



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

División de Ciencias Sociales y Económico
Administrativas

Experiencia Profesional en la Empresa Operadora Bengar Tabasco, S.A. de C.V. “DISCOTECA UNDERGROUND”

Memoria de Experiencia Profesional
Para obtener el grado de:

Licenciado en Sistemas Comerciales

Presenta:

Cinthia Serafina Cervantes Maya

Supervisores:

M.C. Karen D. Eaton

M.C. María de Jesús Pérez Hervert

Lic. Lhol-Ha Mena Rivas

Chetumal, Quintana Roo, 2010.

Índice.

Introducción

Capítulo 1. La Universidad de Quintana Roo y la Licenciatura en Sistemas Comerciales.

1.1 Antecedentes

1.2 Características de la Universidad

1.3 Misión, Visión y Principios Rectores

1.4 Escudo y Lema

1.5 Licenciatura en Sistemas Comerciales

Capítulo 2. Operadora Bengar Tabasco, S.A. de C.V. (Underground)

2.1 Antecedentes

2.2 Descripción de la Empresa

2.3 Misión, Visión, Valores y Objetivos

2.4 Organigrama

2.5 Descripción de puestos

Capítulo 3. Mi experiencia Laboral

3.1 Un poco de historia

3.2 Ingreso a Operadora Bengar Tabasco, S.A. de C.V.

3.3 Descripción de Puesto y Funciones

3.4 Análisis FODA del Egresado en Sistemas Comerciales

Conclusiones y Recomendaciones

Bibliografía.

INTRODUCCIÓN

Egrese de la Universidad de Quintana Roo en 2003 con la firme visión de insertarme en el mercado laboral de manera exitosa, considerándome capaz de aplicar los conocimientos, herramientas, competencias y destrezas adquiridas a lo largo de mi formación profesional, además de contar con cierta experiencia gracias a mi desempeño dentro de la misma Universidad. Esto en dos facetas, primero en el Centro Emprendedor de Negocios (Septiembre 2000-Junio 2001, como encargada del Área de Asesoría y Capacitación) bajo la dirección de la M.C. Addy Rodríguez Betanzos y después el Laboratorio Universitario de Publicidad (Septiembre 2001-Octubre 2002. Como Auxiliar de Diseño Gráfico) dirigido en ese entonces por la M.C. Karen Eaton.

Dichos conocimientos y experiencia han sido la base para mi carrera laboral, acrecentándose y enfatizándose a lo largo de la misma, hasta llegar al proyecto y consolidación de Operadora Bengar Tabasco, S.A. de C.V., (Discoteca Underground).

Underground ha significado el reto más importante hasta ahora en mi experiencia laboral, ya que me permitió desarrollar e implementar muchos de los conocimientos adquiridos en mi formación profesional, desde como crear una empresa hasta manejarla durante su operación, detectando áreas de oportunidad, implementado procesos operativos y administrativos, resolución de problemas, entre otros que se especificaran más adelante.

Con la presente monografía pretendo compartir mi experiencia laboral con los estudiantes y aspirantes a la licenciatura en Sistemas Comerciales, con la finalidad de ofrecerles un panorama más amplio sobre las competencias, beneficios y oportunidades profesionales que se derivan de la formación en esta licenciatura.

Como un resumen generalizado de este trabajo monográfico, presento los siguientes puntos:

Objetivo General

Elaborar una memoria de Experiencia Profesional, en la que se demuestren los conocimientos adquiridos en la Licenciatura en Sistemas Comerciales y la práctica en la empresa Operadora Bengar Tabasco, S.A. de C.V., “*Discoteca Underground*”, durante un período de 3 años, esto con la finalidad de obtener el título de Licenciado en Sistemas Comerciales.

Objetivos Particulares

- Describir la Universidad de Quintana Roo
- Mostrar la estructura divisional y el perfil de la Licenciatura en Sistemas Comerciales.
- Referenciar la empresa Operadora Bengar Tabasco, S.A. de C.V.
- Describir mi experiencia laboral en Operadora Bengar Tabasco, S.A. de C.V., “*Discoteca Underground*”, desde el 1 de Agosto de 2006, hasta el 15 de Agosto de 2009. Presentando un análisis FODA del Egresado en Sistemas Comerciales y su desempeño como Administrador de una Discoteca.

Mencionado lo anterior presento de manera general el contenido de los tres capítulos que conforman este trabajo monográfico.

Capítulo I. En este capítulo se encontrará la descripción de la Universidad de Quintana Roo. Misión, Visión y sus Principios Rectores. La Licenciatura en Sistemas Comerciales y su plan de estudios, así como el perfil del egresado.

Capítulo II. Aquí se describe a grandes rasgos a la empresa Operadora Bengar Tabasco, S.A. de C.V., la misión, la visión, los valores y objetivos de la misma. También se menciona de manera general el organigrama y la descripción de puestos que conforman la organización.

Capítulo III. En este capítulo se presenta mi experiencia laboral en la empresa Operadora Bengar Tabasco, S.A. de C.V., *Discoteca Underground.*, y hago mención de las herramientas y competencias adquiridas en la Licenciatura en Sistemas Comerciales y como se aplicaron en mi desempeño como Gerente Administrativo.

Al finalizar el desarrollo de los tres capítulos mencionados anteriormente se cierra este trabajo monográfico con un apartado de Conclusiones y Recomendaciones.

CAPITULO I

UQROO.SIS/CEDOC

1. Descripción de la Universidad de Quintana Roo

1.1 Antecedentes

El crecimiento poblacional en el Estado de Quintana Roo llega a generar una fuerte demanda de estudios universitarios, por lo que aumenta la necesidad de ampliar la oferta de dichos estudios diversificados y que garanticen la adecuada formación de los recursos humanos aprovechando así el potencial de desarrollo que tiene nuestro Estado y fomentando el desenvolvimiento integral de nuestra sociedad.

Como respuesta a lo anterior nace la Universidad de Quintana Roo. Creada según decreto emitido por el Poder Ejecutivo del Estado de Quintana Roo, publicado en el Periódico Oficial el 31 de mayo de 1991, con el objetivo de ser una institución de alta calidad académica fincada en estándares internacionales, sólidamente comprometida con el desarrollo de Quintana Roo y con una proyección orientada hacia las regiones Mesoamericanas y del Caribe. Fue concebida desde su origen como una institución moderna a partir de un modelo denominado "Nueva Universidad Mexicana", que recoge la experiencia histórica del desarrollo universitario en el mundo y en el país, el cual fue adaptado puntualmente a las condiciones de la región. En 1998 se inició la etapa de expansión de los servicios universitarios hacia otras regiones de la entidad al establecerse la Unidad Académica de Cozumel, la cual abrió formalmente sus actividades el 28 de agosto de ese año. A pesar de su corta existencia, la UQROO ha concretado significativos avances en materia de docencia, investigación, extensión y vinculación con su entorno.

Con el Plan Estratégico de Desarrollo 1999-2002 (PLADES 1999-2002), aprobado por el H. Consejo Universitario en sesión del 5 de noviembre de 1999, esta casa de estudios continuará en un firme proceso de consolidación, con bases

sólidas que ya permiten establecer una presencia estatal y regional significativa, a la par de alcanzar excelencia académica, relevancia y prestigio nacional e internacional.¹

La Universidad de Quintana Roo se vincula fuertemente con la sociedad a través de una oferta académica caracterizada por la pertinencia, la calidad y el compromiso social. Es una institución pública estatal, no autónoma, y organismo público descentralizado del Estado, que imparte 20 licenciaturas en las áreas de: Ecología, Recursos Naturales y Desarrollo Sustentable, Cultura, Etnicidad e Identidad, Estudios del Caribe, Turismo, Educación, Gobierno y Gestión Pública, y Desarrollo Económico Regional.

UQROO.SISBI.CEDOC

¹ http://www.anuies.mx/servicios/p_anuies/publicaciones/libros/afiliadas/186.html

1.2 Características de la Universidad

La Universidad de Quintana Roo es el centro académico en su tipo más joven del país. Su creación responde 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.

La creación de la Universidad de Quintana Roo 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. De conformidad con lo establecido en el Artículo 3 de su Ley Orgánica, la Universidad de Quintana Roo tiene los siguientes fines:

- 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 eminentemente social que propicia la participación de la sociedad a través de sus opiniones, demandas y requerimientos sociales. Con un sistema financiero diversificado que no sólo estimula la generación de ingresos, propios sino que propicia una mayor participación social en el financiamiento de la universidad.

Con una misión social enfocada a atender las demandas de Quintana Roo y del sureste mexicano. Con proyección hacia Centroamérica y el Caribe. Evaluación permanente en búsqueda de una superación institucional y de mayor respuesta social. Con un proyecto educativo innovador basado en la formación integral del estudiante y en el logro académico individual.

UQROO.SISB.CEDOC

1.3 Misión, Visión y Principios Rectores

Misión y Visión

Contribuir al 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.

La Universidad de Quintana Roo entiende su compromiso fundamental de responder con oportunidad y pertinencia a las necesidades y expectativas de la sociedad en su conjunto y de los habitantes del estado en particular, para lo cual reconoce como indispensable establecer con los diferentes sectores sociales una vinculación más estrecha que incorpore acciones conjuntas, apoyos mutuos y expresiones claras de corresponsabilidad.

Una relación estrecha como la que se plantea, se traduce en que la sociedad esté en capacidad de participar de manera propositiva en la determinación de las actividades universitarias de acuerdo con sus funciones, ofrecer información; colaboración y apoyos; conocer los avances, resultados y productos del quehacer universitario; analizar y valorar la marcha general de la institución; y conocer oportunamente el destino y uso de los recursos. Tal relación con la sociedad, debe permitir que los esfuerzos de formación, investigación y desarrollo emprendidos por profesores y estudiantes de la universidad, redunden en un doble beneficio: para la sociedad en su conjunto y para la formación individual de los universitarios.

El área de influencia y beneficio social no se circunscribe solamente al estado de Quintana Roo sino que es de carácter regional, en beneficio de las entidades cercanas geográficamente, Centroamérica y la región del Caribe, por su ubicación estratégica dentro de esta zona y el interés estratégico de México en

estas áreas. En consecuencia la universidad deberá establecer gradualmente nuevos campus, centros y dependencias en otras poblaciones del estado para atender la demanda y, al mismo tiempo, ampliar la influencia de su oferta educativa, de sus investigaciones y programas de difusión y extensión.

Asimismo, deberá incorporar en su estructura mecanismos concretos que hagan posible el desarrollo de programas de cooperación con instituciones y organismos nacionales e internacionales, principalmente de la región, para la realización de proyectos y servicios comunes de beneficio institucional, regional e interinstitucional. Dentro del marco del programa de modernización

Principios Rectores

El modelo de la Universidad de Quintana Roo, si bien retoma características sobresalientes de la universidad mexicana establecidas en un largo proceso histórico, apunta también hacia cambios profundos que resultan de la necesaria adaptación al nuevo contexto social y económico del mundo y del país. Cuatro principios fundamentales orientan las funciones básicas de la universidad: vinculación, multidisciplinaria, innovación y calidad.

Vinculación. Se dará en diferentes niveles estableciendo una relación estrecha de la universidad con los diversos sectores de la sociedad de manera que éstos puedan participar en la determinación de sus programas y actividades, coadyuvar en la realización de los proyectos académicos y en su financiamiento, y actuar en el marco reglamentario como contraloría social para vigilar la buena marcha de la institución. Los esfuerzos de investigación, docencia y extensión responderán, con visión prospectiva, hacia el logro de un desarrollo integral de la entidad basado en los enfoques del desarrollo humano y la sustentabilidad ambiental.

Multidisciplina. Responderá a las tendencias actuales de desarrollo del conocimiento que permiten avanzar en la búsqueda de soluciones integrales ante la complejidad de los fenómenos sociales y naturales. Se señala que estos principios no implican la dispersión del conocimiento sino abordar la interdependencia y la diversidad de perspectivas teóricas desde una sólida formación disciplinaria.

Innovación. Estimulando y facilitando la creatividad y la capacidad de adaptación de la comunidad universitaria tanto en el campo académico como en el institucional y administrativo. Se asume el compromiso de encontrar nuevos métodos, técnicas y procesos en los diferentes ámbitos del quehacer universitario.

Calidad. Como búsqueda de la excelencia orientará el proceso educativo en sus diferentes dimensiones de apropiación de conocimientos, destrezas, valores, actitudes y aptitudes. Tendrá como referencia los estándares reconocidos internacionalmente, el desarrollo integral del estudiante, la pertinencia y la relevancia respecto del entorno.

Los egresados de la Universidad de Quintana Roo poseen la preparación que demanda el desarrollo regional y nacional, al ser educados con los más altos estándares de calidad académica, fruto de programas que han obtenido la máxima valoración de organismos nacionales y extranjeros de reconocido prestigio.

Bajo estos cánones, en sus aulas se forman profesionistas y técnicos con la solidez académica que los colocará a la vanguardia del crecimiento y el desarrollo de la región y del país, en un estrecho vínculo con la sociedad.

1.4 Escudo y Lema

Escudo



Autor: J. Enrique Hernández Rodríguez

Descripción.

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.

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".

Lema

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.

Fructificar la razón, trascender nuestra Cultura

Autor: Maribel Rubí Urbina Reyes.

UQROO.SISBI.CEDOC

1.5 Licenciatura en Sistemas Comerciales

Justificación de la Licenciatura

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.

Objetivo de la carrera

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 y de las relaciones comerciales interregionales e internacionales, contribuyan al desarrollo armónico de la entidad.

Perfil del Aspirante

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.

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.

Perfil del Egresado

Como Licenciado en Sistemas Comerciales se habrán 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 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 (NTIC) 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.

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, 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
- 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)

Actividad Profesional

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.

Organización de la Carrera

El programa se basa en principios de flexibilidad curricular orientados a otorgar al estudiante una mayor gama de alternativas curriculares que respondan a sus intereses y a las necesidades del entorno; le otorguen mayor responsabilidad sobre el proceso de aprendizaje y le permitan adquirir los conocimientos, las habilidades y experiencias significativas para su desempeño profesional.

La suma de experiencias de aprendizaje debe proporcionar al alumno una formación ética y cultural y debe capacitarlo científica y técnicamente para realizar servicios profesionales útiles a la sociedad.

El programa se diseñó con la siguiente estructura:

1. Asignaturas Generales. Forman parte de la oferta educativa que busca proporcionar al estudiante una formación integral y multidisciplinaria independientemente del área de estudios seleccionada.

2. Asignaturas Divisionales. Tomadas de la oferta de la División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas con el objetivo de incorporar visiones y enfoques desde diversas perspectivas disciplinarias que complementen la formación en el área de negocios.

3. Asignaturas de Concentración Profesional. Son aquellas que permiten al estudiante adquirir los conocimientos y habilidades que han sido determinadas como el mínimo necesario para lograr la competencia en el ejercicio profesional. Entre ellas se encuentran aquellas que por sus contenidos y enfoques temáticos pueden ser compartidas con programas del mismo departamento y se encuentran las asignaturas optativas que permiten al alumno personalizar, especializar y enfocar sus estudios de acuerdo a sus intereses personales y a las necesidades que marque el entorno.

Las asignaturas optativas podrán ser seleccionadas de la oferta específica que estructure el programa de Sistemas Comerciales para dar respuesta a las necesidades detectadas en el contexto local y regional. Podrán ser seleccionadas de entre la totalidad de la oferta académica de la UQROO para permitir una formación multidisciplinaria si así lo plantea el estudiante de acuerdo a sus intereses y podrán también ser seleccionadas de la oferta académica de otras instituciones de educación superior en el país o en el extranjero.

Como factor de flexibilidad se ha determinado que hasta el equivalente de 80 créditos correspondientes a las asignaturas de Concentración Profesional podrán ser cursadas en cualquier institución de educación superior en el país o en

el extranjero con las que se establezcan alianzas y programas de cooperación e intercambio e inclusive en otras que por la compatibilidad de programas y de enfoques metodológicos resulte conveniente. En cualquier caso, los estudios realizados en otra institución de educación superior deberán ser bajo recomendación del tutor y aprobación de la academia para asegurar la transferencia de los créditos correspondientes de acuerdo a la normatividad que para ello determine la propia academia.

4. Asignaturas de Apoyo. Las asignaturas de apoyo podrán ser seleccionadas de la oferta de cursos en actividades culturales y deportivas de la UQROO que será complementada con cursos específicamente diseñados para la adquisición de las habilidades prácticas y las actitudes señaladas en el perfil del egresado incluyendo en *Sistemas Comerciales* forma destacada las áreas de cómputo y manejo de software especializado así como el desarrollo de actitudes emprendedoras y de liderazgo.

Campo Profesional

Las herramientas y competencias adquiridas durante la Licenciatura en Sistemas Comerciales permiten al egresado tener una visión diferente y mejor integrada de la actividad comercial de bienes y servicios.

El Licenciado en Sistemas Comerciales puede desempeñarse en las siguientes áreas:

- En la propuesta y desarrollo de empresas productivas, como propietario o asociado de las mismas.
- En la iniciativa privada, en todas las empresas de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios, al exterior del país.

- En las asociaciones de empresarios en estas ramas, podrá brindar servicios de asesoría.
- En el sector público en las áreas de industria y comercio, tanto nacional como internacional.
- Podrá dedicarse a actividades de investigación y docencia.

UQROO.SISBI.CEDOC

¿Qué significa ser Licenciado en Sistemas Comerciales? (Aportación)

De acuerdo a los conocimientos adquiridos a lo largo de la licenciatura puedo contar con una visión más amplia de lo que en realidad significa el mundo empresarial y comercial, y al mismo tiempo puedo combinar juicio, iniciativa, resolución y creatividad para brindar los mejores resultados en mi área de trabajo.

Al ingresar a la licenciatura se tiene la idea de que la carrera nos servirá solo para darnos las herramientas necesarias para tener un negocio propio y saber manejarlo en cualquier perspectiva, sea administrativa, operativa, logística, publicitaria, mercadológica, en ventas, etc. Si bien este es un punto que no está equivocado, no es el único. El manejo de estas competencias en nuestra vida laboral es significativamente ventajoso ya que nos permiten desarrollarnos en varias áreas de una empresa según sea nuestro gusto o perfil.

En la actualidad el continuo aumento en las actividades y operaciones, así como el constante crecimiento de la competencia, del mercado, la oferta y demanda entre otras, obligan a las empresas a plantearse el hecho de utilizar todos los recursos disponibles para conseguir la máxima efectividad y eficiencia en todos los sentidos, ya sea en bienes, servicios y/o capital humano altamente capacitado.

En particular me he inclinado significativamente por el área administrativa en empresas de servicio. Esto no implica que se pierda de vista otros rubros u actividades dentro de la misma empresa, por el contrario, en este tipo de organizaciones que prestan servicios y atención al cliente la demanda de empleados que desempeñen multiplicidad de roles es cada vez mayor.

Es por lo anterior que la Licenciatura en Sistemas Comerciales nos prepara para un mercado laboral competitivo y demandante, dándonos las herramientas, experiencias, conocimientos y destrezas para poder entrar a dicho mercado de manera exitosa.

UQROO.SISBI.CEDOC

CAPITULO II

UQROO.SISBUCEDOC

2. Operadora Bengar Tabasco, S.A. de C.V. (Underground)

2.1 Antecedentes

En la actualidad hay una gran variedad de centros de diversión para todas las edades como pueden ser parques de diversiones, cines, bares, centros nocturnos, discotecas o antros como se conocen hoy en día.

Las discotecas o antros se han ido modificando con el paso del tiempo, anteriormente no se conocía este concepto ni había lugares diseñados específicamente para ir a bailar. Los pioneros en esta actividad en México, fueron los conocidos como Salones de Baile. Uno de los más antiguos data del año 1920, llamado "Salón México", ubicado en la Cd. De México, creado por la burguesía de aquel entonces. En estos salones de baile la música que se tocaba y bailaba era el danzón. Con el tiempo se incorporaron sonos como el chachachá, mambo, swing, cumbia y salsa. Todas estas tocadas en vivo por la orquesta de cada salón.²

Existen diversas teorías sobre como nació el concepto de discoteca, una de ellas plantea que durante la ocupación nazi de Alemania, los nightclubs de París habían sido algunos de los anfitriones del movimiento americano del jazz. Los músicos, los artistas y los seguidores americanos negros del jazz habían descubierto París.

Las discotecas nacieron en el París ocupado de la 2da. Guerra Mundial. Los nazis prohibieron los clubs de jazz y de baile, de modo que la gente iba a locales ilegales a escuchar y bailar música grabada y en vivo. Uno de esos clubs ilegales, situado en la Rue Hachette, se llamaba LA DISCOTHEQUE (1941). Más

² **Dallal, Alberto.** "La danza en México", Pág. 93. Estudios y Fuentes del Arte en México/LVIII. Instituto de Investigaciones Estéticas. UNAM. 1986.

tarde en 1947, Paul Pacine abrió el club WHISKEY A GO-GO, donde la gente bailaba discos pinchados por disc-jockeys. Estos clubes fueron evolucionando y extendiéndose por Europa en los años siguientes.

En 1958 abre sus puertas el club Peppermint Lounge en el 128 West de la calle 45 en Manhattan, Nueva York. Es considerado como la primera discoteca establecida ya como tal, por su diseño y concepto. Tenía una larga barra de caoba a lo largo de un lado, un montón de espejos y una pista de baile en la parte trasera, una capacidad de sólo 178 personas

Sin embargo fue en los años 70's cuando las discotecas comienzan a tomar importancia en la vida nocturna de la juventud. Y es cuando nace la denominada música disco, con personajes como Gloria Gaynor quien fue la primera en colocar un éxito de esta índole en 1974.

Creciendo el movimiento discotequero México no fue la excepción, por el contrario debido a la cercanía de E.E.U.U. y al despunte de Acapulco como ciudad cosmopolita entre los años 60's y 70's fue aquí donde surgieron las primeras discotecas como Tequila a Go Go, Armando's Le Club, Bocaccio consideradas las mejores de la época. Llegando a comparar a Armando's Le Club con el Studio54 de Estados Unidos. *“El diseño del Armando's Le Club se convirtió en un concepto revolucionario, ya que en ese entonces no existían diseños vanguardistas para esa época, por lo que al Armando's se le consideró como la primera discoteca de América Latina”*³

En México se crea en 1986 el Grupo Freedom propiedad del Sr. Mario Rodríguez, este corporativo cuenta con diferentes conceptos de diversión y entretenimiento como lo son las discotecas MamboCafe, FuriaCafe, (Con renombre en gran parte de la República Mexicana, contando con instalaciones en

³ <http://www.suracapulco.com.mx/anterior/2001/febrero/04/pag13.htm>. Entrevista al Arquitecto Aurelio Muñoz Castillo.

estados como lo son; Veracruz, Tabasco, Quintana Roo, Yucatán, D.F., entre otros), Skybar, restaurantes como Bellini's y Freedom este último con giro de bar.

Respecto a la división de discotecas, específicamente en MamboCafe se crea una sociedad con el Sr. Sergio Benetti Dalla Benetta, misma que se finiquita en el año 2005 cuando decide retirarse de la sociedad con el Grupo Freedom para iniciar un proyecto propio y en el que incluiría a todo el personal de su máxima confianza.

Así da paso a la creación de Operadora Bengar Tabasco, S.A. de C.V., que nace en agosto de 2006 bajo el nombre comercial de Underground Bar del Siglo XXI. Siendo sus dueños, el Sr. Sergio Benetti Dalla Benetta y su socio el Sr. José Miguel Arce Piña, quienes con la experiencia adquirida a lo largo de su carrera laboral en el ámbito de entretenimiento nocturno ven en la ciudad de Villahermosa, Tabasco, la oportunidad de explotar un nicho del mercado que hasta ese entonces había estado descuidado, dirigiendo así el concepto de Underground a jóvenes de 25 a 35 años y nivel socioeconómico medio alto y alto.

El proyecto comenzó su marcha el día 10 de Agosto de 2006, con la conformación de la S.A. de C.V., ante notario público e inicio trabajos de obra y remodelación misma que se realizaron en un lapso de 4 meses y que dieron paso a la apertura de Underground el 10 de enero de 2007.

2.2 Descripción de la Empresa

Las empresas pueden clasificarse según su actividad o giro en industriales, comerciales o de servicio. En el caso de Operador Bengar Tabasco, S.A. de C.V., se le cataloga como empresa de servicio. Presentare a continuación algunas definiciones de servicio, para comprender mejor el punto anterior.

- **Servicio.** Es un acto o desempeño que ofrece una parte a otra. Aunque el proceso puede estar vinculado a un producto físico, el desempeño es en esencia intangible y, por lo general, da como resultado la propiedad de ninguno de los factores de producción. (Lovelock, 2004).
- **Servicio.** Los servicios son actividades económicas que crean valor y proporcionan beneficios a los clientes en tiempos y lugares específicos como resultado de producir un cambio deseado (o a favor de) el receptor del servicio. (Reynoso, 2004).
- **Servicio.** Son aquellos que con el esfuerzo del hombre producen un bien, sin que el producto objeto del servicio tenga naturaleza corpórea. (Rodríguez V., 2002).
- **Servicio.** Es algo que se puede comprar y vender, pero no se puede dejar caer sobre el pie.

Los servicios son difíciles de definir ya que la manera de crear servicios y proporcionarlos a los clientes no es fácil de comprender, porque muchas entradas y salidas son intangibles. En ciertos casos los clientes de lo que se define como una empresa de servicio, obtienen y consumen elementos físicos. En la actualidad muy pocos servicios carecen de elementos tangibles.

Ejemplo: Underground vende entretenimiento y diversión, algo que no puedes tocar, cargar o dejarlo caer, no es tangible. Sin embargo para poder cumplir este objetivo los clientes consumen bebidas (alcohólicas, energizantes), cigarrillos y botanas, productos tangibles pero que son solo parte del proceso de otorgar el servicio final.

Underground

Ubicada en la Av. José Pages Llergo No. 150, Col. Arboledas de la Ciudad de Villahermosa Tabasco, con una inversión inicial de 3.5 millones de pesos en gastos de obra y remodelación, permisos gubernamentales, rentas, acondicionamiento de oficinas, equipo de luz y sonido de primera generación, Underground abre sus puertas el 10 de enero de 2007.

Para el cierre de su primer año de actividades había obtenido ingresos por casi 20 millones de pesos, de los cuales el 35% correspondieron a la ganancia neta. Alcanzado una facturación semanal casi del doble que su competidor más cercano.

Underground entra de lleno a posicionarse en el mercado de entretenimiento nocturno de jóvenes entre 25 y 35 años con un poder adquisitivo medio alto y alto, ya que es una discoteca cuyo desempeño es exitoso debido a la calidad del servicio y al buen ambiente que se ofrece a los clientes, desde los mejores cócteles y bebidas nacionales e internacionales, la mejor música tanto en vivo como grabada, instalaciones de primer nivel y siempre regias, hasta eventos exclusivos, shows, conciertos, etc.

Pioneros en la ciudad en incluir bebidas exóticas en nuestra carta, como el Jägermeister bebida a base de hierbas muy popular en Alemania y el Absinth también a base de hierbas y flores, esta última considerada la bebida de los bohemios y poetas. *“Después del primer vaso, uno ve las cosas cómo le gustaría que fuesen. Después del segundo, uno ve cosas que no existen. Finalmente uno acaba viendo las cosas tal como son, y eso es lo más maravilloso y terrible que puede ocurrir”* dijo Oscar Wilde sobre su experiencia con esta bebida. ⁴

⁴ <http://www.absinth.com.mx/main/historye.html>

Se cuenta con el mejor espectáculo de luces, pantalla de leds, proyectores, luces robóticas audiorítmicas, estrobos, láser (cabezas de 360°), pin beans, winners y un equipo de sonido de la mejor calidad.



Patrocinadores como Coca-Cola, Grupo Modelo, Ford, Mazda, Buchannan's, Bacardi, entre los más importantes. Dichos patrocinadores sirven de apoyo para poder presentar espectáculos a la altura de nuestros clientes, como Fashion TV, la gira + NESCAFE, Dj Dani Deahl, Moenia, Pablo Montero (Visita), Alfonso Arau (Visita), también eventos especiales como Recaudaciones de Fondos del DIF, Concursos de Baile, Shows para mujeres, Presentaciones de productos, entre otros.



Pablo Montero, cantando con el Grupo local, Vertigo.

Dj Dani Deahl, en la Conferencia de Prensa antes de su presentación en las instalaciones de Underground





*Grupo Moenia en Concierto.
Discoteca Underground.*

Noche Concierto Moenia.



Todo lo anterior logro que Underground se estableciera en el gusto del público, por lo que tiempo después se implemento un servicio adicional a lo que ya daba la discoteca, la renta del mejor lugar para fiestas y eventos privados.

El concepto de “Bajo Tierra” fue algo que también colaboro para el gran éxito de Underground, pues su ubicación es única, específicamente debajo del Hotel Tabasco Inn, se entra por al estacionamiento subterráneo y al final se encuentra la entrada a la discoteca, solo la puerta con un pequeño luminoso con el logo para impresionar al cliente apenas entre al lugar.

2.3 Misión, Visión, Valores y Objetivos.

Misión. Ser la mejor opción de diversión y esparcimiento de los jóvenes de Villahermosa, haciendo que nuestros clientes encuentren además de diversión, confort, al proporcionarles productos, servicios y atención de calidad.

Visión. Ser una empresa líder en continuo crecimiento con presencia en todo el sureste mexicano. Que se distinga por proporcionar excelencia en la calidad del servicio al cliente, logrando así la permanencia en el mercado de diversión y entretenimiento nocturno.

Declaración de los valores

- **Orientación al cliente.** Estar siempre en contacto con las necesidades de los clientes y llevar los esfuerzos del equipo de trabajo a la satisfacción de esas necesidades. Esto además de forma personal al momento de la prestación del servicio, así como aprovechando los medios de comunicación como el teléfono, e-mail y más recientemente las redes sociales.
- **Compromiso con los resultados.** Derivado del punto anterior, el equipo de trabajo debe establecer estándares de servicio además de diseñar y rediseñar constantemente los sistemas de operación esto enfocado a la satisfacción del cliente, y al mismo tiempo responder a las expectativas de crecimiento y metas de la empresa.
- **Responsabilidad Social.** Contribuyendo de forma activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental. Con nuestro clientes, al brindarles un servicios de calidad; con la sociedad, al dar estabilidad a las

familias de nuestro personal, y con el medio ambiente, al respetar y cumplir todas las normas establecidas para el cuidado de éste.

- **Respeto.** Tratar a los demás como queremos ser tratados. Atender con cortesía al cliente, a los trabajadores y a toda persona involucrada directa e indirectamente con la operación de la empresa.
- **Integridad.** Mostrando ética, compromiso y honestidad en todo momento.
- **Trabajo en equipo.** Además de la importancia del trabajo de cada individuo en su área, valoramos y fomentamos el aporte de los trabajadores para el logro de los objetivos comunes de la empresa, ya que todos somos parte de ella.

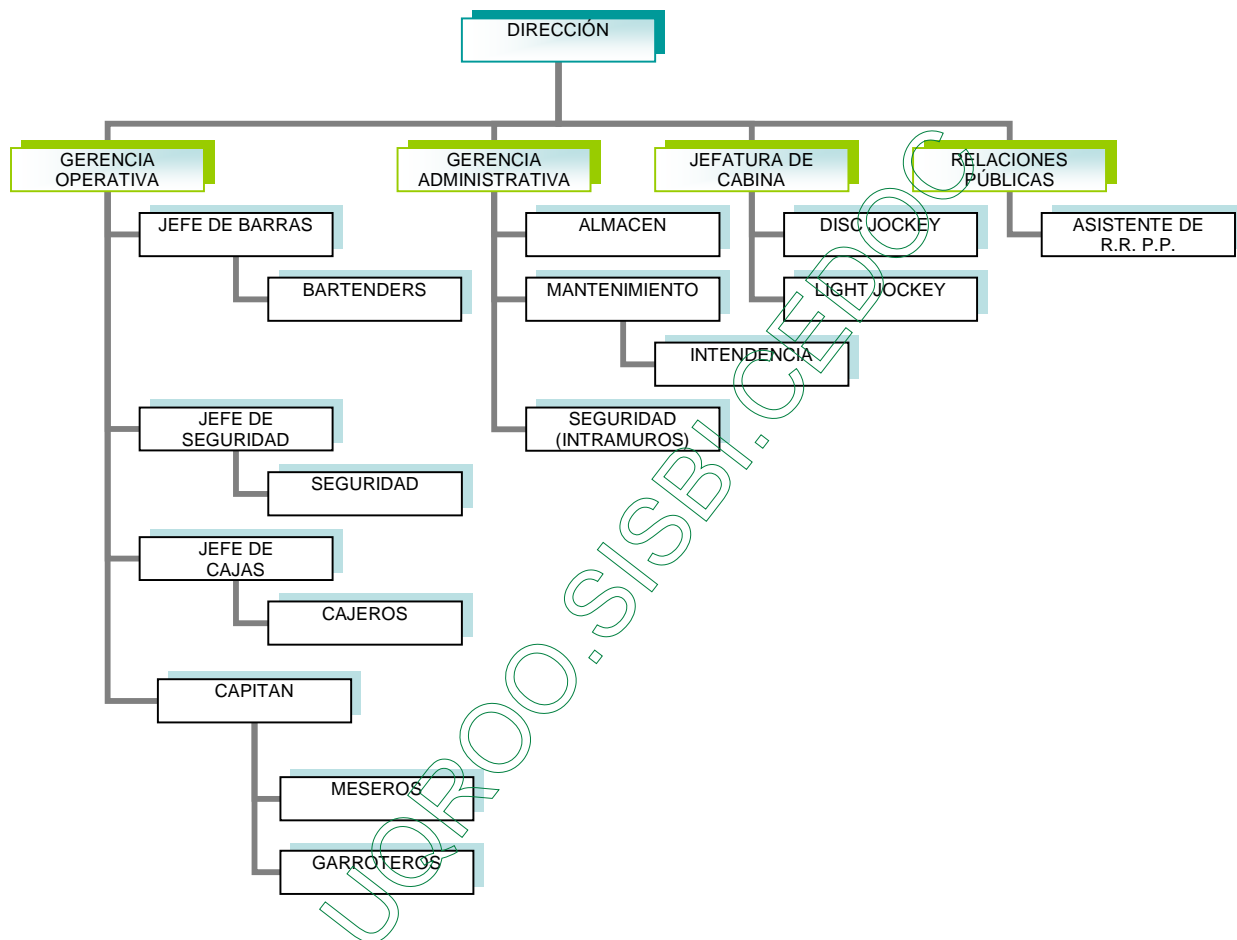
Objetivos de la Empresa

- Prestar un servicio de calidad con personal capacitado para que el cliente este contento y no escatime en gastos para su diversión.
- Posicionar la marca en el mercado de manera que signifique un Status para nuestros clientes.
- Tener precios competitivos sin perder de vista la plusvalía, ya que nuestro concepto es vender Status, o la venta de la Marca.
- Brindar los mejores espectáculos y fiestas especiales a nuestros clientes.

Sin duda alguna Underground logro los objetivos planteados desde su creación, siguiendo esquemas y controles muy bien dirigidos y organizados.

2.4 Organigrama y Descripción de puestos

Como en toda empresa Operadora Bengar Tabasco, S.A. de C.V., cuenta con una estructura organizacional definida, en la que se delegan las responsabilidades y toma de decisiones. A continuación presento el organigrama y en seguida una breve descripción de puestos.



Dirección: Encargada de fincar los objetivos a corto plazo y la supervisión de las tareas que lleven a cumplir dichos objetivos así como influir y motivar a los empleados a realizar estas tareas de la mejor manera posible dándoles las herramientas y las observaciones necesarias. Organizar tiempos de trabajo y juntas de retroalimentación con todos las demás áreas.

Gerencia Operativa: Su labor es coordinar y supervisar las labores del personal para el buen servicio al cliente, así como mantener en buenas condiciones las áreas de trabajo. Debe estar en constante comunicación con el área de mantenimiento.

Gerencia Administrativa: Se encarga de los procesos administrativos de la empresa, recursos humanos, controles de costos, mantener buena relación con proveedores, clientes y trabajadores. Supervisión y control del área de almacén. Su actividad consiste en la elaboración y presentación de los Estados Financieros y la supervisión de todas las áreas de la contabilidad, administración y recursos humanos.

Jefatura de Cabina: Revisa el buen funcionamiento de los equipos tanto de sonido como de luces, así como dirigir el espectáculo nocturno supervisando la música y el manejo de la iluminación. Debe tener estrecha comunicación con el área de mantenimiento para que cada día de operación sea perfecto.

Relaciones Públicas: Área dedicada a la presentación y ejecución de métodos publicitarios, organizar y dirigir actividades de promoción con medios de comunicación y patrocinadores. Estar siempre pendiente de la imagen de la discoteca, organizar o captar eventos exclusivos. Supervisa los diseños de promoción y publicidad tanto genéricos como eventuales. Es el área que trabaja más directamente con la Dirección.

Jefe de Barra: Su objetivo es coordinar las labores de servicio de las barras, para aprovechar al máximo los recursos y el tiempo de respuesta al cliente. Debe tener amplia comunicación con el Almacén y el Capitán.

Jefe de Seguridad: Coordina al equipo asignado para el propósito de cuidar los espacios y las personas que se encuentren en las instalaciones de la discoteca, al momento de la operación.

Jefe de Cajas: Es el responsable de la buena operación de las cajas supervisando que se apliquen los sistemas de trabajo y que se cumplan las políticas establecidas por la empresa. Debe tener una excelente coordinación con las áreas involucradas directamente con el servicio al cliente (meseros/barra).

Capitán: Es el responsable ante el Gerente Operativo del perfecto funcionamiento de la discoteca. Apoya en la coordinación y dirección de la operación de acuerdo a los estándares y lineamientos marcados por la Gerencia y se asegura de la completa satisfacción de las necesidades de los clientes.

Almacén: Su labor es mantener siempre un stock adecuado de materias primas, así como llevar el control entradas y salidas de productos, costos de los mismos, reportando y resurtiendo. Evalúa calidad, cantidad y precio de la mercancía.

Mantenimiento: Supervisa las labores de limpieza y mantenimiento preventivo y correctivo de los aparatos e instalaciones de la discoteca, haciendo que todo se encuentre en perfecto estado y funcionando al momento de la operación. Es el responsable ante los Gerente Operativo y Administrativo, de las actividades propias del cuidado y conservación del edificio, instalaciones y equipo general.

Seguridad (intramuros): Se encarga de estar en constante revisión y vigilancia para evitar inconvenientes y situaciones que expongan al personal que labora en le horario matutino.

Disc Jockey: Selecciona, mezcla, manipula y reproduce la música grabada. Debe mantenerse actualizado con la música del momento.

Light Jockey: Controla la iluminación en la discoteca. Debe estar compenetrado con el Dj para que la luz y la música estén perfectamente coordinadas.

Asistente de Relaciones Publicas: Su labor es organizar y ejecutar la distribución de la publicidad que corresponda.

Bartender: Recibe órdenes del jefe de barra. Se encarga de elaborar de manera rápida y eficaz las peticiones de los clientes coordinándose para tal efecto con el mesero y cajero que corresponda.

Seguridad: Grupo de personas designadas por área para prevenir, manejar y resolver situaciones que comprometan el bienestar físico de los clientes, empleados y toda persona que se encuentre al interior de la discoteca al momento de la operación.

Cajero: Su labor es mantener actualizada la información de cuentas de los clientes para dar un servicio rápido al momento que este lo solicite. Así mismo entregar reportes de ventas y saldos de la operación.

Mesero: Es prácticamente el agente de ventas del negocio, su respuesta a las necesidades de cliente debe ser eficiente y rápida así como asistirlo durante su estancia en la discoteca.

Garrotero: Asiste al mesero en la labor del servicio al cliente, se encarga de que el mismo se sienta en un ambiente confortable y limpio al momento de su consumo.

Intendencia: Se encarga de la limpieza de las instalaciones de la discoteca, después de la operación.

Lo anterior solo refiere a una breve descripción de los puestos de trabajo que conforman una discoteca. El buen funcionamiento de Underground se debe a la coordinación de esfuerzos entre sus áreas tanto operativas como administrativas, manteniendo un excelente servicio al cliente y una buena relación con empleados y proveedores.

UQROO.SISBI.CEDOC

CAPITULO III

UQROO.SI.SI.CEDOC

3. Mi experiencia Laboral

3.1 Un poco de historia

Las personas que saben qué hacer, cómo hacerlo de manera eficaz y el momento de efectuarlo, serán siempre necesarias en cualquier empresa. La mayoría de los egresados desea llegar a tener un negocio propio, pues contamos con las herramientas y competencias para ello, sin embargo al enfrentarnos a la vida laboral es muy probable que trabajemos para otras personas, una ventaja de esto es la oportunidad de adquirir experiencia. Como recién incorporados a la vida laboral tenemos la oportunidad de comparar lo aprendido con lo que se lleva a la práctica, podemos observar errores y aportar soluciones para mejorar la realización de los trabajos.

Puedo decir que inicie mi formación laboral en la propia Universidad, en el año 2000 tuve la oportunidad de participar en el proyecto del Centro Emprendedor de Negocios (CEN), que estuvo a cargo de la M.C. Addy Rodríguez Betanzos. Me encargaba del área de Asesoría y Capacitación, aunque mi trabajo consistía realmente en fungir como vínculo entre las instituciones como: Secretaría de Desarrollo Económico (SEDE), Nacional Financiera (NAFIN), Centro Regional de Competitividad Empresarial (CRECE), Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI, ahora Secretaría de Economía), entre otras, que ofrecían estos apoyos y los microempresarios de la Cd. de Chetumal. Según fuera el proyecto o apoyo que solicitara el empresario se canalizaba a la institución correspondiente, se le apoyaba con información y trámites para acudir a la institución en cuestión.

Para septiembre del año 2001 me integre al proyecto del Laboratorio Universitario de Publicidad, en ese momento a cargo de la M.C. Karen Eaton, eran los inicios del LUP, y fungí como encargada del equipo del laboratorio, donde

facilitábamos dicho equipo únicamente a estudiantes y docentes del Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas (DCEA), así como auxiliar en el diseño de folletería y souvenirs para dicho Departamento. En esta etapa de mi formación profesional y laboral pude llevar a la práctica conocimientos específicos en el área de promoción y publicidad, psicología del consumidor, investigación de mercados y mercadotecnia. Trabajé en el LUP hasta octubre de 2002.

Uno de los trabajos que más satisfacción me dejó en mis todavía días de estudiante fue el que realicé en BREC Consultores y Asociados. Se realizó una investigación de mercados en la Cd., de Felipe Carrillo Puerto para conocer la factibilidad de abrir una empresa de servicio de televisión por cable, Maya Cable TV. Esto fue en octubre de 2002. La investigación de mercados resultó positiva para la apertura de la empresa y en diciembre del mismo año realicé el diseño publicitario para la inauguración de la misma.

Hasta el año 2003 mi experiencia había radicado más en el área de diseño, mercadotecnia y publicidad. En marzo de ese año, ingresé al Grupo Editorial CAOMA, donde tuve el primer acercamiento con el área administrativa. Si bien había iniciado una vez más en diseño poco tiempo después pasé al área que me atrajo por completo y en la que he laborado desde entonces, la administración. Comencé a implementar mis conocimientos en recursos humanos, procesos administrativos, logística y ventas.

En diciembre de 2003 ingresé a la empresa Mambo Chetumal, S.A. de C.V., (Discoteca Mambo Café) mi trabajo comenzó como auxiliar administrativo. Durante el tiempo que laboré en Mambo Café pude conocer todos los aspectos para el manejo de una discoteca, aunque no podía tomar algunas decisiones propias ya que tenía que consultar con mi jefe directo que era el Gerente Regional, la mayoría de las ocasiones solo era para obtener un visto bueno.

Estar en Mambo Café me ayudo mucho a afianzar y expandir los conocimientos adquiridos en la carrera, tales como Procesos Administrativos, Recursos Humanos, Costos, Logística, Operaciones Bancarias y Financieras, entre las más importantes para mi desempeño en el trabajo. Fue una experiencia enriquecedora en todos los sentidos y aunado a mis desempeños laborales anteriores y a mi formación profesional en la Licenciatura en Sistemas Comerciales, pude obtener todos los conocimientos necesarios para lo que resultó en un nuevo proyecto: Operadora Bengar Tabasco, S.A. de C.V., Discoteca Underground.

En cada ocasión tuve la oportunidad de aprender diferentes conceptos, procesos, criterios y formas de realizar mi trabajo, pero todo siempre aunado a los conocimientos adquiridos en mi formación profesional ya fuese afianzando, complementando o ampliando esos conocimientos. Gracias a esta amalgama he adquirido una gran experiencia en el ámbito laboral misma que me ha llevado a dar lo mejor en cada área, de cada empresa en la que he trabajado.

UQROO.SISBUCEDOS

3.2 Mi ingreso a Operadora Bengar Tabasco, S.A. de C.V.

“La unión entre una educación esmerada y una buena experiencia junto con un trabajo inteligente y activo sería una combinación ideal” (Rodríguez Valencia, 2002).

En Mayo de 2006 presente mi renuncia al puesto de Gerente Administrativo que había desempeñado hasta entonces en la discoteca Mambo Café Villahermosa, esto con el firme propósito de regresar a radicar a la ciudad de Chetumal de donde había partido en Agosto de 2004. Estaba por dejar la ciudad de Villahermosa y recibí una invitación para laborar con el Sr. Sergio Benetti Dalla Benetta, quien había sido uno de mis Jefes en Mambo Café. Su proyecto era crear una discoteca con un concepto que no existía en la ciudad de Villahermosa en ese entonces, un lugar con clase que generará status a los clientes y obviamente que reflejara ingresos por demás exitosos, así decidí quedarme y comenzar a trabajar en este nuevo proyecto.

Debo decir y por mucho que Underground ha sido la mejor experiencia hasta ahora en mi carrera laboral. En mis anteriores trabajos existían ya al momento de ingresar, formas específicas y declaradas de administración y operación, sin embargo en Underground nos correspondió al equipo de trabajo, que había formado el Sr. Benetti, idear, crear, implementar, controlar y evaluar la manera en que se manejaría la empresa.

Inicie directamente en la Gerencia Administrativa y como Representante Legal de la empresa. Mi primera labor fue la creación de la misma, acudir ante la Secretaría de Relaciones Exteriores para solicitar el permiso de constitución de la S.A. de C.V., y después presentar el permiso ante notario público para poder dar paso a la creación oficial de Operadora Bengar Tabasco.

Así mismo me correspondió realizar los trámites necesarios para el funcionamiento y legalización de las actividades de la empresa, menciono algunos a continuación:

- Alta de la empresa ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público
- Alta como Patrón ante el Instituto Mexicano del Seguro Social
- Solicitud por escrito para la licencia de funcionamiento
- Anuencia municipal
- Solicitud de Factibilidad de Uso de Suelo
- Constancia de Alineamiento y Asignación de Numero Oficial
- Constancia de No Alteración al Medio Ambiente
- Solicitud de Carta de No Adeudo ante la Secretaría de Finanzas
- Constancia de Protección Civil Municipal.
- Contrato de Arrendamiento.
- Constancia Expedida por la Secretaria de Salud.
- Oficio de Inversión Realizada. Dirigido al Lic. Ismael S. Plankarte Rivera. (Presidente Municipal en 2006 del Municipio de Centro, estado de Tabasco)

Con todos los trámites anteriores realizados, la empresa quedo legalmente constituida y además con todos los permisos necesarios para su adecuado funcionamiento. Cabe mencionar que especialmente en esta etapa de mi trabajo en Underground pude hacer uso de los conocimientos adquiridos en mi formación profesional en el área de Derecho Mercantil.

Una vez terminada la obra de remodelación y con la inauguración de la Discoteca, mi trabajo como Administradora toma un rumbo diferente ya que las necesidades de la empresa en pleno funcionamiento cambiaron, y debí adecuar mi trabajo a esas nuevas necesidades.

3.3 Descripción de puestos y funciones

Entre los trabajos más demandados en un negocio de servicio están los puestos que requieren que los empleados desempeñen multiplicidad de roles, que sean rápidos y eficientes en la ejecución de las tareas operativas y amables en el trato con los clientes. Sin embargo, no todos los empleados mantienen un contacto directo con el cliente, aun así su trabajo es igual de importante para dar el servicio adecuado.

Somos parte de un todo dentro de la empresa y por ello debemos realizar de la mejor manera posible nuestro trabajo, desde el intendente hasta el director. Para entender mejor el funcionamiento de un Gerente Administrativo de Discoteca, a continuación describo el puesto y sus funciones.

- **Cargo:** Gerente Administrativo
- **Jefe Inmediato:** Director General
- **Propósito del puesto:** Organizar, aplicar, dirigir y supervisar el cumplimiento de las políticas y procedimientos del área financiera, administrativa, de mercadotecnia, recursos humanos y contable, a fin de mantener un debido manejo y control de los recursos, informando de los mismos a la Dirección para la toma de decisiones.

Funciones:

- **Llevar un control de los registros contables.** Libro diario, esto es elaborando las pólizas correspondientes para en control de los ingresos y egresos y poder usar esa información en la elaboración de estados de resultados y así sustentar las tomas de decisiones. También llevo las conciliaciones bancarias, es decir al recibir los estados de cuentas bancarios se verifica

que el saldo que aparece ahí sea el mismo que arrojan los registros contables.

- *Administración de SalDOS.* En las cuentas bancarias es muy importante llevar un control minucioso de los saldos para poder programar pagos que con seguridad puedan hacerse, evitar cobros por manejo de saldos mínimos, rebotes de cheques y poder cubrir los cargos diversos por servicios bancarios.
- *Asignar y controlar un fondo fijo al área de almacén y oficinas.* Este rubro se maneja por medio de la denominada Caja Chica, que es dinero en efectivo para los gastos extras o de mínima cantidad que se hacen a lo largo de un periodo de tiempo que regularmente suele ser semanal. La reposición del efectivo ocupado en estos gastos se realiza por medio de la entrega de las facturas que sustenten dichos gastos.
- *Programar compras y pagos.* Cada semana se actualiza el pasivo circulante (proveedores) para contemplar el pago de las facturas vencidas o que su tiempo crediticio este por vencer, de la misma manera se programan los pagos que ya existen en el presupuesto mensual. Las compras se programan según el reporte de movimientos de almacén.
- *Supervisar la elaboración de nómina.* Revisar las listas de asistencias para autorizar la elaboración de la nómina, así como los descuentos y bonos correspondientes al periodo.
- *Manejo de presupuesto y Análisis de la cantidad de inversión necesaria para alcanzar las ventas esperadas.* Se maneja un presupuesto mensual para gastos fijos como renta, teléfono, luz, agua, recolecta de basura, fumigación, nómina, etc. Cada fin de mes se presenta un comparativo entre el presupuesto designado y el gasto real hecho para cubrir cada rubro y así

ir modificando los presupuestos y/o tomar medidas correctivas para que cada presupuesto sea respetado. El análisis de inversión para las ventas se realiza utilizando la información arrojada por el costo de operación, es decir cuanto cuesta obtener determinada ganancia.

- *Realizar mensualmente reporte de controles.* Conciliaciones bancarias, inventarios de materiales, determinación del costo de operación, impuestos por pagar, pagos de clientes, gastos administrativos y de ventas.
- *Supervisar y reportar semanalmente las necesidades económicas de la empresa.* Los gastos fijos de cada área están contemplados en los presupuestos mensuales pero cada semana se hace una valoración de estos gastos para ir controlando la forma en la que se emplean y no salirse de los límites del presupuesto asignado. Sin embargo hay situaciones que pueden llevar a realizar un gasto extra en algún rubro presupuestado.
- *Control de costos y asignación de precios.* Los costos nos permiten saber cuanto gastamos para producir un bien o servicio. Al tener esta información podemos designar o modificar precios, regularmente en las discotecas se maneja un costo promedio de 20% a 23%, es decir si el costo de compra de una botella de Buchanan's fue de \$400.00 el precio de venta deberá ser al menos de \$1,800.00.
- *Negociación con Proveedores.* Los proveedores principales en una discoteca son el proveedor de licor, el de cerveza y el de refresco, ya que representan la principal materia prima de la discoteca. Generalmente con estos tres proveedores se firman contratos específicos para determinar las formas de pago, el tiempo de crédito, las obligaciones y beneficios mutuos.

- *Negociación con clientes.* Mi labor específica en este sentido era promover y vender los servicios de la discoteca como salón de fiestas. Le presentaba al cliente varias formas de pago y tiempos de crédito.
- *Manejo de personal.* Encargada de reclutar el personal necesario para cubrir las vacantes existentes, hacer las entrevistas e investigación correspondiente al candidato que quisiera ocupar el puesto en cuestión. Así mismo realizaba las altas, bajas y modificaciones ante el IMSS. Como representante legal de la empresa me correspondía resolver conflictos con los trabajadores ante la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, y la junta de Conciliación y Arbitraje local. Pagos de finiquitos y liquidaciones.

Para dar un mejor panorama de cómo los conocimientos adquiridos en la Licenciatura en Sistemas Comerciales son aplicados en la Gerencia Administrativa de una discoteca, presento la información por medio de un cuadro comparativo de las funciones mencionadas y como se relacionan dichos conocimientos para llevarlas a cabo.

UQROO.SISBICEDOS

**CUADRO COMPARATIVO. Funciones de la Gerencia Administrativa de una Discoteca –
Asignaturas Sistemas Comerciales**

Función	Como se realiza	Asignatura Aplicada
Registros Contables	<ul style="list-style-type: none"> * Elaboración de Pólizas (Diario, Ingresos, Egresos). * Conciliaciones Bancarias 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la Contabilidad 2. Análisis de Estados Financieros
Administración de Saldos	<ul style="list-style-type: none"> * Control de Ingresos * Control de Gastos * Control de Obligaciones que tiene que cubrir la empresa. (impuestos) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Operaciones Bancarias y Financieras 2. Planeación Estratégica 3. Derecho Mercantil
Asignar y controlar un fondo fijo al área de almacén y oficinas	<ul style="list-style-type: none"> * Realizando arquez periódicamente * Reembolsando facturas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Procesos Administrativos
Programar compras y pagos	<ul style="list-style-type: none"> * A proveedores y servicios de la empresa, de acuerdo a las fechas de vencimiento y a los saldos disponibles con los que cuente la empresa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a la Contabilidad 2. Procesos Administrativos
Supervisar Almacén, Control de inventarios	<ul style="list-style-type: none"> * Aplicación de entradas, salidas y trasposos (almacén-barra) * Verificar que se realicen los inventarios físicos semanales * Realizar un comparativo entre las existencias físicas y las reportadas en el formato de almacén y barras. * Autorización de las compras necesarias 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contabilidad de Costos 2. Procesos Administrativos
Supervisar la elaboración nomina	<ul style="list-style-type: none"> * Realizando los trasposos bancarios correspondientes a las cuentas de cada colaborador * Elaboración de las liquidaciones IMSS, INFONAVIT, y SAR y el pago de los mismos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Administración de Recursos Humanos 2. Derecho Fiscal
Manejo de Presupuesto y Análisis de la cantidad de inversión necesaria para alcanzar las ventas esperadas	<ul style="list-style-type: none"> * Realizar comparativo semanal presupuestal contra real para cada tres meses informar a la Dirección el estatus del mismo para la toma de decisiones * Punto de equilibrio * Determinación del costo de operación 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis y Evaluación de Proyectos 2. Contabilidad de Costos

CUADRO COMPARATIVO. Funciones de la Gerencia Administrativa de una Discoteca - Asignaturas Sistemas Comerciales

Función	Como se realiza	Asignatura Aplicada
Realizar mensualmente reportes de controles	<ul style="list-style-type: none"> * Conciliaciones bancarias * Inventario de materiales * Costo de operación * Impuestos por pagar * Pagos de clientes (cxc) * Gastos administrativos y de ventas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Operaciones Bancarias y Financieras 2. Contabilidad de Costos 3. Derecho Mercantil 4. Procesos Administrativos
Supervisar y reportar semanalmente las necesidades económicas de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> * Solicitar previamente las necesidades a las diferentes áreas (almacén, R.H., operación, administrativo, ventas) para que los montos a erogar sean los autorizados en el presupuesto 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planeación Estratégica
Control de costos y Asignación de precios	<ul style="list-style-type: none"> * Relacionar el costo al valor producido, principalmente con el objeto de que la empresa pueda asignar a sus productos un precio competitivo y rentable. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contabilidad de Costos
Negociación con proveedores	<ul style="list-style-type: none"> * Términos de compra * Descuentos especiales * Formas de pago y créditos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planeación Estratégica
Negociación con clientes	<ul style="list-style-type: none"> * Relación con crédito y pago de proyectos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planeación Estratégica
Manejo de personal	<ul style="list-style-type: none"> * Gestionar los procesos relacionados con la incorporación, mantenimiento y desvinculación de las personas dentro de la empresa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Administración de Recursos Humanos

En función de poder comprender mejor el cuadro anterior describiré a continuación de manera breve cada una de las asignaturas mencionadas.

Introducción a la Contabilidad. Cultura Contable. Marco Conceptual de la contabilidad. Activos: Inversiones de empresas. Pasivo y Capital: Fuentes de financiamiento. Análisis y descripción del ciclo contable. Aplicación del Ciclo Contable en empresas de servicios y empresas comerciales. Preparación de los estados financieros básicos de empresas de servicios y comerciales. Análisis de la información financiera para toma de decisiones

Análisis de Estados Financieros. Naturaleza de las finanzas en las empresas. Estados Financieros. Cambios del poder adquisitivo de la moneda y sus efectos en los estados financieros. Técnicas del presupuesto de capital. Técnicas de análisis de los Estados Financieros. Informe financiero.

Operaciones Bancarias y Financieras. Formas de organización. Valores de negocios. Mercados financieros. Instituciones financieras. Mercado de acciones. Tasas de interés. Costos de capital, administración de crédito financiamiento a corto y mediano plazo, procesos de interés, apalancamiento. Operaciones de banca de inversión. Arrendamiento: tipos, requerimiento, etc.

Planeación Estratégica. Conocimiento de los conceptos básicos de la planeación y su impacto en la gestión empresarial, su filosofía, aplicación y los procesos de evaluación. Integración de tipos y niveles de procesos de planeación empresarial en el contexto macroeconómico. Políticas públicas de planeación.

Derecho Fiscal. Introducción al código Fiscal de la federación. Sujetos de las contribuciones. Clasificación de las contribuciones. Derechos y obligaciones de los contribuyentes. Facultades de las autoridades fiscales. Infracciones y delitos fiscales. Formas de extinción de la obligación tributaria. Disposiciones fiscales de personas físicas y personas morales: trámites fiscales ante instancias de gobierno. Estructura de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

Procesos Administrativos. Desarrollo empresarial, teorías de la empresa Manejo de la cartera de clientes, rotación de cuentas por cobrar, análisis de saldos por antigüedad de clientes, establecimiento de límites de crédito a clientes. Desarrollar y evaluar estrategias de ventas.

Administración de Recursos Humanos. Conceptos fundamentales. Planeación de recursos humanos. Reclutamiento, selección, orientación, adiestramiento y desarrollo. Evaluación, separación, marco legal, motivación. Liderazgo.

Organigrama. Descripción de puestos. Conocer y aplicar medios de entrenamiento de vendedores. Desarrollar actitudes positivas de ventas y desarrollar autoestima y motivación. Planeación de personal, descripción de puestos, especificación de tareas, requisitos de estilo, experiencias, funciones, habilidades y destrezas, responsabilidades, salarios y beneficios, legislación laboral, responsabilidad patronal, plan de carreras. Reordenación organizacional, elaboración de organigramas, asignación de niveles, análisis y descripción de puestos, tabuladores de sueldos, prestaciones, programas de inducción, capacitación, reclutamiento, selección y contratación, vacaciones, prestaciones ascensos, productividad, relaciones laborales.

Análisis y Evaluación de Proyectos. Matemáticas Financieras, técnicas de evaluación de presupuestos de capital, flujos de efectivo, análisis de riesgo, costo de capital, punto de equilibrio y apalancamiento. Tipos de proyectos (gubernamentales, sectoriales, empresariales, etc.), fases de la evaluación de un proyecto (pre factibilidad, factibilidad, estudio de mercado, estudio técnico, estudio jurídico, estudio financiero, estudio organizacional). Evaluación ex-post. Punto de equilibrio, análisis de riesgo, aplicación de las técnicas de evaluación de presupuesto de capital. Flujo de efectivo del proyecto. Análisis de las condiciones regionales (árbol de problemas, marco lógico).

Contabilidad de Costos. Naturaleza, concepto y clasificación de la contabilidad de costos. Sistemas de acumulación de costos de producción y Estados Financieros. Sistemas de Costeo. Presupuesto Maestro. Costos Estándar: establecimientos de estándares. Costos e ingresos relevantes en la toma de decisiones a corto plazo. Análisis del punto de equilibrio para la toma de decisiones. Análisis del costo-volumen-utilidad para la toma de decisiones gerenciales.

Si bien mi trabajo dentro de Underground fungió más en términos administrativos, debo decir que la mercadotecnia siempre estuvo cerca. En las empresas de servicio la mercadotecnia forma parte de todas las áreas en mayor o menor medida, y esto se debe a que actualmente el hecho de dar “el servicio” no lo es todo para el cliente. Las empresas de servicio tienen que tener valores agregados para poder competir de manera efectiva, dichos valores pueden ser: personal capacitado, tiempos de entrega, instalaciones impecables, trabajadores que saben y entienden que venden la empresa aunque esta no sea su función principal.

Nuestro lema es: “Todos vendemos la empresa”.

Como egresada en Sistemas Comerciales, estas políticas eran fáciles de entender y llevar a la práctica, y como encargada de contratar personal, era mi labor explicarles y hacer comprender a los nuevos empleados que todos vendemos la imagen y el servicio de la empresa, con una buena presentación, con amabilidad e información, con respuestas positivas para los clientes.

Después de 6 años de laborar en el giro de Discotecas puedo decir con seguridad que los egresados de la Licenciatura en Sistemas Comerciales, están total y plenamente capacitados para asumir puestos Gerenciales, Operativos y Administrativos. Es una gran ventaja que la multiplicidad de roles que exigen actualmente las empresas para el mejor aprovechamiento de todos los recursos, sean precisamente para los que nos prepara nuestra licenciatura. Lo que muchos han visto siempre como una desventaja para Sistemas Comerciales es ahora lo que mejor nos prepara para entrar de lleno al mercado laboral.

3.4 Análisis FODA del Egresado en Sistemas

El análisis FODA es una herramienta que nos permite analizar la situación interna y externa actual de la empresa, organización o proyecto, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita la toma de decisiones acordes con los objetivos de la misma.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Fortalezas: Son los elementos internos, las capacidades especiales favorables con los que cuenta la empresa, organización o proyecto. Esto provoca una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades: Son aquellos factores externos que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa y que al ser aprovechadas proporcionan ventajas competitivas.

Debilidades: Son los factores internos que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Amenazas: Son las situaciones externas desfavorables que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

Ahora presentare una matriz FODA del Egresado en Sistemas Comerciales.

Fortalezas

- ✓ Conocimientos teóricos y habilidades prácticas en las áreas de desarrollo y gestión empresarial.
- ✓ Habilidades para el análisis e interpretación de datos.
- ✓ Razonamiento crítico y toma de decisiones.
- ✓ Creatividad.
- ✓ Planeación y organización del trabajo.

Oportunidades

- ✓ Participación en el desarrollo de iniciativas y proyectos empresariales.
- ✓ Puede colaborar en empresas de cualquier tipo, en las actividades de producción, organización y administración de bienes y servicios.
- ✓ Puede crear su propia empresa.
- ✓ Campo laboral extenso.

Debilidades

- ✓ No se cuenta con una especialización.
- ✓ La carrera es poco conocida fuera del Estado.

Amenazas

- ✓ Licenciaturas como Administración y Contabilidad son identificadas plenamente y pueden llegar a ser considerados mejores candidatos para cubrir una vacante.
- ✓ Fuerte competencia laboral.

Debido a la juventud de la Universidad de Quintana Roo, la Licenciatura en Sistemas Comerciales es relativamente nueva, no solo a los ojos de la sociedad de nuestro estado sino fuera de él. Sin embargo poco a poco ha ido posicionándose dentro del mercado laboral de manera exitosa debido a la capacidad de sus egresados para aplicar los conocimientos adquiridos durante la formación profesional, en sus áreas de trabajo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

UQROO.SIBI.CEDOC

Conclusiones.

Debo decir con completa sinceridad que es un orgullo ser egresada de la Universidad de Quintana Roo, formar parte de la joven historia de mi Alma Máter, y aún mucho más orgullo ser de la Licenciatura en Sistemas Comerciales. Al realizar este trabajo monográfico y dar un repaso a mi vida universitaria y laboral, puedo decir que concluyo lo siguiente:

- ✓ La Universidad de Quintana Roo forma profesionales con valores, ética, actitud positiva y propositiva que contribuyen de manera importante al desarrollo social, económico y profesional de la entidad.
- ✓ La Licenciatura en Sistemas Comerciales forma profesionales con herramientas, competencias y destrezas que les permiten insertarse en el mercado laboral de manera exitosa.
- ✓ Estos conocimientos y competencias son la base para una carrera laboral que nos permite acrecentarlos y enfatizarlos a lo largo de la misma.
- ✓ El egresado en Sistemas Comerciales puede contar con una visión más amplia de lo que en realidad significa el mundo empresarias y comercial, más allá de la compra-venta.
- ✓ Las habilidades adquiridas a lo largo de la formación profesional nos sirven para poder brindar mejores resultados en el área laboral combinando juicio, iniciativa, resolución y creatividad.
- ✓ La empresa Operadora Bengar Tabasco, S.A. de C.V., es una empresa de servicio que busca ser líder en su giro, con un continuo crecimiento en el sureste mexicano. Y los egresados en Sistemas Comerciales tienen todas las herramientas y conocimientos para laborar en empresas de esta índole.

Recomendaciones

La carrera en Sistemas Comerciales forma profesionales capaces y comprometidos, se cuenta con una planta docente de calidad, servicios e instalaciones inmejorables. Sin embargo, pueden aprovecharse mucho más todas estas ventajas, por lo que me atrevo a dar las siguientes recomendaciones:

- ✓ Implementar áreas de especialización, que puedan cursarse en los últimos tres semestres; puede ser Administración, Mercadotecnia, Publicidad.
- ✓ Promover eventos como Congresos, Diplomados y Cursos especiales, que permitan a los alumnos interactuar con otros jóvenes universitarios y compartir conocimientos y experiencias.
- ✓ Tratar siempre de crear más vínculos entre Alumno-Docente-Institución. Esto realizando proyectos y trabajos conjuntos, como la organización de eventos, trabajos de campo, investigaciones, actividades extracurriculares.
- ✓ Crear un programa de seguimiento a Egresados, y al mismo tiempo vincularlo con el programa de Servicio Social, sería ideal para ambos personajes, al egresado le da la oportunidad de seguir en contacto y de manera activa con la Universidad y compartir su propia experiencia como alumno y como trabajador con el alumno que preste su servicio social, y al universitario le sirve para poder implementar los conocimientos que va adquiriendo e ir comparando la teoría con la práctica, además de realizar su servicio social en una empresa o institución que en realidad esté vinculada con la carrera.
- ✓ Aprovechar al máximo el Laboratorio Universitario de Publicidad, creando cursos de Diseño Gráfico, Radio, Fotografía, Video. Mismos que pueden ser herramientas importantes para el desarrollo del profesional en Sistemas Comerciales.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Barragán, José N. (2002) *Administración de las pequeñas y medianas empresas: retos y problemas ante la nueva economía global*. Editorial Trillas, S.A. de C.V. Primera Edición.
- Dallal, Alberto. (1986) *La danza en México*. Estudios y Fuentes del Arte en México/LVIII. Instituto de Investigaciones Estéticas. UNAM.
- Fisher, Laura. Espejo, Jorge. (2004) *Mercadotecnia*. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. Tercera Edición.
- Kotler, Philip. Armstrong, Gary. (2003) *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Lovelock, Christopher H. (1997) *Mercadotecnia de Servicios*. Prentice-Hall Hispanoamericana. Tercera Edición en Español.
- Lovelock, Christopher. Reynoso, Javier. D'Andrea, Guillermo. Huete, Luis. (2004) *Administración de Servicios*. Pearson Educación de México, S.A. de C.V. Primera Edición.
- Pérez de León, Ortega. (1998) *Contabilidad de Costos*. Editorial Limusa, S. A. de C.V. Sexta Edición
- Valencia Rodríguez, Joaquín. (2002) *Administración de Pequeñas y Medianas Empresas*. International Thompson Editores, S.A. de C.V. Quinta Edición.

Medios Electrónicos

- <http://www.uqroo.mx>
- http://www.anuies.mx/servicios/p_anuies/publicaciones/libros/afiliadas/186.html
- <http://www.suracapulco.com.mx/anterior/2001/febrero/04/pag13.html>
Entrevista al Arquitecto Aurelio Muñoz Castillo.
- <http://www.absinth.com.mx/main/historye.html>
- http://www.taringa.net/posts/info/877824/_Como-nacieron-el-disco-y-las-discos_-historia-bolichera-y-.html
- <http://minie.planetaremember.com/historia.html>

UQROO.SISBI.CEDOC