

Programa de Mercadeo Empresarial - No. 2 Diciembre de 2009

**MARKETING**  
superior

# 45 años

Corporación Universitaria Centro Superior

## Nuestros Programas

### Eventos 2009

segundo semestre



## Aviso publicitario



# Editorial

**T**erminamos el segundo semestre de 2009 y es un gusto para nosotros poder presentar la segunda 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 ensaña; 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,

**Oscar Arturo González Espitia**

Publicista, Esp. en Mercadeo

Editor y Coordinador de Proyecto

Docente Corporación Universitaria Centro Superior



19



**PROGRAMAS**

- Ingeniería industrial
- Ingeniería de sistemas
- Contaduría pública
- Mercadeo empresarial
- Administración de empresas

**EVENTOS**

- I Seminario internacional "Todo es personal"
- 45 años Cuces
- Productos de innovación continua
- Voluntariado universitario
- II Seminario internacional "Tu eres tu propia marca"
- XIII Encuentro de ciencia y tecnología.

**INFORMACIÓN COMERCIAL**

RECTOR  
Augusto Narvaez

DIRECTOR  
Gerardo Díaz Varela

EDITOR Y COORDINADOR  
Oscar Arturo Gonzales

REDACTORES  
 Anyela Jimena Lozano Grillo  
 Cristian Camilo Rubio García  
 Daniela Fernanda Herrera Mosquera  
 Hugo Aldemar Dorado  
 Lina Rocio Casilimas López  
 Carlos Felipe Castillo Becerra  
 Olga María Vásquez Chavarro  
 Leidy Joanna Figueroa  
 Constanza Jiménez Pereira  
 Natalia Jurado  
 Ruby Bautista  
 Luz Stella Silva Bata  
 Edwin David Castro Idrobo  
 Diego Alejandro Aguirre  
 Lorena Cárdenas  
 Luz Idalia Martínez

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN  
Alejandro Perea Materón  
enfoquecorporativo@yahoo.com

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

Aviso publicitario

# Ingeniería industrial

Ciclo Tecnológico: Tecnología Industrial



El programa de Ingeniería Industrial, de la Corporación Universitaria Centro Superior cuenta con una serie de materias que ayudan al estudiante a adquirir habilidades para desarrollar un excelente trabajo en cualquier área administrativa o de producción en la organización.

Por: Anyela Jimena Lozano G.

Ingeniería Industrial es un programa que permite trabajar en cualquier área de la empresa, además de ser una de las carreras más completas que hay en el mercado, básicamente esta consiste en desarrollar habilidades para lograr las metas, y así tener el enfoque de calidad total que se debe manejar, se aprenden

técnicas para lograr una buena administración y tener una mejor perspectiva de lo que se debe hacer en la organización. En este programa se ve materias como; administración, economía, finanzas, marketing, recursos humanos, algoritmos, estadística probabilidades, entre otros. Para la aplicación de este se parte desde los clien-

tes, y de un análisis de producto, donde nos daremos cuenta si es competitivo realmente y si es lo que el cliente quiere y necesita, de esta manera se aprende a cuestionar la estructura completa de la empresa.

Los estudios de Ingeniería Industrial se basan en una sólida formación técnica común, complementada con intensifi-



caciones que, dependiendo de la elección del alumno, profundizan el estudio de problemas técnicos específicos (de automática y electrónica, mecánica, electromecánica, materiales) y de organización industrial.

No obstante, en la formación del Ingeniero Industrial prima el carácter generalista, polivalente e integrador, así como el desarrollo de capacidades para aprender a resolver problemas de tipo técnico, organizativo y

de gestión que se presentan en cualquier empresa tanto de tipo industrial como de servicios.

El tecnólogo industrial de hoy que nos ofrece la Corporación Universitaria Centro Superior, es un profesional que desarrolla competencias, y está facultado para desempeñar cualquier cargo proyectado en el desarrollo de la industria, ya sea en cualquiera de las aéreas de la empresa.

El Ingeniero Industrial Jesús Antonio Peña director del programa de Tecnología Industrial de la Corporación Universitaria Centro Superior, respondió a las siguientes preguntas:

**¿Cuál es la importancia de la carrera en el mercado?**

JAP: Esta carrera está muy bien posicionada en el mercado, ya que ahora la gran mayoría de las empresas están en vía de desarrollo, por lo tanto podemos encontrar egresados y estudiantes de empresas como FACOL, PROPAL, TECNOPLAS, al igual que jefes de producción, administradores, entre otros.

**¿Por qué estudiar Ingeniería Industrial?**

JAP: Por la oportunidad de aprendizaje gerencial, de servicios productivos, gubernamentales o privados; además las oportunidades de trabajo son infinitas, "es una carrera muy completa".

**¿Cuáles son los requisitos para estudiar Ingeniería Industrial?**

JAP: Es muy importante saber de matemáticas, o al menos tener la disposición de aprenderla, colocarle lógica a los problemas, aplicar la división de

conjunto y ser muy observador. **¿Cuál es el perfil del Ingeniero Industrial de hoy?**

JAP: Es una persona que permanentemente debe estar actualizándose, debe tener también una excelente capacidad de análisis, toma de decisiones rápidas y ser creativo.

El estudiante de Ingeniería Industrial Miguel Valdez, egresado de la CUCES, jefe de producción de una pequeña empresa familiar nos contó el por qué escogió esta carrera, ya que además de estar informado sobre las metodologías nuevas, es un mar de conocimiento en un metro de profundidad, los Ingenieros Industriales son los únicos que están preparados con las herramientas para asimilar cualquier trabajo en cualquier área. (Los ingenieros hacen las cosas, pero los Ingenieros Industriales las hacen mejor). Dentro del marco general de las actividades de ingeniería, que tiene como objetivo la aplicación de técnicas científicamente contrastadas y basadas en una buena práctica profesional a la solución de necesidades del hombre. Es una carrera de muchas oportunidades.

Miguel Valdez, egresado de la CUCES y jefe de producción de una pequeña empresa familiar, nos contó porque escogió esta carrera y afirma que además de estar informado sobre las metodologías nuevas es un mar de conocimientos de un metro de profundidad. Los Ingenieros Industriales son los únicos que están preparados con las herramientas para asimilar cualquier trabajo en cualquier área.

Dr. Tulio Nel Benavides P.  
Director

# Ingeniería de sistemas

Ciclo Tecnológico: Tecnología en sistemas y computación.

INGENIERIA DE SISTEMAS en la CORPORACIÓN UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR, busca dar al estudiante amplios conocimientos para el desempeño e implementación de saberes en ciertos niveles profesionales con el fin de mejorar procesos de producción en las empresas y aplicar la tecnología como una ventaja competitiva.

Por: Cristian Camilo Rubio García

Con la carrera Ingeniería de Sistemas, CUCES brinda al estudiante una gestión organizacional e investigativa de altos niveles de ingeniería en las áreas de tecnología informática que les permitan enmarcarse dentro de los principios internacionales de competitividad. El Ingeniero de Sistemas adquiere

preponderante importancia como consultor, creador, y diseñador de soluciones con valor agregado, gracias a su activa presencia, la organización actual ingresa al escenario de la economía de la información generando progreso y desarrollo.

El programa de Ingeniería de Sistemas, ofrece a la sociedad tecnólogos e ingenieros en las

áreas de ciencias de la computación e informática con las competencias requeridas tanto el ejercicio profesional idóneo, ético, con pensamiento crítico y con capacidad de liderazgo y de investigación que le permitan promover el desarrollo tecnológico de las organizaciones en los ámbitos nacional e internacional.

Esta carrera ha desempeñado un papel importante en el desarrollo tecnológico del país; es así, como estos programas vienen aumentando su creación.

A continuación hacemos una entrevista al DR. TULLIO NEL BENAVIDES PEÑA, director de la carrera de Tecnología en Sistemas y Computación.

**La ingeniería de sistemas es una carrera que se desenvuelve en diferentes dominios y sirve de apoyo a las demás.**

**¿Cuál es la proyección de la carrera en el mercado laboral?**

TNBP: Con el desarrollo de la tecnología de la información, esta se ha convertido en un elemento esencial en la vida de las personas y las empresas, debido a que a través de esta tecnología se facilita la realización de tareas diarias entre las que se pueden mencionar: leer el periódico, realizar transacciones financieras, estudiar, hacer operaciones comerciales, tomar decisiones gerenciales, etc. Para soportar esto es necesaria toda una infraestructura, que es mantenida y desarrollada por los profesionales de sistemas ó informática. En conclusión mientras más tareas de la actividad humana y empresarial estén basadas en las tecnologías de la información, mas profesionales de informática serán necesarios.

**¿Qué estrategias o pautas debe tener un profesional**

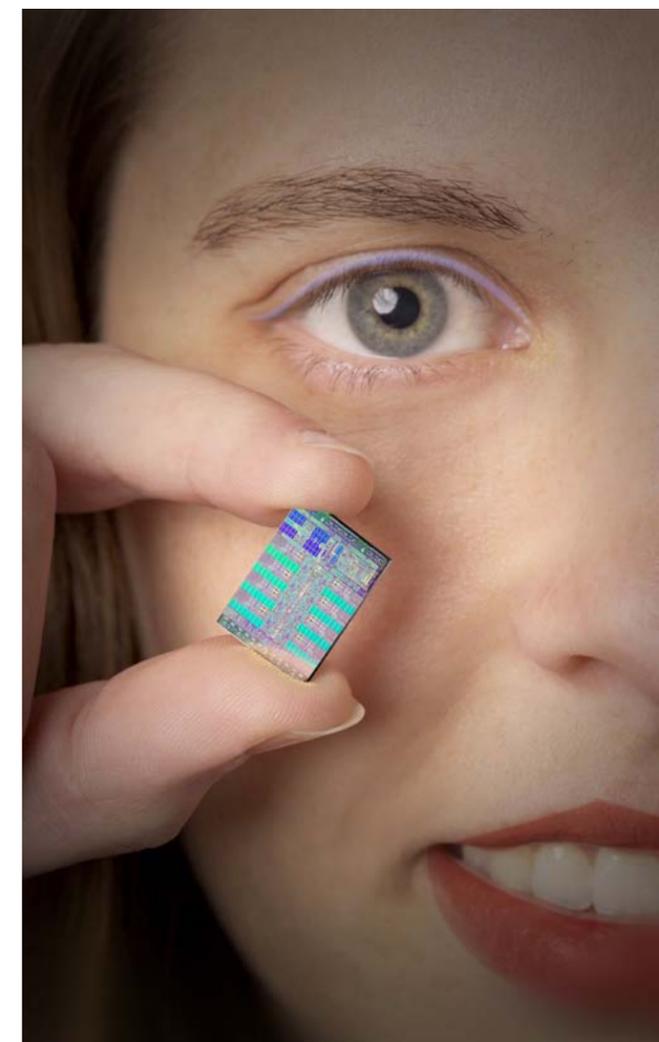
**para tener un buen desempeño en su trabajo?**

TNBP: Al igual que muchas profesiones un buen desempeño en el trabajo parte de los principios morales y éticos, siguiendo por la razón fundamental del ingeniero, la cual es resolver problemas en bien de la humanidad, finalmente el profesional debe mantener una actitud constante de capacitación, investigación, trabajo en equipo y desarrollo de nuevas tecnologías.

**¿Cómo se ve esta carrera frente a las demás?**

TNBP: La ingeniería de sistemas es una carrera que se desenvuelve en diferentes dominios y sirve de apoyo a las diferentes carreras, es así como vemos que los avances en la informática ayuda a los médicos en el diagnóstico de las enfermedades de los pacientes, a los contadores en el manejo financiero de las empresas, a los astrónomos en sus cálculos espaciales, a los ingenieros en sus herramientas de diseño, etc. Por lo tanto mientras más se desarrollen el resto de las carreras más necesitarán de los profesionales de sistemas o informáticos.

Para saber que piensa un estudiante de la CORPORACIÓN UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR, acerca de esta carrera, MAURICIO MUÑOZ estudiante de 6° semestre de Tecnología en Sistemas y Computación, nos cuenta que



esta carrera ha brindado muchas oportunidades dado a que lo ha podido implementar sus conocimientos en su ámbito laboral, además le ha parecido muy enriquecedora nivel de tecnologías que se fundan en esta carrera.

Al implementar esta carrera la CORPORACIÓN UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR, en su pensum, a atraído a personas con ganas de ser unos profesionales y llevar en alto el nombre de la institución.

# Contaduría pública

Ciclo Tecnológico: Tecnología en gestión contable y financiera

Dr. Fernando Restrepo  
Director



El estudiante de Contaduría Pública de la CORPORACION UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR, será un profesional comprometido con un servicio responsable, convirtiéndose así en un aporte valioso para el entorno económico colombiano.

Por: Daniela Herrera

La CORPORACION UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR, con su carrera de Contaduría Pública ha logrado posicionarse en el mercado como una carrera reconocida a nivel local, enseñándole al estudiante a llevar procesos que le permitan orientarse en la representación del patrimonio de una empresa desde los pun-

tos de vista estático y dinámico, para determinar sus ganancias, contribuir y controlar su operación y preparar el terreno para una toma de decisiones adecuada y acertada por parte de sus administradores o terceras personas, entonces podemos descifrar que esta carrera es la ciencia o disciplina técnica de medir, registrar e interpretar los

bienes de una entidad ya sea una empresa comercial o una organización sin fines de lucro. Al estudiar Contaduría Pública, el egresado es un profesional, con visión global de su actividad, comprensión plena y aplicación correcta de los principios que sustentan la profesión contable." El ritmo de los cambios que las organizaciones

han experimentado en los últimos años, ha sido asombroso, el desarrollo de las ciencias y del profesional actual, requieren del mismo ritmo para poder sobrevivir. En la medida que el Contador Público, participe en la gestión de estos cambios, podrá aportar un valor agregado cada vez mayor a un entorno económico ávido de servicios profesionales de la más alta calidad."

A continuación hacemos una connotación con el director Fernando Restrepo, de la carrera de Contaduría Pública.

**¿Qué técnicas se pueden desarrollar para llegar a ser un gran profesional?**

F.R: Estas técnicas o estrategias están basadas en saber planificar y tener un perfil y complementarlos con los conocimientos requeridos (organizar, planear, dirigir y controlar).

**¿Cómo ve usted esta carrera a nivel profesional?**

F.R: Esta carrera está posicionada en el mercado por la cual el profesional tiene la forma de ejercer en los siguientes aspectos laborales que son: ser, saber y hacer

duría Pública, nos cuenta que esta carrera está muy bien prospectada en el mercado, además ha sido profesionalmente enriquecedora, por todas las ramas que se fundan a través de esta.

Al implementar esta carrera la CORPORACION UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR, en su currículo, ha incentivado a personas con ganas de superarse y llevar en alto el nombre de esta institución, que además está muy bien posicionada a nivel educativo.

**¿Cómo se define esta carrera?**

F.R: Se define en dos conceptos: "Gestión administrativa": Que es la encargada de organizar, planear, dirigir y controlar. "Gestión contable": Que es la encargada de llevar registros y obtener resultados.

Para saber que piensa un estudiante de la CORPORACION UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR, acerca de esta carrera, CARLOS JIMENEZ estudiante de 5° semestre de Conta-

**El contador público podrá aportar un valor agregado cada vez mayor a un entorno económico ávido de servicios profesionales de la más alta calidad."**



# Mercadeo empresarial

Ciclo Tecnológico: Tecnología en mercadeo y ventas

En un mercado tan cambiante y altamente competitivo, la necesidad de formar profesionales responsables en marketing es primordial. Es por esto que la CORPORACION UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR desde la década de los años 70's ofrece el programa de Mercadeo Empresarial, Formando profesionales integrales, creativos e innovadores.

Por: Hugo Dorado

Dr. Gerardo Díaz  
Director



En el pasado y aun en la actualidad, la gran mayoría de las empresas contrataban para sus departamentos de mercadeo profesionales de diferentes áreas, con poco conocimiento o sin énfasis en la profesión, el motivo es el desconocimiento o la falta de profesionales en ese cam-

po, es por eso que la Corporación Universitaria Centro Superior hoy ofrece el programa de mercadeo empresarial con un perfil bastante alto, muestra de ello es la participación de nuestros egresados como ejecutivos en empresas reconocidas, Comfadi, Motos Jialing y Protección, entre otras.

## PRINCIPIOS DE FORMACION

El programa de mercadeo de la CORPORACION UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR, tanto para su ciclo tecnológico como para su ciclo universitario, fundamenta su quehacer académico en los siguientes principios:

**EQUIDAD:** Oferta de modalidades de formación sin distin-

gos de niveles socioeconómico, raza o credo.

**CALIDAD:** Calidad académica, calidad en la formación del individuo y calidad en el desarrollo profesional.

**AUTONOMIA:** Para aplicar las políticas y normas de la institución, en el beneficio de la comunidad estudiantil y administrativa.

**INTEGRACION:** Representada en las actividades interdisciplinarias desarrolladas durante el proceso de formación.

**FORMACION INTEGRAL:** fundamentada en el desarrollo de competencias profesionales y humanas en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

**ETICIDAD:** Aplicación de los principios éticos en el ampo profesional y personal.

El Dr. Gerardo Díaz Varela uno de los responsables de que el mercadeo tenga el reconocimiento que debe tener en la ciudad y en el valle y quien es el actual director de la programa de Mercadeo en la Corporación nos concedió esta entrevista.

## ¿En qué consiste el mercadeo?

G.D. El mercadeo consiste en actividades, tanto de individuos como organizaciones, encaminadas a facilitar y estimular intercambios dentro de un grupo de fuerzas externas dinámicas de esta forma se interrelacionan productores, intermediarios consumidores para intercambiar bienes y servicios, el mercadeo ofrece a las compañías el proceso de planear y ejecutar que son vitales para lograr objetivos de precios, promociones y distribución de ideas, bienes, servicios y por ende para los mercadeólogos una gran

oportunidad laboral y creación de sus propias empresas.

## ¿Cuáles son las ventajas de estudiar mercadeo en CUCES?

G.D. La universidad profundiza en temas como el Mercadeo estratégico, cuya finalidad es orientar la empresa hacia las oportunidades económicas atractivas para ella, es decir, completamente adaptadas a sus cursos y a su saber-hacer, y que ofrecen un potencial de crecimiento y rentabilidad. Adicional a esto nuestros profesionales son competentes en Investigación y análisis, siendo factores críticos para conocer el mercado objetivo, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas,

## ¿Qué proyección tiene la carrera a nivel laboral?

G.D. El Profesional en Mercadeo Empresarial de la Corporación Universitaria Centro Superior desarrollará las siguientes competencias que lo habilitan para desempeñarse como profesional para : diagnosticar la situación del entorno para desarrollar planes estratégicos, diseñar y ejecutar estrategias de mercadeo para enfrentar la demanda, responde a los fenómenos comerciales de apertura de mercados internacionales en una economía de retos competitivos a través de la formulación de propuestas de mejoramiento y desarrollo de nuevos productos, aplicar estrategias de liderazgo para conformar equipos de trabajos eficaces y productivos, tomar decisiones fundamentadas en conocimientos teóricos y tecnológicos en beneficio de la empresa, crear

## Mercadeo se fundamenta en equidad, calidad, autonomía, integración, formación integral y eticidad.

empresas de servicio de mercadeo para responder a las necesidades del mercado, generando empleo en la región, aportando al desarrollo del país, Participa activamente en las actividades de planeación estratégica.

## ¿Cuál es el perfil ocupacional del egresado?

G.D. El Profesional en Mercadeo Empresarial de la Corporación Universitaria Centro Superior podrá desempeñar funciones en los siguientes cargos ocupacionales tales como: Asesor empresarial de mercadeo, gerente comercial, mercadeo y de marca, gestor de su propia empresa de servicios de mercadeo.

No se podría pasar por alto la opinión de nuestros alumnos próximos a egresar, por tal motivo el señor Armando Imbachi Hernández, quien labora como visitador médico del laboratorio COPHACOL nos cuenta que.

Mercadeo es un programa nuevo, en el ámbito empresarial y que no está saturado este tipo de profesionales, por el contrario se requieren profesionales a granel con conocimientos en esa área, además se encuentra inmerso en las actividades diarias de la persona y como resultado se lograra un estatus laboral en la empresa o podríamos crear la nuestra.

Para finalizar la enseñanza que nos queda "MERCADEO es sin duda la carrera que va de la mano con el futuro en otras palabras su aliado".

# Administración de empresas

Ciclo Tecnológico: Gestión empresarial

**La Administración de Empresas, estudia la organización de las compañías y la manera como se gestionan los recursos, procesos y resultados de sus actividades, en pocas palabras administrar es planear, organizar, dirigir y controlar todos los recursos de un ente económico para alcanzar unos fines claramente determinados.**

**Dra. Derling Bedoya**  
Directora

Por: Lina Rocío Casilimas

La CORPORACION UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR cuenta con el programa de Administración de Empresas, en este programa se desarrollan competencias profesionales y procedimientos sistematizados que se utilizan para obtener una mayor eficiencia y un mejor rendi-

miento en el manejo de los recursos de las empresas, para esto se cuenta con una sólida información teórica y práctica general que les permitirá a los estudiantes comprender y anticipar los cambios que se producen en las organizaciones, buscando contribuir con el desarrollo del país desde la integración

de empresas. Por lo tanto les permitirá diseñar, moldear y transformar sistemas administrativos en gestión.

La carrera de administración de empresas le permite al futuro egresado ejercer una profesión liberal e independiente que estimula su

espíritu emprendedor e investigador para creación de empresas, la solución de problemas en las organizaciones y contribuir a la transformación de entornos cambiantes y globalizados.

La Doctora Derling Bedoya directora del programa nos habla acerca de los requisitos que hay en la corporación para estudiar administración, también el perfil de un administrador y el porqué se debe estudiar esta carrera. Las personas que vayan a estudiar tienen que estar tomando una opción real y no porque sí, tiene que ser una persona actualizada y que lea lo que sucede con la región, país y el mundo para que pueda tener una actitud crítica y aportar en el momento en que vea cada materia. También nos dice que en administración se ven unas materias transversales, otras que son complementarias que su finalidad es estar enfocadas a lograr las competencias laborales del administrador.

**El administrador de hoy es crítico, actualizado, recursivo, flexible y adaptable al cambio.**

**¿Qué tan posicionada está la carrera de administración?**

D.B: En el mercado administrativo sigue posicionada porque es una carrera vigente, integral que precisamente esta basada en administrar

recursos físicos y humanos lo que hace que la carrera haya sido, sea y sigue siendo una carrera muy posicionada en el mercado.

**¿Por qué estudiar administración?**

D.B: Estudiar administración permite a las personas trabajar en diversas áreas, y no quedan limitadas a una en especial; si una persona está estudiando administración puede trabajar en producción, con personal, mercadeo, finanzas, y en cualquiera de las áreas de la empresa.

**¿Cuál es el perfil del administrador de hoy?**

D.B: El perfil del administrador de hoy es una persona actualizada, crítica, recursiva, flexible y adaptable al cambio que debe enfrentar con mucha idoneidad.

La Corporación Universitaria Centro Superior ofrece además, docentes de primer nivel en cuanto a experiencia académica empresarial, una fortaleza en la parte de

iniciativa empresarial, porque es la carrera donde se refuerza bastante, mostrándoles a los estudiantes de administración esa opción de vida, ofrece la

opción de visitas empresariales donde se conoce desde el proceso productivo hasta la parte administrativa para que los estudiante tengan contacto con la parte real. También ofrece la opción de prácticas empresariales por

medio del área de proyección social para que igualmente los estudiantes vivan y sientan la realidad de su proceso de formación.

Quisimos preguntarle a un estudiante de administración el cómo se sentía con la carrera y cuál es la visión que tiene con respecto a la carrera. El estudiante JHONNY ULCHUR que está en el octavo (8) semestres de administración, nos cuenta que el escogió esta carrera por que en las expectativas, o lo que él quiere es manejar la parte financiera, y esta carrera le brinda esa posibilidad, además que las complementan atrás materias que son importantes y esenciales para lograr mi proyecto de vida. También es buena e interesante por tener un alto nivel académico, pues cuando el inició con su carrera entró con expectativas, las cuales le satisficieron y siguió con su carrera adelante. Además las enseñanzas que te brindan los docentes, te abre las puertas en el campo laboral, nos ayuda a ver la visión y la capacidad que tenemos para crear nuestra propia empresa.

Administración de Empresas es una carrera importante porque son desarrolla personas encargadas de tener un manejo claro y constantes en las empresas en las cuales llevan un seguimiento contable y hace que la empresa se mantenga rígida. También las personas que estudian esta carrera tienen la capacidad de crear nuevas empresas y llevarlas al éxito.

## I seminario Internacional

*Todo es personal*

El viernes 3 de abril de 2009 se realizó en el auditorio de Comfenalco Cali, el primer seminario internacional desarrollado por la dirección de mercadeo y ventas de la CORPORACION UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR, el cual contó con la presencia del reconocido ejecutivo de negocios argentino MARIANO VARELA.

Por: Carlos Felipe Castillo Becerra  
Olga María Vásquez Chavarro

En el seminario internacional se trataron temas relacionados con el servicio al cliente, negocios y marketing relacional, actitud, relaciones interpersonales, confianza, barreras de comunicación, romper el hielo, comunicación verbal; lo cual está relacionado con el área comercial y de ventas en las empresas.

Al evento asistieron 70 participantes y tuvo una jornada de las 9:00 am hasta las 11:00 am, en la cual el expositor utilizó una gran variedad de fotos cotidianas con las cuales fue explicando cada uno de sus temas demostrando a los asistentes, situaciones en las cuales nos vemos enfrentados con los clientes y como debemos interactuar para tener éxito en cada una de ellas. También utilizó historia de la vida del Dalai Lama y apartes de su libro "Todo Es Personal" para conseguir un negocio a base de la interacción con las personas, ya que este es un punto fundamental a la hora de hacer un buen negocio.

VARELA dice que "un asesor debe tratar al cliente como una persona igual a el mismo", para que no exista ninguna limitación entre ambas partes.

Nuestro invitado cuenta además con una amplia trayectoria en el ámbito de los negocios y es el creador del canal "Life Style", "Fasion Tv", productor de varios programas, vicepresidente ejecutivo de Claxon Interactive Group, gerente general de Board Of Directors de Play Boy Tv Latinoamérica, emprendedor del sitio web: [elsitio.com](http://elsitio.com), por todo esto a lo largo de su carrera ha obtenido varios premios entre los cuales podemos mencionar el: Premio Mercurio



De Oro 2005, Martín Fierro Tv (Argentina), Jerry Goldenberg (personalidad del año), premio público en los festivales de New York.

El objetivo de este seminario fue dar una base de cómo una estrategia de relaciones contribuye a mejorar el performance de las empresas y fue dirigido a presidentes, gerentes y empleados de todos los niveles de una organización.

Los asistentes al evento como el señor Denis Alexander Valencia, estudiante de Ingeniería de Industrial VI semestre y la señorita Olga Lucía Calderón, gerente general de Industrias De Pacores Ltda, quedaron muy satisfechos con el evento y nos contaron sobre la importancia de una buena relación interpersonal con las demás personas y de cómo todo este conocimiento lo podrán

aplicar en sus vidas personales como para el ámbito laboral que cada uno desempeña en la actualidad.

Nuestro recomendado para esta sección será el libro de nuestro invitado: Todo Es Personal las buenas relaciones definen nuestros negocios, en el cual nos enseña todos los secretos de cómo llevar una buena relación con los demás y así poder tener el éxito que deseamos en todos nuestros negocios.

Esperamos que la conferencia del Seminario Internacional haya dejado en todos sus asistentes una percepción diferente de cómo hacer negocios y el manejo de las estrategias de marketing en los portafolios de bienes y servicios ofrecidos por todas las compañías en la actualidad.



# 45 años

**De acuerdo con su historia y su misión la corporación se ha mantenido dentro de lo establecido por la ley del estado colombiano y en su desarrollo institucional a buscado cumplir con los objetivos de la educación superior.**

Por: Leidy Joanna Figueroa  
Constanza Jiménez Pereira

A comienzos de 1960, la Educación Superior Colombiana, empezó a tener un desarrollo significativo con la aparición de la formación técnica y tecnológica, generada en la urgente necesidad de ofrecer una formación alternativa a la ya existente, orientada en ese momento al ofrecimiento de carreras tradicionales universitarias, y ante la necesaria urgencia de fortalecer el talento humano calificado en nuevas áreas del conocimiento con fines ocupacionales para satisfacer los requerimientos de personal calificado, necesarios para el desarrollo económico del país.

Pensando en las necesidades educativas que el país enfrentaba, el 4 de agosto de 1964, inicia su trayectoria bajo el nombre de INSTITUTO UNIVERSITARIO TÉCNICO INDUSTRIAL, atendiendo los lineamientos que dio el Ministe-

rio de Educación Nacional con la promulgación del Decreto 1464 de 1963. El CENTRO SUPERIOR surge como una Institución de carácter privado en medio de la coyuntura nacional de la diversificación educativa. Fue así como la recién creada INSTITUCIÓN fue pionera en la región sur occidental en ofrecer FORMACIÓN TÉCNICA PROFESIONAL NO UNIVERSITARIA, inicialmente para la ciudad de Cali y el departamento del valle del cauca, los programas que se promovieron en la apertura del CENTRO SUPERIOR fueron ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y RELACIONES INDUSTRIALES con una duración de seis semestres y teniendo en cuenta estudiantes a partir de 4º año de bachillerato, dando cumplimiento al Decreto Ley 1637 de 1960 del Ministerio de Educación Nacional.

La principal misión que la CORPORACION UNIVERSITARIA

que destino a cumplir durante el periodo inicial fue ofrecer perfiles capaces de desempeñarse en niveles laborales intermedios de organizaciones económicas tanto privadas como del estado.

En este panorama de cambios en una época de transiciones para la educación colombiana se reflejó también en la naturaleza y estructura de la CORPORACION EDUCATIVA CENTRO SUPERIOR DE CALI la cual de debió cambiar su nombre varias veces a lo largo de los años 1964 – 2002 para llegar a tomar del nombre de CORPORACION UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR el cual ha mantenido hasta la fecha.

Esta breve reseña de la CUCES (CORPORACION UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR), muestra una organización con una identidad definida hacia el campo del

## Nuestros grandes propósitos

### MISIÓN INSTITUCIONAL

“La CORPORACIÓN UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR es una Institución de Educación Superior que forma de manera integral ciudadanos que desarrollan competencias profesionales que les permite conjugar el desarrollo académico con el desempeño laboral en diferentes contextos ocupacionales y sociales, bajo una estructura curricular flexible mediada por la investigación, y que interactúa permanentemente con el sector productivo para responder a las necesidades de innovación y desarrollo de la región y del país”.

### VISIÓN INSTITUCIONAL

“En 10 años, la CORPORACIÓN UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR será reconocida como una de las mejores instituciones de educación superior de la región, por su amplia cobertura regional y nacional y por la consolidación y acreditación de sus programas académicos dotados de estructuras curriculares abiertas y flexibles, soportados de la necesaria infraestructura física y tecnológica que apoye y fortalezca la producción del conocimiento tecnológico, científico y cultural a través del desarrollo de: los procesos de formación integral, los grupos de investigación, las actividades de proyección social y la certificación de los procesos administrativos de apoyo a la academia.”



desarrollo empresarial y económico del país y la región, bajo una estructura curricular flexible mediada por la investigación con el enfoque de la RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, y con una proyección histórica hacia la integración como sistema educativo general, en donde el futuro institucional se proyecta considerando las experiencias del pasado.

Podemos afirmar que nuestra historia nos ha mantenido siempre en la cima del buen servicio educativo y en la más alta calidad de educación durante 45 años, en los cuales nos hemos proyectado en el cumplimiento de los deberes y quehaceres académicos que nos permitan siempre estar en los más distinguidos y competentes servicios académicos a nivel regional.



#### DATOS IMPORTANTES

Otem tered suam. et vit vicum aperi patis esta mandius consus alegerbes, moltus octum none-sendiis, pubis? O tem haliaelicam imilia quemei constrem atuas senimac or que a caetod mur. Tum querempro es cum acerri fac teridem pliam. egil culius pravocus; Cupicutuus fec tatquam senat.

Atienduc tuidem meniu morum tame et grae coniripiciam ium, eorumum essigno ctaterio iam in senatus deatemque porum nos, musqui siliae, sis facer uterferit in verio consu-legil unt, P. Graci



# Productos de innovación continua

Por: Natalia Jurado  
Ruby Bautista



**El cliente es lo primordial para el crecimiento de una empresa, por eso se debe trabajar para Él, cumpliendo con los compromisos adquiridos y brindándole la mayor satisfacción.**

**Actualmente los consumidores van a un ritmo más acelerado y la tecnología avanza cada día más, teniendo como resultado clientes más exigentes; esta es la razón por la cual se debe innovar en todo momento, impactando y brindando a nuestros clientes asesoría y buena calidad en la venta de productos y/o servicios, prestar una orientación cuando sea el caso y una gran variedad para que tenga diferentes opciones a la hora de su elección.**

Dentro de los programas académicos de la facultad de Mercadeo y Ventas de la CORPORACIÓN UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR, se llevan a cabo actividades de promoción, generación y lanzamiento de nuevos productos, teniendo como principal tema la innovación tecnológica, pues es la fuente más importante de cambio para establecer la diferencia ante la competencia.

El proceso de Innovación tecnológica posibilita combinar las capacidades técnicas y comerciales que permiten el lanzamiento al mercado de nuevos y mejorados productos o procesos.

Dentro del proceso de capacitación, reconocimiento y posicionamiento de la CUCES, se realizó contacto con la firma

llamada GM Importaciones, único distribuidor autorizado en Colombia para la comercialización de productos de car audio marca FUSION.

Esta empresa nació en Nueva Zelanda, con la producción de radios utilizados en los barcos por lo cual se hacían productos de alta calidad para soportar el agua y su alto funcionamiento. A través del tiempo la empresa ha desarrollado productos especializados y está presente en diferentes países.

La Corporación Universitaria Centro Superior en cabeza del director de programa de Mercadeo y Ventas, Doctor Gerardo Diaz; tuvo la oportunidad de estar en el lanzamiento de estos productos en las instalaciones de la universidad el día 16 de mayo de 2009, los asistentes al evento fueron algunos es-

tudiantes de la facultad y empresarios de estos equipos de Car Audio para que realicen su venta e instalación.

Este tipo de productos están diseñados para todo tipo de usuarios de sonido para carros, inspirados en los ansiosos del sonido y dentro de su portafolio están los amplificadores de sonido, componentes, plantas etc. Además de los productos tradicionales de la compañía y de acuerdo a la innovación continua para estar presentes en el mercado, la empresa desarrolló un Radio IPOD, este es un producto diferente, cómodo, llamativo; el cual funciona para radio AM y FM, y su diferenciación de los demás productos del mercado es su funcionalidad, se introduce un IPOD de cualquier tamaño y marca en su interior y reproduce la música favorita que allí tenga almacenada el cliente



## Voluntariado Universitario Institucional Agentes de cambio de



El programa de Voluntariado tuvo sus inicios en la CORPORACIÓN UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR, a partir del primer período académico del año 2007, cuando a través de la Pastoral Universitaria, organización académico-religiosa liderada por la Arquidiócesis de Cali, se propiciaron iniciativas de tipo social y religioso, tendientes al apoyo y desarrollo de comunidades con un alto nivel de vulnerabilidad.

Por: Luz Stella Silva  
Edwin David Castro



Desde el año 2007, la CORPORACIÓN UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR, forma parte

activa del equipo de la Plataforma Regional de Voluntariado Universitario, ejecutando a través de ella, labores conjuntas con Instituciones de Educación Superior, encaminadas hacia el desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida de las poblaciones atendidas.

Instituciones de Educación Superior que están vinculadas con la Plataforma Regional de Voluntariado Universitario para la región:

- Universidad Santiago de Cali
- Universidad Autónoma de Occidente
- Universidad ICESI
- Corporación Universitaria Centro Superior
- Pontificia Universidad Javeriana – Cali
- Escuela Nacional del Deporte
- Institución Universitaria Lumen Gentium
- Instituto Departamental de Bellas Artes
- Universidad Cooperativa de Colombia

#### FUTUROS LIDERES DE COLOMBIA

Nuestros jóvenes universitarios de Cali de diferentes instituciones de educación superior pertenecientes a la plataforma regional de voluntariado se reunieron el 17 y 18 de octubre de este año para conformar una brigada de fuerza social, además tuvieron un encuentro con 15 líderes comunitarios en la Vereda los Andes, corregimiento El Ventia-

dero. Esta brigada de jóvenes estudiantes apasionados por el servir a los demás, se reunieron con la intención de abordar temas de tipo social que afectan la comunidad de El Ventia-

dero. En equipo con los líderes comunitarios empezaron a visualizar sus problemas locales tales como la falta de agua potable, infraestructura escolar y medios de transporte, ya que a pesar que queda apoco minutos de Cali es casi una odisea llegar allá.

El voluntariado universitario planteo ideas, formas, estrategias de mejoras para esta vereda, estos jóvenes quieren hacer la diferencia y son el ejemplo de un liderazgo sano y con visión, terminado el ultimo día de voluntariado en la vereda, se hizo una plenaria donde se plantearon objetivos y formas de implementar las ideas expuestas en este encuentro de voluntariado. Debemos tener en cuenta, que no hay que ir muy lejos para ver los problemas que existen en este país, la invitación es a contagiarnos de ganas de servir a los de más y pensar que con pequeños actos de solidaridad juntos podemos hacer la diferencia.

Actualmente, la CORPORACIÓN UNIVERSITARIA CENTRO SUPERIOR, cuenta con un equipo de voluntariado compuesto por 43 personas, que desinteresadamente y de una manera libre, entusiasta, responsable, consiente, organizada y sin recibir a cambio ninguna remuneración económica, han decidido convertirse en agentes de cambio capaces de ofrecer transformación y desarrollo a comunidades marginadas y excluidas por nuestra sociedad.

En la Corporación Universitaria Centro Superior somos apasionados por ayudar a la comunidad.

## II Seminario Internacional

# Tú eres tu propia marca

Marketing personal para un profesional

Por: Diego Alejandro Aguirre

**En el II Seminario Internacional, el Dr. Schmeer mostró las herramientas para que un profesional construya su propia marca, viéndose único y diferenciado en el mercado**

El viernes 17 de agosto, se llevo a cabo el II Seminario Internacional dictado por el Doctor Manuel Schmeer en el hotel Granada Real a partir de 6:30PM a 9:30PM.

El evento contó con una gran cantidad de asistentes entre los cuales se encontraban estudiantes de Mercadeo, Ingeniería industrial de Cuces y estudiantes de Autónoma de Occidente.

El tema para todos fue de gran interés, hubo participación activa generando preguntas y dando ejemplos a los ejercicios practicados. Todos los asistentes, futuros profesionales, se cuestionaban como dejar de ser una marca blanca o commodity, para consolidarse y posicionar su propia marca en el mercado laboral.

Con los ejercicios, cada uno de los asistentes se dio cuenta que tiene un diferencial al de al lado y quizás al resto, como también tiene sus debilidades a trabajar, oportunidades a capturar y amenazas a capitalizarlas y dejando de ser un problema.

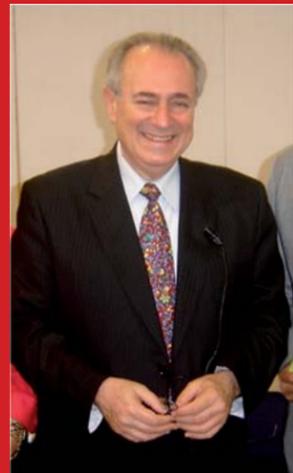
Con un planteamiento práctico y desafiante, Schmeer enseña en este seminario al igual que en su libro, las claves que permiten proyectar, diferenciar y posicionar a un profesional como una marca propia. Esto lo pueden hacer todos los profesionales que quieren desarrollar equilibradamente su proyecto profesional, y su proyecto de vida.

Otro objetivo relevante de este seminario fue, ofrecer

elementos para emprender un nuevo camino y lograr que la ecuación éxito profesional VS. Calidad de vida elegida. Vaya en línea y no sean una contradicción.

Fijar bien las metas, organizar su propio plan de marca, tener estructurada la parte profesional y personal, son algunas de las claves para llevar a cabo una marca propia.

El Dr Schmeer compartió algunas frases celebres de éxito personal entre ellos: "si no haces polvo comes polvo", "se protagonista, no espectador". Frases que hacen a los asistentes caer en cuenta de una sola cosa: SER SIEMPRE LOS PRIMEROS EN TODO.



## MANUEL SCHNEER

Licenciado en sociología y psicología, es consultor en temas de estrategia, marketing y cambio para los individuos y para las organizaciones. Ha sido ejecutivo de empresas internacionales y director de marketing de Arthur Andersen. Ha publicado el libro Marketing de Servicios Profesionales en Ediciones Granica (España) y ha dictado seminarios y conferencias en Argentina, Brasil y España.



Gerardo Díaz, Director de la facultad de mercadeo, le apuesta a este tipo de eventos, posicionando así al Centro Superior como la universidad que esta a la vanguardia con sus carreras, capacitando a sus estudiantes.

Recordemos los anteriores seminarios organizados:

**2008**

Pasión por Innovar, dictado por Franc Ponti, llevado a cabo en la Cámara de Comercio

**2009**

Todo es personal, dictado por Mariano Varela llevado a cabo en Comfenalco.

### QUÉ DICEN LOS ESTUDIANTES

**Porque asiste a este tipo de seminarios?**

Lina: me gusta aprender nuevos temas, me ayudan a ser competente con lo hago; además esto me dan el aval y la certificación para llenar en mi hoja de vida dichos conocimientos adquiridos.



# XIII Encuentro de ciencia y tecnología



**Los días 19 y 20 de noviembre de 2009, La Corporación Universitaria Centro Superior “CUCES”; realizó un foro de desarrollo e integración entorno a la celebración de los 45 años de la fundación. Estableciendo espacios que influyen con la creatividad y la capacidad de los procesos formativos de cada programa con emprendimientos propios de investigación.**

Por: Lorena Cárdenas  
Luz Idalia Martínez

Dentro del marco de celebración de los 45 años de la Corporación Universitaria Centro Superior, se creó este interesante foro empresarial con el propósito de la integración general de cada programa.

El pasado jueves 19 y viernes 20 de Noviembre de 2009, se llevó a cabo el XII Encuentro de Ciencia y Tecnología en el Hotel Granada Real; contando con la presencia de directivos, docentes y estudiantes de cada programa, teniendo como in-

vitados especiales a grandes conferencistas de la región; también, aliados para el evento como: Coomeva, Sena, Porvenir, RCN radio, CARACOL radio, Studio F, Calima Motor, Carvajal, Bancolombia, entre otros. La inauguración la reali-



zó el Doctor Augusto Narváez Reyes, rector; brindando una cordial bienvenida a todos los invitados.

La primera conferencia inicio el día jueves en el horario de 6:30 p.m. a 7:45 pm., el Doctor Efraín Antonio Ramírez Acosta, Economista y Especialista en Mercadeo, universidad ICESI; además gerente de zona regional de occidente, Pensiones y Cesantías Porvenir; y quien fue docente del CUCES, dio lugar a una conferencia relacionada con el Servicio al Cliente y expuso temas de suma importancia aplicables diariamente para el lugar de trabajo, explicó los tipos de clientes y la manera como se debe llegar a ellos, entre otros. Al finalizar se realizó una socialización del tema donde los estudiantes le formulaban preguntas al expositor, quien inmediatamente dio respuesta a cada una de las dudas planteadas.

Otro invitado fue el Doctor Rubén Darío Echeverri Romero, economista, Universidad del Valle; Máster en Ciencias Eco-

nómicas, Universidad Católica de Lovaina, Bélgica, y quien en la actualidad es Director del Grupo de Investigación de Negocios Internacionales y Comercio Exterior, en la Universidad del Valle; quien presentó el tema de Factores de Competitividad Empresarial y Nacional mostrando como se mueve la economía Nacional e internacionales, analizando la diferencia que existe entre los países.

La segunda conferencia el día viernes, a cargo de la Doctora Myriam Sánchez, Arquitecta M.S.C., Directora de la Corporación Bistec, profesora de Eidemar y Univalle; acerca de la Biotecnología. Los organizadores fueron los Programas de Ingeniería de Sistemas e Ingeniería Industrial.

En la muestra empresarial se contó con la presencia de los estudiantes de Segundo Semestre de Mercadeo Empresarial, que mostraron los Proyectos con Innovación Continua, cada uno dio a conocer su proyecto y la idea de cómo y por

qué lo llevaron a cabo; también, se tocaron temas como la Revista Marketing Superior y del Magazin realizado con los compañeros de tercer semestre

El encuentro de ciencia y tecnología finalizó con la conferencia Nanotecnología: La Nueva Revolución del Siglo XXI Teniendo como expositor al Doctor Pedro Prieto Pulido, PHD en física con Doctorado y Posdoctorado en Alemania; Director Centro de Excelencia en nuevos materiales CEN; profesor titular Universidad del valle.

El espíritu innovador de los estudiantes fortalece la creatividad, el emprendimiento de sus propias ideas e incentiva el desarrollo de propuestas individuales que conllevan a generar beneficios propios y de bien común que desembocan en una mejor calidad de vida para todos y cada una de las personas de un país, además promueve la constitución de empresas, mediante el desarrollo de actitudes socialmente responsables y con las necesidades y la realidad del mundo actual.

# 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.



# Tecniplas:

calidad, servicio y creatividad

**Tecniplas Ltda, es una compañía del sector plástico, cuya actividad económica es la fabricación y comercialización de productos termosellados, termoformados y confeccionados en plástico PVC. Cuenta con 32 años de experiencia en el sector, tiempo durante el cual se ha especializado en la fabricación de productos por alta frecuencia con los más altos estándares de calidad en el sector.**

Tecniplas es reconocida con el "Eslabón Industrial" por la Asociación de Pequeñas y Medianas Industrias "ACOPI", como empresa innovadora, dinámica y receptiva para el desarrollo de la Misión y Visión con sentido social y objetivos claros. En este reconocimiento se evalúa: productividad y calidad, liderazgo interno y externo, desarrollo del talento humano, gestión ambiental, mercadeo nacional e internacional, ética y responsabilidad social.

La visión de la empresa consiste en que nuestros clientes, cambien la cultura del empaque. Por lo tanto, se ha invertido en nuevos desarrollos, logrando la combinación de materiales de acuerdo a los presupuestos de compra de las diferentes empresas que se atienden.

Tecniplas Ltda., consiente de la necesidad de brindar una mayor satisfacción al cliente y de mejorar permanentemente sus procesos internos, decide a partir del año de 1.998, iniciar la implementación del Sistema de Calidad bajo la Norma NTC ISO 9001:2000, cer-

tificado que fue entregado en septiembre del año 2.001. Se comenzó, la primera etapa con la sensibilización a todo el personal; se programaron reuniones semanales dirigidas por el grupo primario, trabajando valores, para posteriormente conocer los requisitos de la norma y los beneficios que la empresa tendría en su implementación.

Además para brindarles mayor seguridad y confiabilidad a nuestros clientes, se adelanta la implementación de la Norma NTC ISO 14001, a partir del año 2.010.

La compañía tiene actualmente las siguientes líneas de producción:

### Empaque de ropa interior e informal

Se ofrece la alternativa del propio diseño del cliente a un pre-



cio competitivo. Es utilizado para una mejor presentación del producto. Se utilizan materiales de alta calidad en telas plásticas transparentes flexibles, rígidas y semirrígidas en P.V.C.

### Empaque para productos de ropa hogar:



Se fabrican bolsas combinando el termosellado con la confección; también en telas plásticas translúcidas en P.V.C. Brindando la posibilidad al cliente de elegir de acuerdo al gusto por el tipo de presentación.

### Porta block, maletines, portafolios, escarapelas

Son los productos con los cuales la compañía se lanzó al mercado; y se ha alcanzado el perfecciona-



miento. Son elaborados con telas plásticas manufacturadas y reforzadas.

### Garantía

La solidez de nuestra empresa nos permite ofrecer productos, y servicio posventa permanente, garantizando en nuestros productos los mas altos estándares de calidad, de esta manera nos encontramos en permanente innovación, acorde con las necesidades de nuestros

clientes y del mercado, proporcionando a nuestros clientes soluciones acorde con sus necesidades.

Tenemos el conocimiento del mercado nacional, y se ha desarrollado estrategias de exportación, haciendo presencia en los siguientes países: Venezuela, Panamá, Ecuador, Costa Rica, Puerto Rico y Guatemala.

Tecniplas Ltda constituye la mejor opción para el desarrollo y producción del empaque para su producto o empresa y la fabricación material publicitario que su compañía requiera, permítanos asesorarle y poner a su servicio nuestra experiencia, calidad y creatividad. Comuníquese en Cali con nuestro representante de Mercadeo y Ventas *Oscar González al Cel: 310-8676626* o al email *oscargonzalez@tecniplas.com.co*



## Principios Organizacionales

1. Planear antes de ejecutar.
2. Hacer las cosas bien desde la primera vez.
3. Liderar la innovación de nuestros productos.
4. Hacer que clientes y proveedores hagan parte de nuestra empresa.
5. Proteger el patrimonio de nuestros clientes.
6. Cumplir con los requerimientos del mercado.
7. Cumplir con las normas legales para propiciar el desarrollo de nuestra sociedad.
8. Obtener, conservar y mejorar la Certificación de Calidad.



**TECNIPLAS LTDA.** Es una compañía del sector plásticos con 32 años de experiencia en el medio, tiempo durante el cual nos hemos especializado en el diseño y fabricación de productos plásticos termosellados por alta frecuencia, termoformados y confeccionados.



- **Cosmetiqueras, Material Promocional para Kits, Morrales, Maletines, Monederos Etc.**
- Pastas con Herrajes, Protectores, Forros, Sobres y Pastas para recordatorios.
- **Empaque de Ropa Interior, Informal y Vestidos de Baño.**
- Cojines Deportivos, Tarjeteros, Botiquines, Porta CD, Foto álbum.
- **PortaBlock, Maletines, Portafolios, Escarapelas.**
- Empaque para Productos de Ropa Hogar.
- **Cajas en Vipack**

Comuníquese con nosotros:

Oscar González Espitia  
 Mercadeo y Ventas  
 Cali - Valle de Cauca  
 Cel 310-8676626  
 email: oscargonzalez@tecniplas.com.co

visite nuestra pagina web

[www.tecniplas.com.co](http://www.tecniplas.com.co)

Publireportaje Comfenalco  
 pendiente el arte por parte del cliente

Publireportaje Enfoque Corporativo  
pendiente el arte por parte del cliente

Aviso publicitario

MARKETING SUPERIOR



CORPORACIÓN  
**UNIVERSITARIA**  
**CENTRO SUPERIOR**

*¡Siempre Superior!*

**MARKETING SUPERIOR**

CUCES

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](http://www.cuces.edu.co)