



Programa de Mercadeo Empresarial - No. 2 Diciembre de 2009

MARKETING superior

45 años

Corporación Universitaria Centro Superior



Aporte educativo con impacto social



45 años

Corporación
Universitaria
Centro Superior

Es un gusto para nosotros poder presentar la tercera edición de La Revista Marketing Superior, una publicación semestral del Programa de Mercadeo Empresarial de la Corporación Universitaria Centro Superior.

En un mundo cada vez más competitivo, la innovación es un requisito indispensable del entorno, la tecnología a diario nos muestra grandes avances y pone frente a nuestros ojos factores que hace unos años considerábamos simple ciencia ficción. La globalización nos ha acompañado desde hace algún tiempo y mucho se ha escrito sobre ella, pero del impacto que traen estos tres elementos en un proceso de fusión cada vez más fuerte, y del interesante escenario que se gesta silenciosamente a nuestro alrededor poco se ha dicho, solo los grandes visionarios con un alto nivel de percepción e interés por la información logran percibir el sabor de este delicioso cóctel, que a su vez implora a viva voz, profesionales cada día más creativos y exigentes, que involucrados con su entorno sean una fiel conexión con el futuro y gestores del crecimiento integral de nuestro país.

La academia como importante actor en este proceso esta evolucionando y rompiendo paradigmas, de no ser así, crearía una gran brecha entre el estudiante egresado y el mundo que lo espera afrontar.

Varias conferencias en el ámbito empresarial se han ilustrado con aquel fragmento de la conocida fabula "Alicia en el país de las maravillas"...<< La indecisa Alicia se encuentra con el Gato, justo en el instante en que el camino que venia siguiendo, ahora frente a ella se divide en dos formando una "Y", este le dice: Si no tienes un rumbo definido, cualquier camino es bueno.>>... pues este personaje nos ha dejado un viejo adagio muy aplicable a la gerencia estratégica de hoy que traducido nos enseña; si no hay un objetivo inteligentemente definido, cualquier camino es viable, eso si, corriendo

el riesgo de encontrar un buen o mal resultado. Es aquí es donde entran otros dos aspectos que de igual importancia que se suman nuestro entorno actual; la planeación y la investigación que para decirlo de una forma breve, son la mejor forma de minimizar los riesgos y asegurar una meta satisfactoria. Estas y muchas otras premisas hacen parte de la esencia del mercado moderno.

Concientes de esto, el Programa de Mercadeo Empresarial de la Corporación Universitaria Centro Superior y como parte de un conjunto de estrategias integradoras, desarrolla y proyecta una nueva faceta, enmarcada en el diseño, estilo y modelo de desarrollo de esta revista. Para esta edición los estudiantes de 2 semestres del Programa, e integrando las materias de Comportamiento del Consumidor y Diseño Grafico, han desarrollado una todo el trabajo periodístico, además de la consecución de la información editorial, la labor investigativa y la obtención del material fotográfico.

En esta publicación usted podrá encontrar los diferentes eventos de nuestra universidad, entre los que están nuestros exitosos seminarios internacionales, celebraciones, convenciones y actividades de integración entre otros. También encontrará una descripción de cada uno de los programas de la corporación alimentada por comentarios de sus directores y estudiantes.

Espero disfruten esta edición de la revista y de las siguientes que de igual manera se estarán desarrollando por los estudiantes, con el apoyo de los docentes de las materias aliadas para el desarrollo de este interesante y fructuoso proyecto.

Cordialmente,

AUGUSTO NARVAEZ REYES
RECTOR CUCES

EDITORIAL

¿CÓMO VAMOS?

Unicuces: Alternativas De Formación Profesional
Franc Ponti: Seminario Internacional Bienestar Universitario

ECOCUCES

Proyección Social

Ecologismo

Contaminación

Marketing Ecológico

CONTRIBUYENDO

Fundamor

Responsabilidad Social

Reciclaje

Cuidado del medio ambiente

Separación de basuras

APRENDIENDO A VIVIR

Ambiente laboral

Convivencia universitaria

Trabajo en equipo

Respeto

Manejo del estrés

Etiqueta

RECTOR
Augusto Narvaez

DIRECTOR
Gerardo Díaz Varela

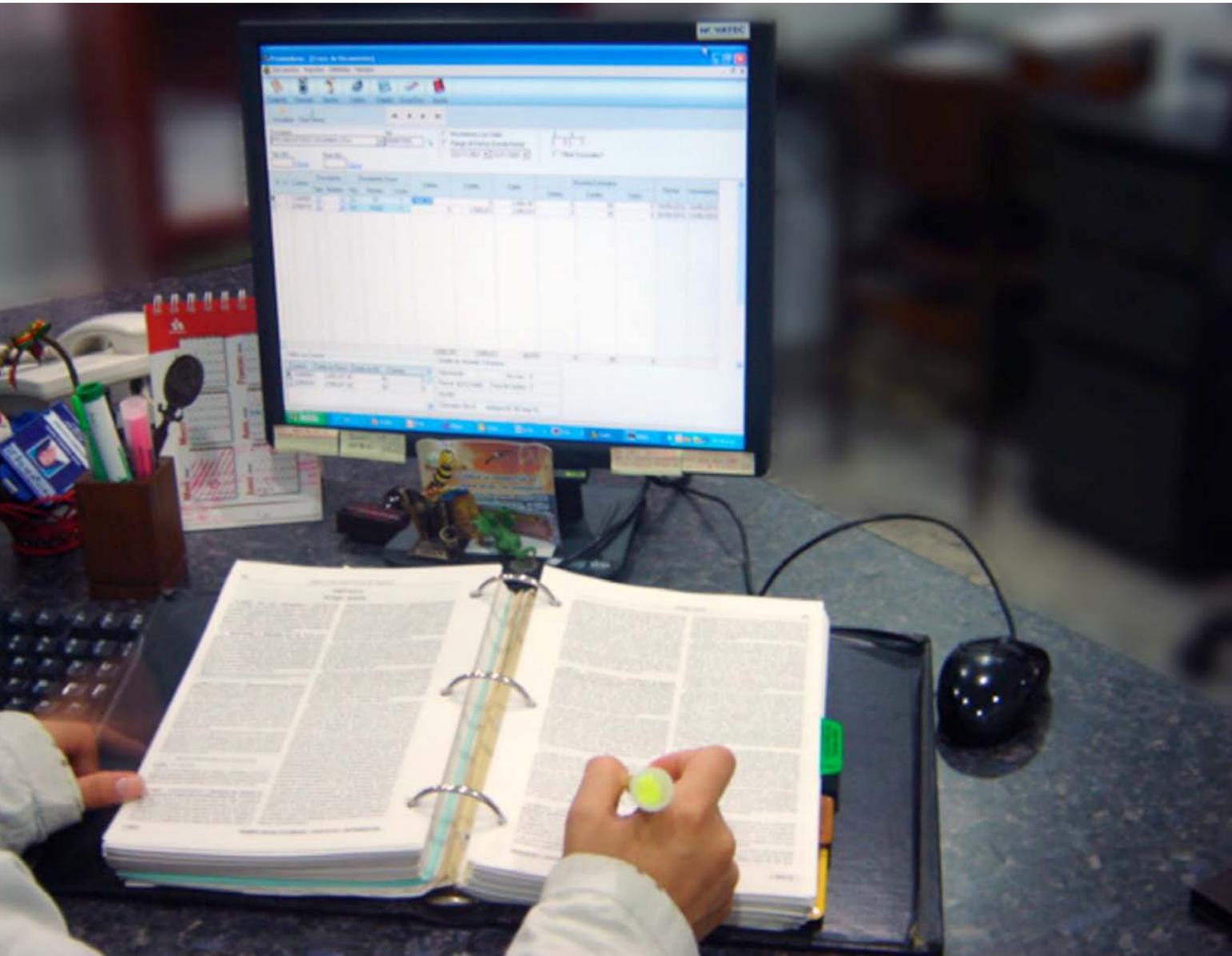
EDITOR Y COORDINADOR
Alejandro Perea Materón

REDACTORES
Alvarez Diana
Alvarez Julián
Baron Alexander
Becerra Elizabeth
Contreras Diego
Del Castillo Verónica
Franco Hernán
García Christian
Gomez Lady
Gutierrez Martha
Huertas Leidy
López Yesenia
Lucumi Cyndi
Morón Tatiana
Muñoz Franseny
Obando Viviana
Páez Mary Coromoto
Quimbayo Sandra
Torres Julián
Tunjo Karen
Vélez Jury
Williams Hanst

El contenido de esta publicación no refleja necesariamente la posición del editor ni la Universidad. Las opiniones expresadas, imágenes y fotografías utilizadas son estricta responsabilidad del autor. Prohibida la reproducción parcial o total de los artículos sin autorización expresa de los editores y autores.

Equipo

UNICUCES: ALTERNATIVAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL



En un mercado laboral tan competitivo como el que se presenta hoy, en el cual se debe tener un alto nivel para integrarlo, la Corporación Universitaria Centro Superior UNICUCES ofrece excelentes

alternativas de formación profesional; que complementan el crecimiento constante en lo personal; por esto se ofrece un amplio paquete de alternativas de educación, como son: Administración de Empresas

- Objetivo: En el proceso profesional, entendido como el que desarrolla el egresado en su actuación y comunicación social, el Tecnólogo y el profesional en Administración de Empresas tendrá que enfrentarse a una

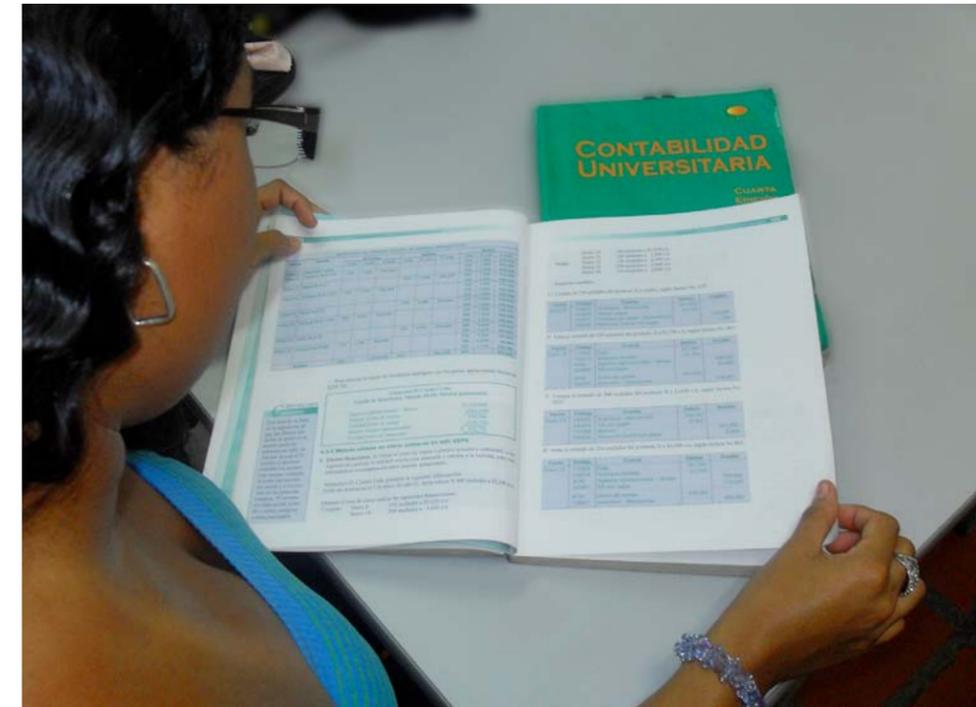
alta exigencia empresarial y productiva en un escenario de problemas profesionales promovidos por la exigente competitividad. En este escenario, las nuevas formas de organización del trabajo le exigirán ser más competitivo y responder de una manera creativa al dinámico mundo del mercado. Dentro de la empresa, será importante el conocimiento, la asimilación y evaluación de la gran cantidad de información que llegará a través de las redes pero aún más importante será adaptarse al trabajo en grupo.

Perfil Ocupacional: El campo de acción para el egresado del Programa de Administración de Empresas es bastante amplio y variado, tanto como son las actividades del ser humano. Es así como puede desempeñarse en las siguientes actividades laborales:

Contaduría Pública - Objetivo: Desde la perspectiva del diálogo que se establece entre la Filosofía y las Humanidades con la realidad histórico-social colombiana y latinoamericana, a partir de la educación, el Programa de Contaduría Pública de la ofrece un currículo que le permitirá al futuro profesional en la parte social, personal, académica, profesional, entre otras.

Perfil Ocupacional: El profesional de Contaduría Pública, se podrá desempeñar laboralmente de la siguiente manera:

Ingeniería de Sistemas - Objetivo: Formar Profesionales que aspira a desempeñarse como estrategia dentro de una sociedad de cambio y que hacen parte de nuestro propósito de formación: Comunicación y Cooperación, Trabajo en Equipo, Organización y Ejecución



de Proyectos y la Utilización de Métodos de Aprendizaje y Estrategias de Acción Intellectual.

Perfil Ocupacional: Al Profesional en Ingeniería de Sistemas se le ofrece una alta fundamentación en las áreas de programación, ingeniería del software, bases de datos, hardware y diseño y administración de redes que les permite:

Mercadeo Empresarial -Objetivo: El programa pretende la formación de profesionales en mercadeo y ventas, con las competencias básicas para desarrollar habilidades inherentes al diseño, ejecución e interpretación de planes de mercadeo. Igualmente se busca la formación en las competencias básicas para desarrollar habilidades inherentes al análisis, diagnóstico, liderazgo empresarial, trabajo en equipo y diseño y ejecución planes estratégicos que le permitan a la empresa ser competitiva, tener un posicionamiento representativo y enfrentar los retos que

se presentan en el mercado y ofrecer plena satisfacción al consumidor.

Perfil Ocupacional: El Profesional en Mercadeo Empresarial podrá desempeñar funciones en los siguientes cargos ocupacionales: Asesor empresarial de mercadeo, Gerente comercial, Gerente de mercadeo, Gerente de marca, Gerente de producto o línea de productos, Gerente de merchandising, Gestor de su propia empresa de servicios de mercadeo, Gerente de MYPIMES, Estratega de mercadeo.

Este artículo está enfocado a las carreras Profesionales con las que cuenta hoy "Unicuces" sin desconocer que también ofrece cinco Tecnológicas en: Gestión Contable y Financiera, Industrial, Gestión Empresarial, Sistemas y Computo, Mercadeo y Venta; y tres técnicas en: Procesos Empresariales, Producción Industrial y Secretariado Ejecutivo Sistematizado.



El viernes 26 de abril de 2010 se realizó en el auditorio de el Hotel Granada Real, el Seminario internacional desarrollado por la dirección de mercadeo y ventas de la CORPORACION UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR, el cual contó con la presencia del reconocido autor Franc Ponti.

Por: Carlos Felipe Castillo Becerra
Olga María Vásquez Chavarro

El pasado 26 de Abril del 2010 Franc Ponti, licenciado en humanidades estuvo en la ciudad de Cali - Colombia, dictando un seminario sobre la innovación empresarial dirigido a estudiantes y docentes. La Corporación Universitaria Centro Superior-Cuces coordinó la visita al país del conferencista y el evento se llevó a cabo en el salón de convenciones del hotel Granada Real.

Franc Ponti, es licenciado en Humanidades de la Universidad Oberta de Catalunya (UOC), realizó un diplomado en Psicología Empresarial y un Máster en Gestión Gerencial en la Escuela de Alta Dirección y Administración (EADA), y actualmente prepara su tesis doctoral sobre creatividad.

Especializado en áreas de negociación de conflictos, creatividad, innovación, desarrollo personal, equipos de trabajo y liderazgo. Se ha desempeñado por más de 20 años como docente

teniendo la oportunidad de impartir sesiones de formación de algunas de las más prestigiosas empresas españolas, como INDITEX, TV3 (Televisión de Catalunya), Ofiservice, Laboratorios Roche, TVE, MANGO, Henkel Ibérica, Catalunya Radio, Instituto Català de la Salute (ICS), Storopack, Bioibérica, Editorial Planeta y BSH Electrodomésticos, entre otras.

Es autor de varios libros entre los que se destacan "Pasión por Innovar" (2006), "No somos recursos, somos humanos" (2004), "Ampliando el pastel. Tres casos sobre la dinámica de las negociaciones" (2004), "¿Qué hace Buda en mi



empresa?" (2003), "Los caminos de la negociación" (2002) y "La empresa creativa" (2001) y este último los movimientos de la innovación.

Franc Ponti en el evento de la Corporación Universitaria Centro Superior habló sobre los siete movimientos de la innovación empresarial. Afirmaba que la innovación son cosas atractivas, que la creatividad es humana y el acto desarrollar ideas es de unos más que otros, tienen dos características: originalidad y aportación de valor. Destacaba que cualquier empresa puede desarrollar la innovación sin importar el tamaño, lo puede hacer desarrollando productos, reducción de costos, dando un buen trato a sus empleados y comercializar mejor los servicios.

Los siete movimientos de la innovación es un libro para mujeres y hombres que piensan que la innovación no es la "última moda", ni la idea descabellada de algún iluminado, sino un estilo de vida, una manera de hacer empresa. Ponti los destaca así:

Rumbo: saber a dónde queremos ir tener ideas claras objetivos y anhelos. **Equipo:** involucrar a todo el mundo con un objetivo determinado.

Cambio: incorporar el talento humano y dialogar con los clientes con, acción de cambios.

Tendencia: anticiparnos al futuro debemos estar pendiente de la competencia.

Creatividad: generar ideas hacer cosas a partir de la nada.

Proyecto: Crearlo para convertirlo en realidad.

Resultado: lo que se produce de la innovación.

BIENESTAR UNIVERSITARIO: BENEFICIOS PARA LOS ESTUDIANTES

ÁREA DE CULTURA:

Se realizarán talleres en:

- Danzas folclóricas
- Guitarra
- Manualidades (porcelanocrón, collares, etc.)
- Pintura al óleo
- Coro
- Cine Club
- Teatro
- Baile

Se realizarán eventos periódicos tales como:

- Café Converso
- Peña Artística y Cultural
- Exposición de manualidades
- Taller de Teatro



Lineas de investigacion:

En mercado responsable

Estudiar la relación entre las políticas responsables y efectivas de mercadeo y el éxito y la rentabilidad de las empresas. Considera factores como la gestión estratégica de las relaciones, la creación de canales de diálogo con todos los interlocutores, la ética de mercado, el mutuo beneficio empresa-sociedad desde la base del cumplimiento de un código ético en las relaciones empresa-clientes-proveedores-gobierno. Parámetros como la responsabilidad, la honestidad, el respeto y la dignidad hacen parte de una política de mercadeo que

promueve la buena reputación de las empresas, enclavándolas en un complejo social que las reconoce y las preserva dado su buen comportamiento ciudadano.

Seguimiento y control de la implantación del plan estratégico de responsabilidad social corporativa

Busca acompañar a un grupo focal de empresas en la implantación de un Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa, estableciendo procesos de seguimiento y control del mismo así como la medición de su impacto y el reconocimiento de su participación en la rentabilidad futura de la organización.



La Dirección de Proyección Social de la Corporación Universitaria Centro Superior concibe la práctica empresarial como una experiencia académica y pedagógica, parte de la formación integral, en la cual el estudiante combina su aprendizaje escolar con la realidad del contexto empresarial

Se visitaron las instalaciones del Centro Superior en donde se tuvo la oportunidad de dialogar con el Director de Proyección Social el Dr. Edward Henry Valdés y se le hizo una pequeña entrevista y estas fueron sus respuestas.

¿Cuál es el requisito primordial para que un estudiante acceda a la practica empresarial?

Que este cursando segundo semestre en cualquiera de los programas que brinda la universidad

¿Con cuantas empresas tiene convenio la universidad?

Actualmente contamos con 840 empresas a nivel regional y área metropolitana?

¿Cuánto tiempo ejerce la practica?

De 6 meses a un año dependiendo de las necesidades de las empresas.

¿Cuáles son las empresas con más solicitud laboral?

Bueno en el momento las más demandadas laboralmente son: Carvajal, Jonson & Jonson, Coomeva, Listos, Eficacia, Coca-cola, Bolsa de valores.

¿Ha recibido reconocimientos por parte de estas empresas?

Si efectivamente se han recibido certificados, estos certificados también han valido de apoyo para la certificación como universidad.

¿Esta labor es un proyecto de la universidad o un proyecto de ley?

Bueno esta labor nació a raíz del mandato de Álvaro Uribe que a principios de su gobierno implanto esta práctica para fomentar el empleo y que los estudiantes pusieran en funcionamiento sus conocimientos.

De igual manera hace parte de la responsabilidad social del Centro Superior y esta incluido en el plan estratégico y de servicios.

La Dirección de Proyección Social dirige, impulsa y desarrolla los programas de Educación Permanente, los proyectos de Consultoría y Asesoría, las prácticas empresariales de los estudiantes de los diferentes programas académicos y las relaciones con egresados. Esta función incluye el apoyo administrativo a los programas académicos en la ejecución de programas no formales, el fortalecimiento de la relación entre la Institución y el entorno empresarial industrial por medio de la oferta de programas y servicios, así como también, el fortalecimiento del Consultorio Empresarial como unidad prestadora de servicios extensivos al medio externo para que se convierta en una instancia generadora de servicios.

Esta Dirección esta al frente de los procesos que le permiten a la Institución estrechar los vínculos con la comunidad y el sector empresarial.

Ecologismo: Una actitud cultural



Antes de escribir sobre este tema estuve recordando que una vez por allá en 1994, a mitad del año con un grupo de amigos universitarios que habían formado un grupo ecológico de nombre Zicuani...

...y donde algunas semanas atrás me habían invitado a que conformara su grupo, no tenía idea del cambio que positivo que iba a ver en mi. La verdad

yo realmente no encontraba mucho interés con respecto a la ecología, sobre las reforestaciones, la recuperación de la capa de ozono, el reciclaje y todas aquellas maneras de prevención ambiental, porque tal vez lo veía muy lejos. Pensé que yo no alcanzaría a ver las consecuencias de los trastornos causados por nosotros mismos en el medio ambiente y

aun más a nivel mundial. Pero de no ser por aquella mañana del 94 que habíamos quedado en reunirnos en la loma de la cruz, donde la misión sería hacer una caminata desde ese punto, yendo por toda la calle quinta con nuestras camisetas emblemáticas y el logotipo de Zicuani (una hormiga obrera llevando una hoja) por cada vez que viéramos a una persona ti-

rando cualquier tipo de objeto al piso, le pediríamos con voces de suplica que lo recogiera y llevara a botar en el primer bote de basura que viera o que simplemente lo botara al llegar a su casa, además se le explicaría las consecuencias de su hecho, prácticamente ese era el plan hasta llegar a Unicentro y finalizando en la Universidad del Valle. Cada semana lo hicimos durante un periodo de tiempo que no recuerdo, se que no me hizo convertir en un amante de la tierra al 100% pero por lo menos sigo haciendo mi parte y algunas veces me he permitido hacer el cambio en otras personas. El problema principal es que seguimos siendo unos cuantos en una ciudad que cada vez sigue creciendo.

Por esta razón he querido usar este medio para dar una vez más mi granito de arena y así poder captar la atención de unos cuantos más que ayuden a mejorar nuestra apreciada ciudad de Cali. Como dije anteriormente no pensé que hoy en día iba a ver los alcances de nuestra despreocupación por el medio ambiente o es que últimamente no han visto las noticias, los grandes incendios forestales que están ocurriendo, inundaciones por todo el mundo, reactivación de volcanes que se decían estar en calma, los tsunamis, tornados, huracanes y terremotos son más frecuentes hoy en día que en otros tiempos.

Todo esto está ocurriendo por un solo motivo, el no querer creer sobre lo que estamos viendo y oyendo, como no nos está ocurriendo en Cali, como tenemos otras preocupaciones que no nos permiten ver el futuro que les espera a la siguiente

generación, una generación que tal vez sea uno de sus hijos o futuros si aun no los tiene.

Pero no quiero decir, ni invitar a que se atenen a los árboles o que hagan huelgas de tipo ambiental, ni siquiera que se unan a cualquier tipo de entidad que vaya en contra de algún acto que atente contra la naturaleza del medio ambiente e inhumana como la de matar delfines u otros ejemplos, ni siquiera que dones millones para apoyar a dichas entidades. Lo único que quiero es que un fin de semana salga con su esposa e hijos, su novia o su grupo de amigos y plante un árbol para que en el futuro provea de un mejor aire. Vayan a talleres sobre cómo hacer papel reciclable, qué hacer con el desperdicio orgánico, etc. En Google encontrara páginas para hacer en familia experimentos guiados y controlados o en Youtube encontrará videos que les explicarán paso a paso los procesos para hacerlos también. Y para los más activos, les invito a que hagan un grupo de cuatro o cinco personas, pueden utilizar una camiseta que sea del mismo color para que les identifiquen y vayan a hacer limpieza en su barrio, en sus parques o porqué no hacer lo que yo hice en 1994, eso sí primero indaguen todo lo relacionado con los plásticos, latas, vidrios, etc. Que daños trae al medio ambiente y que beneficios controlados también.

Nosotros hacemos el cambio, implantamos una nueva cultura, una nueva actitud que se irá esparciendo con el tiempo y la dedicación, se que el cambio no será inmediato

ni a gran escala, pero por lo menos a mediano plazo podremos ver a Cali más limpia y civilizada, como era antes y aun mejor. Y algún día veremos virtuosos que harán aun más de lo que ya hoy hicimos.



CONTAMINACIÓN EN LOS RÍOS DE CALI

Los principales ríos de la ciudad están afectados por basuras, desechos tóxicos, aguas residuales y la deforestación, eso es muy delicado ya que los niveles de agua están bajando por causa del fenómeno del niño, muchas personas no se percatan y por tal motivo contaminan los afluentes, esto es perjudicial para la comunidad por que unos años mas adelante la ciudad se afectará, por tal motivo se deben realizar estrategias de información y educación para todos los ciudadanos de lo importante que es tener los ríos limpios.

El río Cali es uno de los principales afectados, este panorama es muy desalentador, pero también lo ha sido para los otros afluentes de la ciudad (Cali, Pance, Cañaveralejo, Lili, Meléndez y Aguacatal).

Un ejemplo muy claro es, la zona protectora del río Pance ha sido ocupada ilegalmente con más de medio millar de edificios de viviendas, negocios, sitios recreativos y clubes, lo cual amenaza al tradicional río

Todo ello ha sido una forma de alerta para las autoridades ambientales caleñas, las cuales ya investigan medidas efectivas para garantizar el vital líquido por muchos años más.

La contaminación de los ríos es delicada en la ciudad; por tal motivo hay que descontaminarlos para evitar que al río

Cauca le lleguen más sustancias nocivas que afecten la planta de tratamiento.

Las basuras y escombros tienen 'inundadas' las orillas de muchos de estos ríos. Las aguas lucen turbias y, en muchas ocasiones, desprenden olores desagradables. La comunidad dice que persona inescrupulosa arroja bultos de residuos de todo tipo a los ríos, sin que nadie les diga nada.

El río cauca

Es uno de los más importante de la región y el más afectado en el momento, este recibe una gran carga de sustancias contaminantes que provienen del Canal CVC Sur. Igualmente, su cauce es receptor de basuras y desechos tóxicos. Lo más preocupante es que el río suele ser navegado constantemente por pescadores que habitan cerca a esta zona y que una gran parte de la ciudad se abastece de estas aguas, todo esto proviene de navarro. En las orillas de este, se acumulan montañas de basuras. Los fétidos olores que desprenden, también hacen parte de la contaminación que afecta el entorno.

Por tal razón a la capital del Valle del Cauca le corresponde aportar buena parte de los recursos que establece el Conpes, el cual ya esta aprobado, para devolverle la vida al segundo río más importante del

país. Como dice Leyla Rojas, viceministra de aguas, "el que contamina, paga".

Río aguacatal

Además de recibir un sinnúmero de residuos y bolsas llenas de escombros, el caudal de este de este río se esta secando.

Río Cali

En el oeste de la ciudad, las orillas del río están inundadas de escombros y basuras.

Río Cañaveralejo

A la altura de los barrios Belisario Caicedo y la urbanización El Coliseo, en el sur de Cali, están afectadas por escombros y mucha basura. Los vecinos dicen que personas inescrupulosas arrojan bolsas llenas de residuos a las orillas del río, sobre todo en horas de la noche.

En conclusión los ríos son muy importantes para la sociedad, por tal motivo se debe de estar pendiente de que estos no se vean afectados por escombros, basuras, aguas residuales entre otros, los ciudadanos deben de tener sentido de pertenencia por los recursos naturales ya que estos son indispensables, y mas a hora con los cambios climáticos que azotan a la ciudad, ya que esto conlleva a que los ríos, árboles, animales, y demás están por desaparecer o extinguirse



En los últimos tiempos se ha desarrollado una necesidad de protección hacia el medio ambiente, resultado de alta contaminación que se está generando por muchos procesos productivos sin control, el cual desechan residuos al medio, la misma sociedad en su afán de vida diario contamina con vehículos, y la mala distribución y/o disposición de residuos (Basuras), y como es claro que la sociedad no está dispuesta a cambiar sus hábitos de consumos o consumir menos, se aplican

estrategias de Marketing ecológico, como un conjunto de técnicas destinadas a diseñar y/o fabricar productos menos perjudiciales al para el entorno natural, logrando la armonía entre tres partes fundamentales: Consumidos, Empresa y Medio ambiente, y cuyo enfoque básico es conseguir que la calidad del medio ambiente no se vea afectada negativamente por las decisiones de Marketing;

Es importante aclarar que los objetivos de Marketing de una

compañía no deben contrastar ni deben enfrentarse contra los objetivos económicos ni financieros, por el contrario los objetivos de Marketing ecológico deben ser una carta de presentación o una puerta para futuras negociaciones, ya que en la actualidad hay muchas normas que ya regulan estos procesos hasta el punto de penalizar a las organizaciones que no trabajen en pro del medio ambiente, es por esto al marketing ecológico se de debe ver como una oportunidad de mejorar las condiciones ambientales para las generaciones futuras, sin dejar de ser además una oportunidad de negocio.

Pensando en estos tres componentes se tiene:

1. Direcccionar al consumidor:

El reto del marketing es transformar los hábitos del consumidor, logrando que este base sus acciones de compra en el cuidado del medio ambiente, que se logra con la educación e información de las consecuencias de sus hábitos actuales, así como mostrar las posibles alternativas de solución; el consumidor de entender cuales son las principales causas y fuentes de contaminación, así como cuales materiales y/o elementos causan mayor efecto al medio, para poder de esta forma entrar a trabajar en ellos, ya sea desde racionalizar su uso hasta la disposición final de los mismo.

2. Reorganizar la empresa:

Se hace necesario el desarrollo de un Marketing Ecológico interno, en busca de una cultura empresarial basada en la preocupación por el medio ambiente, cultura que debe ser aceptada por los trabajadores de la empresa a todo nivel, operarios, directivos, proveedores; es muy importante que el nivel operativo enfoque dentro de sus objetivos estratégicos, objetivo de Marketing Ecológico, ya que estos son los que dan la dirección a la empresa, llegando a pensar en tecnologías limpias, Reutilización, reciclaje, racionalización, etc, esta dirección debe tener muy claro que todo lo que llegue al mercado producto de su actividad económica sin dejar de lado la parte comercial, no debe afectar el medio ambiente y se piensa entonces en empaques biodegradables, etc, resaltando que un producto es ecológico, no solo porque cumple con características físico químicas que no afectan el medio ambiente, hay que revisar entonces toda la cadena de valor desde la materia prima y todo el proceso productivo, ya que el producto final puede cumplir pero los procesos como tal son contaminantes o causan un deterioro o daño al medio ambiente.

3. Marketing Ecológico y la política de precios.

Para el Marketing ecológico se debe además fijar un precio que refleje la estructura de costos de la empresa, una vez incluidos todos los costos de ecológicos derivados de la fabricación del producto.

La decisión de marketing es la estrategia de precios a seguir contra la competencia, ya que

este; una estrategia puede ser la de fijar precios por encima de la competencia, ya que la compañía soporta unos costos superiores por la internacionalización de los costos medioambientales, por otro lado es muestra de calidad, unos precios iguales al de la competencia podría generar confusión hasta deteriorar la imagen del producto, ya que el precio puede representar un canal de información sobre la calidad del producto al consumidor; Lo contrario a lo anterior, un precio superior puede generar rechazo del producto y pérdida de ventas, ya que el consumidor no está dispuesto a hacer un sacrificio económico para adquirir productos ecológicos, es por esto que se debe fijar un valor de precio como límite superior que incluya los costos de lo Ecológico pero que no afecte los volúmenes de ventas, que se ajuste al poder adquisitivo del consumidor.

4. Estrategia de distribución:

Los sistemas de distribución deben permitir colocar el producto terminado al consumidor en tiempo, cantidad, calidad deseada, a un costo mínimo, debe además:

-Minimizar el consumo de recursos escasos y la generación de residuos durante la distribución física del producto (Transporte, almacenamiento y manipulación).

-Incorporar el impacto medioambiental causado como una variable más en el proceso de distribución.

5. La política de la comunicación:

La política ecológica de comunicación debe buscar:

- Educar medio ambiente

almente a todas las partes interesadas, trabajadores, directivos y consumidores.

-Crear responsabilidad medioambiental de tal forma que se generen mayores volúmenes de ventas

La comunicación Ecológica se puede hacer de varias formas, sin embargo las más apropiadas son por medio de las relaciones públicas, el cual dan mayor credibilidad y también se puede hacer por medio de certificaciones ISO que garantizan el cumplimiento de unos estándares, enfocados a lo ecológico.

-Se concluye que el marketing ecológico parte de la hipótesis de que se puede llegar a la satisfacción del cliente, generando beneficios económicos a la empresa sin afectar negativamente al medio ambiente.

-El marketing Ecológico interviene en toda la cadena de valor de una compañía, desde la consecución de materia prima, producción y distribución de los productos.



Unicuces y Fundamor: trabajando por los niños



Es una Institución sin ánimo de lucro que desde 1992 está trabajando en favor de los niños, niñas y adolescentes que se encuentran en alto riesgo socioeconómico y son portadores del virus del VIH/SIDA, brindándoles atención y protección integral en salud, educación, vivienda, nutrición y recreación dentro de sus instalaciones en la sede campestre en La Viga Pance de la ciudad de Cali.

EL principal interés es el ser humano, su crecimiento y encuentro con sus valores, porque la Fundación es un lugar de conciencia y sanación, no solamente del cuerpo, sino también del alma.

Al igual que el plan padrinos, que es un programa donde personas y empresas pueden establecer vínculos afectivos con uno o más de los niños

Gracias a sus padrinos, a ellos se les garantiza la satisfacción de sus necesidades básicas: salud, educación, atención psicológica, odontológica, nutricional y logran estar protegidos y felices en un ambiente de comprensión y sobre todo de amor Hay dos formas:

Plan padrino educativo; en este programa el interesado estará aportando de manera directa a la formación Educativa de un niño en especial desde \$80.000 mensuales. Este obtendrá información del proceso realizado al niño que le brinda la ayuda.

Plan padrino fondo común; en esta se realizan aportes desde \$10.000 en adelante y están destinadas a la alimentación y demás necesidades a todos los niños en general.



UNICUCES apadrinó a Fundamor desde el año 2008, con el fin de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los niños a través de actividades realizadas en las instalaciones de la Universidad tales como la exhibición y venta de las galletitas.

Socialmente responsable



En un mundo globalizado, cambiante y exigente donde se hace necesario la satisfacción de las necesidades y expectativas de la sociedad y de quienes se benefician de la actividad comercial de la organización, es de vital importancia entender e involucrar el concepto de responsabilidad social empresarial.

Una organización consciente de las expectativas de sus clientes no dudará en incluir en su camino este concepto. Acogiendo una actitud de mejora continua, un modelo de trabajo; acrecentando su competitividad y cumpliendo con las expectativas sociales, éticas, económicas y ambientales de todos aquellos involucrados en ellas.

La responsabilidad social empresarial se basa en el compromiso, la participación y la construcción de una cultura de autorregulación. Sabiendo que al implementar procesos de responsabilidad social se generaran beneficios en la organización, tales como: aumento de la productividad, fidelidad de los clientes, confianza, una imagen positiva, disminución de los riesgos operacionales, entre otros.

La importancia de la RSE reside en la nueva forma de gestión, en observar que más que importante, es necesario; que se deba comprender el rol a cumplir como individuo, frente a la sociedad y con una organización que involucre en sus actividades económicas beneficios sociales y ambientales, en busca de generar ayudas al medio ambiente, la comunidad, el público tanto interno como externo, siendo socialmente responsables con todos los componentes.

Es de recapacitar que no solo se debe tener en cuenta el hecho de operar en un mercado cambiante y competitivo, sino de tener presente el cambio de la sociedad: consumidores más informados, empleados más exigentes, por lo tanto no solo se trata de hacer, sino de hacerlo bien, aplicando procesos y gestiones que busquen generar rentabilidad pero al mismo tiempo que cada individuo se desarrolle como persona siendo socialmente responsable, beneficiando a la empresa, en el campo donde actúa y la sociedad en general.

Tal como decía uno de los padres del marketing moderno: "No hay empresas exitosas en comunidades deterioradas" Peter Drucker.

Reciclaje

El reciclaje es un proceso que consiste en someter a un proceso fisicoquímico o mecánico a una materia o un producto ya utilizado a un ciclo de tratamiento total o parcial para obtener una materia prima o un nuevo producto. También se podría definir como la obtención de materias primas a partir de desechos, introduciéndolos de nuevo en el ciclo de la vida y se producen ante la perspectiva del agotamiento de los recursos naturales, macro económico y para eliminar de forma eficaz los desechos.

La cadena de reciclado posee varios eslabones:

Origen: puede ser doméstico (RSU) o industrial (RSI).

Recuperación: que puede ser realizadas por empresas públicas o privadas, consiste únicamente en la recolección y transporte de los residuos hacia el siguiente eslabón de la cadena.

Plantas de transferencia: se trata de un eslabón voluntario o que no siempre se usa, aquí se mezclan los residuos para realizar transportes mayores a menor coste (usando contenedores más grandes o compactadores más potentes).

Plantas de clasificación o separación: donde se clasifican los residuos y se separan los valorizables.

Reciclador final o planta de valorización: donde finalmente los residuos se reciclan (papeleras, plásticos...), se almacenan (vertederos) o se usan para producción de energía (cementeras, biogás, etc.).

Para la separación en origen doméstico se usan contenedores de distintos colores ubicados en entornos rurales o urbanos:

Contenedor amarillo (envases): en este se deben depositar todo tipo de envases ligeros como los envases de plástico (botellas, bolsas, bandejas, etc.), de latas (bebidas, conservas, etc.).

Contenedor azul (papel y cartón): en este contenedor se deben depositar los envases de cartón (cajas, bandejas, etc.), así como los periódicos, revistas, papeles de envolver, propaganda, etc., es importante plegar las cajas para que ocupen el menor espacio en el contenedor.

Contenedor verde claro (vidrio): esencialmente se usa para depositar aquí el vidrio.

Contenedor verde oscuro: en él se depositan los residuos que no tiene cabida en los grupos anteriores, fundamentalmente



residuos biodegradables.

El reciclaje tiene tres consecuencias ecológicas principales:

Reducción del volumen de residuos y por lo tanto de la contaminación que causarían (algunas materias tardan decenas de años e incluso siglos en degradarse).

Preservación de los recursos naturales pues la materia reciclada en gran parte se reutiliza.

Reducción de costes asociados a la producción de nuevos bienes, ya que muchas veces el empleo de material reciclado reporta un coste menor que el material virgen (como el HDPE reciclado o el cartón ondulado reciclado).

Cuidado del medio ambiente

En Casa

- Cambia los focos comunes por lámparas fluorescentes, ahorrarás 60% de energía y evitarás emanar al menos 136 kilos de dióxido de carbono al año. Y si cada familia de un país hiciera esto, se reduciría más de 90 billones de kilogramos de CO₂.

- Para quienes usan termostato, ponerlo 2 grados más bajo en invierno y 2 grados más alto en verano evitaría al planeta más de 900 kilos de CO₂ al año. Limpiar o reemplazar los filtros de los calefactores y del aire acondicionado evita 150 kilos de CO₂ al año.

El agua en ti

- Es preferible ducha antes que baño, ahorras 7 mil litros al año. Mantén la ducha abierta solo el tiempo indispensable.

- Mientras te enjabonas, podrías cerrarla. Para lavarte los dientes, usa un vaso para el agua del enjuague.

En agua en lo demás

- Lava los alimentos en un recipiente, no con el agua corriendo. Así, el agua que queda puedes usarla para regar las plantas, por ejemplo. También puedes usar el agua con la que herviste los alimentos.

- No uses la lavadora para pocas prendas, úsala cuando este llena. Lo mismo con el lavavajillas, si tienes uno.

- No tires hisopos, pape-

les, colillas de cigarro, compresas, tampones ni preservativos. Eso va al mar y no es biodegradable.

- Repara las fugas de agua. Solo 10 gotas de agua por minuto son 2 mil litros de agua desperdiciada al año.

- ¡Reutiliza parte del agua de la lavadora! Si tienes que limpiar el piso, los baños, la acera de enfrente, ahí tienes un buen recurso.

- No tires el aceite por el fregadero. El aceite flota, y es difícil de eliminar.

- No ensucies el mar.

- Riega los jardines con agua no potable. La última hora de la tarde es la mejor para regar, ya que evita la evaporación.

- Usa menos agua caliente. Se gasta mucha energía al calentar agua. Si evitamos usar agua caliente para bañarnos y no usamos agua tibia para lavar ropa, evitaremos al planeta 385 kilos de CO₂ al año.

- Tender la ropa al sol en lugar de usar secadora evita más de 300 kilos de CO₂, y en solo 6 meses.

Electrodomésticos:

- Apaga los electrodomésticos que no usas. Si apagas la TV cuando no estás mirando, la computadora cuando no la estas usando y los demás artefactos que no usas, evitarás emanar a la atmósfera 18 MILLONES DE TONELADAS de CO₂ al año.

Desechos orgánicos

- Compra comida fresca y no congelada. La comida congelada necesita 10 veces más energía que la fresca.

- Come menos carne.

El metano es el segundo gas más contaminante y las vacas son los más grandes emisores de metano. A más consumo de carne, más demanda de vacas. A más vacas, más metano en el ambiente. O sea, las vacas también contaminan.

- Separa la basura en orgánica e inorgánica.

- Usa papel reciclado. Si compramos productos de papel, de preferencia que sean reciclados. Consume 90% menos de energía el hacerlos y previene la deforestación.

- Usa el papel por ambas caras, saca solo las copias necesarias y reutiliza sobres, cajas, etc. No derroches servilletas, pañuelos, papel higiénico ni otros.

- Una bolsa de plástico tarda 1000 años en biodegradarse. Si vas a comprar, mejor es que lleves una bolsa de tela o de papel reciclado.

- Siembra un árbol. ¿Quieres contribuir con tu granito de arena en el cuidado del medio ambiente? Siembra un árbol. Un simple árbol absorberá una tonelada de CO₂ a lo largo de su vida.

- Al reusar cajas de cartón o envases de papel, contribuyes a evitar la tala de árboles. Por 100 Kilogramos de

papel se salvan 7 árboles.

- USA PILAS RECARGABLES. Una pequeña batería desechable (una pila AA) contamina más de 600 MIL litros de agua. Una pila recargable puede sustituir hasta 300 desechables. Si usas pilas desechables, no las tires al río ni al inodoro, ni las quemes, ni las entierres ni las tires en la calle. Mejor ponlas en los recolectores designados.

- NO USES PVC, contamina demasiado y no es reciclable.

Transporte

- Pasear en bicicleta. ¿Tienes que ir a visitar a un amigo y su casa no queda muy lejos? Camina. Y si no quieres caminar, usa la bicicleta. Es limpia, saludable y protege al medio ambiente. Solo recorriendo 16 kilómetros usando estos medios cada semana, ya estas eliminando 226 kilogramos de CO₂ de la atmósfera.

- Mantener tu auto en buen estado mejora la eficiencia del combustible y reduce la emisión de contaminantes. Si solo el 1% de los vehículos se mantuvieran en buen estado, se evitaría 453 MILLONES de kilos de CO₂ al año. Revisar el estado de las llantas puede evitar 9 kilos de CO₂ al ambiente.

Si solo el 1% de los vehículos se mantuvieran en buen estado, se evitaría 453 MILLONES de kilos de CO₂ al año. Revisar el estado de las llantas puede evitar 9 kilos de CO₂ al ambiente.



Tú también puedes contribuir

No esperes a que alguien más lo haga, empieza tú mismo, pon tu granito de arena para ayudar al planeta.

1. Utiliza focos fluorescentes, ahorradores de luz.
2. Apaga la luz si no estás utilizándola.
3. Al terminar de cargar tu celular u otros aparatos, desconecta el cargador, así como aparatos de tv, DVD, cualquiera que no esté en uso, ya que aunque no lo tengas encendido siempre consumen electricidad.
4. En la oficina o colegio apaga el monitor de la computadora.
5. Al lavarte las manos, cepíllarte los dientes o bañarte no consumas tanta agua, apaga el chorro si no lo utilizas.
6. Si vas a la tienda o lugar cercano ve caminando.

7. Prefiere un auto pequeño, que consuma menos combustible mejor aun, un híbrido.

8. Recicla, papel, vidrio, aluminio, plástico.

Ten en cuenta que hay empresas que se dedican a ello, van a domicilio sin cobrar por ello. También hay empresas que ofrecen servicio de luz con energía solar.

9. Muy importante siembra un árbol, también plantas con hojas frondosas estas ayudan a eliminar el dióxido de carbono.

10. Utiliza cuadernos y hojas hechos con papel reciclado.

11. Cuando vayas de compras reflexiona y piensa si es necesario, piensa como afecta el medio ambiente y a los seres vivos, por ejemplo: un abrigo de piel, una concha de caracol de mar, algo importado.

12. No utilices aerosoles.

CÓMO SEPARAR LAS BASURAS

Debes separar la basura en 6 diferentes secciones: vidrio, botellas de plástico, papel y cartón, plástico y metal, orgánica (todo tipo de comida), y otros.

1. Papel y cartón (papel, revistas, folletos, etc.): que no esté manchado de grasa.
2. Botellas de plástico (no de productos químicos)
3. Plástico y metal (latas, tetra pack, cartón cereal, botellas de detergente, 4. Vidrio
5. Otros: basura en general. (Envolturas de frituras, dulces, comida, entre otras).
6. Si tienes basura orgánica puedes realizar composta, o bien júntala en la sección de otros.

Aspecto importante: Ambiente Laboral

El ambiente laboral es aquel que vivimos todos los seres humanos en el trabajo cotidiano, en donde existe una relación entre empleador y trabajador, de acuerdo con la manera de trabajar y de relacionarse los unos a los otros ya sea interactuando con la empresa, con la tecnología que se utiliza o bien sea la labor que ejerce cada uno.

Para que haya un mejor ambiente laboral se debe contar con una buena intención por parte de los jefes o la alta dirección de una organización, ya que ellos son los que deben dar la iniciativa y proporcionar ideas y técnicas precisas para que de un buen resultado, toda empresa debe de brindar a sus trabajadores un buen clima laboral ya que de esto depende el buen funcionamiento de la organización.

¿COMO TENER UN BUEN AMBIENTE LABORAL?

•Debe de existir una independencia por parte del trabajador para realizar sus tareas, a esto se le llama independencia laboral y favorece al buen clima el hecho de que cualquier empleado disponga de toda la independencia que es capaz de asumir.

•Para que haya un buen ambiente laboral y los empleados se sientan a gusto debe de contar con unas características óptimas de acuerdo a las instalaciones tales como: iluminación, ausencia de ruido, el espacio de libertad, ubicación acorde a su cargo y recursos entre otros.

•Debe de existir una buena relación entre los líderes y sus colaboradores, un buen trato acorde para cada trabajador genera un clima positivo para la empresa.

•Se debe establecer relaciones entre los diferentes trabajadores, que exista una buena comunicación, colaboración, compañerismo, confianza ya que todo esto se refleja en la calidad de servicio que se presta y es percibida por los clientes.

•Los empleados deben tener un grado de entrega con su empresa, esto permite que desarrollen un buen trabajo.

•Si hay una buena organización de trabajo los procesos de producción van hacer mas eficaces, esto permite que los trabajadores no trabajen por inercia o por las urgencias del momento

•Las empresas deben de tener un sistema de reconocimiento para con sus trabajadores, esto permite en algunos casos a que haya un espíritu combatido entre los trabajadores, por ejemplo estableciendo premios mensuales o anuales para los mejores.

•Debe de existir la igualdad entre los miembros de una empresa ya que es un valor que mide si todos son tratados con criterios justos.





Convivencia Universitaria

Generalmente el proceso por el que pasan los estudiantes al ingresar a una institución universitaria es de una adaptación forzosa ante todo cuando estos han salido recientemente del bachillerato.

Las políticas, los tipos de evaluación, nuevos compañeros y la libertad que brinda la universidad son los nuevos desafíos que deben confrontar los recién ingresados, estos aspectos generan unión en los grupos recién ingresados a la universidad; los "primiparos" como se les suele llamar a los nuevos, afrontan retos personales y expectativas por satisfacer, pudiendo generar impulsos para continuar o por el contrario, si las expectativas tanto educativas, de convivencia o de docencia no son suplidas, pueden llevar a que el estudiante no se sienta cómodo y decida retirarse.

Respecto a cada grupo, internamente, desde un comienzo se establecen los grupos de amigos, basados simplemente en afinidades lo cual en la gran mayoría de casos, estos grupos terminan por disolverse, los estudiantes también se dan a conocer por sus aspectos personales haciendo referencia a los estudiosos, haraganes, recocheros ó muy serios; es-

tos aspectos personales pueden llegar a marcar notoriamente el desempeño de cada uno.

Los valores de los estudiantes también influyen drásticamente en su desempeño personal en cada semestre cursado; la convivencia estudiantil es un aspecto complicado ya que esta se debe manejar con diplomacia. Es muy importante mantener las buenas relaciones ya que se debe tener en cuenta que dichos lazos sociales serán generados durante largos periodos de tiempo y nunca se sabe cuando se necesita el uno del otro.

Es importante por esta razón, comprender que cada uno de nosotros somos diferentes, vemos la vida desde distintos puntos y siempre tenemos prioridades diferentes a las de nuestros compañeros, el ayudarnos, apoyarnos.

Comprendernos entre nosotros debe ser una prioridad y una meta de cada grupo, debemos tener en cuenta que la competencia empieza después de habernos graduado, antes de esto estamos para salir adelante y para hacer grandes amigos.



El Respeto

Respeto, valor principal en una sana convivencia moderna como la nuestra, rompe en la actualidad todos los esquemas pedagógicos orientados a formar alumnos con valores morales y sociales que le permitan integrarse plenamente a la comunidad.

Profesores, padres de familia, organizaciones sociales y uno que otro estudiante han manifestado que ha bajado el nivel de respeto de la dignidad humana, la tolerancia y la solidaridad. Dentro y fuera del salón de clases han sucedido hechos desconcertantes de violencia reprimida, tanto entre ellos mismos como a sus profesores y autoridades jerárquicas, esta actitud nunca se pensó constante y reiterativa.

La realidad es otra.

Es necesario tomar medidas, proyectar objetivos a corto, mediano y largo plazo, para que haya una mejor convivencia, mejorar las relaciones interpersonales que permitan garantizar la armonía y la paz.

Estas medidas deben venir desde los hogares, iniciando con diálogos entre hijos y padres, fortaleciéndolas con amor, tolerancia, comprensión y disciplina, ya que amor sin disciplina se convierte en alcahuetería y disciplina sin amor se convierte en despotismo, que haya libre expresión de opinión entre los alumnos y sus mayores jerárquicos. Dentro de las universidades, crear espacios de libre pensamiento, centros de conciliación dirigidos

por psicólogos o profesores conciliatorios, que las clases sean más debates conciliatorios y expresión de opiniones, tanto de los alumnos como de sus profesores y no tanta memoria, que sean amenas, eficientes, fructíferas, provechosas, que cada clase sea de dos horas haciendo un descanso en intermedio de cinco minutos, así mantienen la atención nuestros jóvenes y no se produce el cansancio mental, las clases se vuelven amenas, eficientes y motivadoras.

Alba Lucia Gómez G. – Abogada y Orientadora Familiar U. Libre de Cali

El ambiente y equipo de trabajo como gestor de una mejor calidad de vida

Hoy día, son muchas las empresas que tienen planteado en sus objetivos principales incrementar el desarrollo pleno de las personas y la educación continua de la fuerza de trabajo, con el fin de lograr cambios en el ambiente laboral; el factor causante de este giro en las organizaciones ha sido la globalización, puesto que a nivel mundial se ha generado continuos y acelerados cambios en las empresas, en el mundo y especialmente en los consumidores.

Lo anterior ha llevado a exigir a los empresarios niveles cada día superiores en materia de capacitación y asesoramiento que apliquen tanto en el ámbito profesional o laboral como en la vida personal.

Una de las estrategias que actualmente practican muchas organizaciones son las conocidas pausas activas con el fin de que el trabajador evite enfermedades y estrés, gracias a unos segundos de ejercicio o relajamiento muscular; otra estrategia son las capacitaciones del manejo del conflicto en el ambiente laboral, o salidas ludicas donde se integren todos los que conforman la organización; de igual forma hoy en día las organizaciones buscan el bienestar de sus colaboradores por lo que es muy común las jornadas de salud, prevención y belleza.

En el presente artículo se da respuesta a la duda que se genera a diario por parte de los

diferentes entes de las organizaciones a cerca del mejoramiento en la calidad de vida, preguntándose, ¿Las organizaciones como definen, mejora en la calidad de vida?; Según la psicóloga Maryluz ... para alcanzar calidad de vida en el trabajo, se requieren cambios dirigidos al logro de un puesto de trabajo saludable; con el objetivo de crear mejores condiciones para el desempeño de la actividad laboral y física; argumentando que de lo contrario se evidenciara un estado de estrés laboral, causante a su vez de una serie de síntomas que pueden afectar en nuestra vida normal y disminuyendo nuestra calidad de vida; por lo que es necesario controlarlo de una u otra forma.

En otros términos calidad de vida en el trabajo es una filosofía de gestión que mejora la dignidad del empleado, realiza cambios culturales brinda oportunidades de desarrollo y progreso personal.

Las organizaciones que implementan o velan por la calidad de vida en el trabajo, obtienen grandes beneficios, tanto para la organización como para los colaboradores, y se evidencia con, evolución y desarrollo del trabajador, elevada motivación, mejor desenvolvimiento en sus funciones, menos quejas, mayor satisfacción en el empleo, menos enfermedades por parte del trabajador,

crecimiento de la organización, entre otras.

Finalmente, es importante reconocer que las empresas que se preocupan por el mejoramiento continuo en la calidad de vida de sus trabajadores; por lo general son empresas en donde se reconocen el talento individual y el equipo de trabajo van de la mano, el uno no aparece sin el otro; esta son las empresas que crecen gracias al buen habiente interno y que se refleja hacia el exterior.



Manejo del estrés

El estrés es un conjunto de alteraciones que aparecen en el organismo cuando se exige un rendimiento muy superior al normal. Suele afectar tanto la salud física como la mental, y sus resultados son muy perjudiciales

El estrés normalmente es desatado por el ritmo de vida agitado, sumado a las preocupaciones de índole, económicas, académicas, laborales y en ocasiones familiar. Cuando esta tensión llega a niveles elevados es la causante de alteraciones como depresión o ansiedad, nerviosismo, insomnio, falta de apetito sexual, fatiga y otros problemas de salud.

Sencillamente piense en esto: si usted tiene dificultades en su vida, como a casi todo el mundo le sucede, y por vivir tensionado se enferma, no considera que ¿eso sería complicar más la situación?

Si usted siente que el estrés deteriora su capacidad para trabajar o estudiar hasta veces dejar de disfrutar de los placeres de la vida, pida ayuda a su medico o a un profesional en salud mental, pero no le permita avanzar al punto que degrade su bienestar físico y emocional.

Asesorado Por: Vivian Milena Roldan.
Psiquiatra Univalle.
WWB Colombia

¡Recomendaciones para combatir el estrés!

•Ríete del estrés No es broma. Una buena carcajada tiene efectos positivos para la salud a corto y a largo plazo.

•Expresa tus sentimientos. ¡Deja salir tus emociones! Habla con tus amigos, llora, ríete, grita.

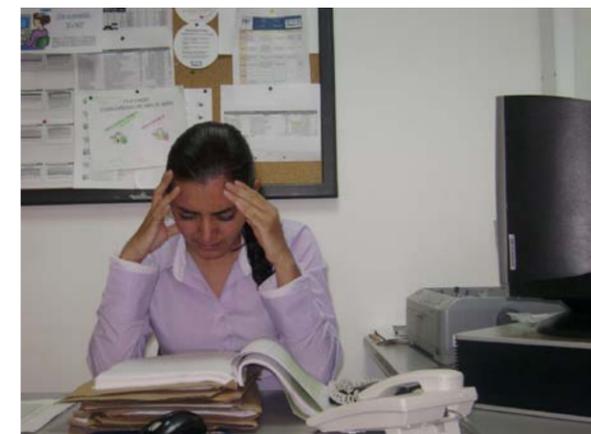
•Póngale limite a sus obligaciones, no pretenda hacerlo todo usted solo y en un día.

•Aliméntese bien y de forma balanceada, una buena nutrición aporta la energía para hacer frente a la jornada diaria.

•Practique ejercicio por lo menos cuatro días a la semana. Una caminata de 30 minutos es suficiente.

•Piense positivamente, no asuma cada contratiempo como si fuera el fin del mundo.

Encuentra tiempo para ti. Recuerda que no vale la pena anticipar las cosas que aún no han sucedido. El único momento real es el presente, así que disfrútalo y no sobrecargues a tu cuerpo y a tu mente con tantas preocupaciones. El estrés lo único que te causará, es más problemas.





Según el libro compendio del manual de urbanidad y las buenas maneras escrito por Manuel Antonio Carreño, la etiqueta y protocolo son el conjunto de reglas y costumbres que nos permite desenvolvemos adecuadamente en los diferentes ambientes. "Todos deberíamos de regirnos por un mismo principio y poner en práctica todos los buenos modales que nos abren las puertas hacia el futuro". Para empezar, aquí una de las cosas que se debe tener en cuenta al momento de ser invitados a una reunión social o simplemente para aplicarla en nuestra vida diaria:

La etiqueta en el comedor

Es importante saber cómo presentar los cubiertos en la mesa y también cómo usarlos. La regla principal a seguir para usarlos correctamente es saber que los más alejados del plato son los primeros en usarse, y que los más cercanos al plato son los últimos. Los tenedores siempre se colocan al lado izquierdo del plato y con los dientes hacia arriba. Las cucharas y los cuchillos van al lado derecho del plato. Los cuchillos deben llevar el filo hacia adentro y las cucharas se colocan con la parte cóncava hacia arriba. Si la mesa exhibe otras variaciones de tenedores y cucharas, o utensilios para mariscos, se debe recordar la regla de que estos estarán dispuestos en el orden en el que se van a usar, así evitará confundirse. Si hay duda, lo mejor es

seguirse por la anfitriona.

- Los cubiertos de postre
Estos se colocan al frente del plato grande, aunque en cenas muy elegantes, se dejan para traerlos en el momento de servir el postre. El tenedor del postre se coloca pegado a la parte superior del plato y con los dientes mirando hacia la derecha. La cuchara va encima del tenedor y con la parte cóncava mirando hacia la izquierda.

- Las copas
Se colocan en la parte superior y hacia el lado derecho del plato, comenzando de izquierda a derecha con la del agua (que se coloca junto a la punta del cuchillo), seguida por la del vino tinto, y por último la del vino blanco. Si se va a ofrecer champaña, esta copa se colocará entre la del vino tinto y la del vino blanco. Si sólo se va servir champaña entonces la copa de ésta se ubicará al lado derecho de la del agua. Si la champaña está destinada para acompañar el postre, esta copa se colocará detrás de las demás. La copa más grande es la del agua. A esta le sigue la del vino tinto, que es más baja y ligeramente redondeada. Finalmente viene la del vino blanco, que es aún más baja que la del vino tinto y ligeramente alargada. Una guía simple al colocarlas en la mesa es haciéndolo de forma escalonada, de izquierda a derecha, y de mayor a menor.

SOPA DE LETRAS CUCES

P	C	M	T	P	Ñ	E	W	Z	G	I	G	Q	G	F	P
R	O	N	Y	N	U	R	S	D	N	K	N	M	A	S	R
Q	N	S	P	O	Q	U	P	E	B	P	H	E	J	A	O
F	S	B	I	I	W	I	L	M	S	D	P	R	K	P	M
T	U	C	A	C	H	P	C	A	Y	K	B	C	R	O	O
P	M	X	S	A	I	M	Y	N	Z	O	P	H	L	I	C
W	I	Z	D	T	G	O	G	D	S	Z	S	A	D	U	I
Z	D	Ñ	F	N	F	V	N	A	W	D	R	N	V	Y	O
A	O	L	G	E	X	W	V	A	G	A	U	D	Q	T	N
V	R	K	K	M	Z	G	P	N	M	D	Y	I	C	E	W
F	J	Q	M	G	S	X	I	L	H	I	J	S	Z	W	Q
Q	H	W	H	E	T	D	D	K	O	S	E	I	U	Q	Y
L	F	P	Q	S	N	Q	W	M	N	E	X	N	L	I	E
M	E	R	C	A	D	E	O	A	R	C	G	G	T	Q	U
G	D	R	R	O	P	Q	R	T	Y	E	U	I	O	O	P
B	S	B	N	I	R	C	T	D	G	N	M	L	C	R	M

- Posicionamiento:** La forma en que queremos que un consumidor recuerde nuestra marca, compañía y/o producto o servicio.
- Merchandising:** Conjunto de acciones orientadas a la exhibición adecuada y oportuna del producto, con el propósito de incitar a la compra.
- Segmentación:** Es la definición precisa del mercado meta escogido. La división del mercado en grupos significativos de compradores.
- Consumidor:** Persona que compra productos de consumo.
- Branding:** La práctica de crear prestigio y gran valor a un producto con apoyo de marketing; dicha marca puede estar asociado o no al nombre de la empresa.
- Promocion:** Tarea de informar e influir en los consumidores para elegir un producto o servicio determinado
- Demanda:** Es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir dado un nivel determinado de precios.
- Necesidad:** Todo aquello que requiere o desea una persona para la conservación de la vida y cuya provisión causa satisfacción.
- Mercadeo:** Es la aplicación en conjunto de actividades de la empresa que orientan y dirigen el flujo de bienes y servicios del productor al consumidor, buscando utilidades para la empresa a través de la satisfacción del cliente y el usuario fina.
- C.R.M:** (Customer relationship management) Es la administración de las relaciones con los clientes. Un modelo de interacción más profunda entre vendedores y compradores, que busca aumentar los ingresos y las utilidades y abarca conocimiento mutuo, asesoría y administración de riesgos compartidos. Busca que la empresa se centre en los clientes.

MARKETING SUPERIOR



CORPORACIÓN
UNIVERSITARIA
CENTRO SUPERIOR

¡Siempre Superior!



Las opiniones expresadas en los artículos firmados son de estricta responsabilidad del autor y no reflejan necesariamente la posición de la facultad.
La reproducción total o parcial de los artículos debe llevar el nombre y crédito de la revista.

REVISTA MARKETING SUPERIOR
Una publicación semestral de la Facultad de Mercadeo y Ventas de la
Corporación Universitaria Centro Superior
www.cuces.edu.co