontrarán una orientación significativa en otra parte que no sea el conocimiento acumulado subyacente en su práctica". (Koontz-Weirich, 2004, p.14)

Lograr un balance entre teoría y práctica desde antes de que el alumno egrese de la Universidad de Quintana Roo podría resultar una fortaleza al momento que éste decida ir en busca de oportunidades al terminar sus estudios. "(...) La práctica sin la teoría es un ejercicio peligroso". (Makridakis, 1993, p. 17).

Estoy seguro que, así como yo, existen varios estudiantes de la Licenciatura en Sistemas Comerciales que al terminar sus estudios irán en busca de la realización de sus sueños profesionales. Lo que les puedo decir a ellos es que las puertas de mi empresa están abiertas para que la conozcan y puedan ver como un egresado de Universidad de Quintana Roo ha logrado, en base a su actitud emprendedora y a sus conocimientos, iniciar su propio negocio. Y algo que he descubierto es que cuando un sueño se realiza, pronto llegará otro dispuesto a materializarse y es ahora cuando entiendo el sentido de la palabra "Universitario" pues al llevar este título contamos con un universo de conocimientos que nos hará lograr nuestros objetivos y nos permitirá soñar lo que algún día nosotros mismos haremos realidad.

## BIBLIOGRAFÍA

Albretch Karl, todo el poder al cliente, edit. Paidós, Buenos Aires, 1996).

Alvarez Torres Martín G., Manual de Competitividad, Edit. Panorama S.A de C.V., México, 1998.

Barnard Chester: "The functions of the executive"; Harvard University Press, 1938.

Bell Robert R. y John M. Burnham, Administración, Productividad y Cambio, Primera Edición, Edit. Continental, S.A. de C.V., México, 1996.

Cantú Delgado Humberto, Desarrollo de una Cultura de Calidad , Edit. Mc Graw-Hill, México, 1998.

Domínguez Denis Daniel Antonio en, Revista Pyme, Edit. Gasca, Año XV, México, Enero, 2010.

Frances y Rolan Bee, Como Cuidar a sus clientes, Edit. Panorama, México, 2001.

Friedman Harry J., No, gracias, sólo estoy mirando, Edit. El Ateneo, Buenos Aires, Argentina, 2000.

Gómez Guillermo, Planeación y Organización de Empresas, Edit. Edamsa S.A. de C.V., México, Diciembre de 2004.

Haeckel Stephan H., La Empresa Adaptable, Edit. McGraw-Hill Interamericana S.A. de C.V., México, 2000.

Kawasaki Guy , Venda su sueño, Edit. Mc Graw-Hill, México, 1994.

Koontz, Harold, Weirich, Heinz, Administración: Una perspectiva global. 12<sup>a</sup>. Edición. Mc Graw Hill, México, 2004.

Makridakis, Spyros G, Pronosticos: Estrategias y Planificación para el Siglo XXI. Editorial Díaz de Santos S.A. Madrid, 1993.

Marx Karl, El Capital. Editora Nacional de Cuba. La Habana, 1962.



Phegan Barry Desarrollo de la cultura de su Empresa, Edir. Panorama S.A. de C.V., México, 1998.

Redondo Bellón Ignacio. .Evolución del marketing como disciplina. Revista Alta Dirección no 213, Editor Alta Dirección,S.A. Barcelona España, Septiembre- Octubre 2000.

Vilaginés Aletí, Josep, Marketing Directo Integrado. Como crear y fidelizar clientes creciendo con rentabilidad. 2da edición. Ediciones Gestión 2000 Barcelona, 2000.

Whiteley Richard y Diane Hessian, La Integración Cliente-Empresa, Edit. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A., México, 1996.

Wherther, William. Administración de Personal y Recursos Humanos. Quinta Edición. Editorial McGraw-Hill, 2000.

<http://www.uqroo.mx/fundacion/htm/mision.html>

<http://www.uqroo.mx/htm/iuni.php>

[http://www.uqroo.mx/carreras/pdf/plan\\_sistcomer2007.pdf](http://www.uqroo.mx/carreras/pdf/plan_sistcomer2007.pdf)

[www7.uqroo.mx:8080/seguridad/portal.jsp](http://www7.uqroo.mx:8080/seguridad/portal.jsp)

<http://www.masterdisseny.com/master-net/articulos/art0101.php3>

[http://sigc.uqroo.mx/03\\_map\\_proc/dgc/a/Anexos/imagen/dgc\\_001\\_an\\_011\\_m anual.pdf](http://sigc.uqroo.mx/03_map_proc/dgc/a/Anexos/imagen/dgc_001_an_011_m anual.pdf)

<http://sigc.uqroo.mx/inicio/archivos/valores.swf>

[http://www.uqroo.mx/carreras/pdf/antrop\\_planestudios20072.pdf](http://www.uqroo.mx/carreras/pdf/antrop_planestudios20072.pdf)