

UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS**

**Relaciones Publicas en el Departamento de la
Comisión de Agua Potable y Alcantarillado**

TRABAJO MONOGRÁFICO

Para Obtener el Grado de

Licenciado en Sistemas Comerciales

PRESENTA

Claudio Miguel López Herrera

SUPERVISORES

M.C. Edgar Sansores Guerrero

M.C. Juana Edith Navarrete Marneou

M.C. Nancy Quintal García

Chetumal, Quintana Roo 2012

UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

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

LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES

COMITÉ

SUPERVISOR: _____

M.C. Edgar Sansores Guerrero

SUPERVISOR: _____

M.C. Juana Edith Navarrete Marneou

SUPERVISOR: _____

M.C. Nancy Quintal García

Chetumal, Quintana Roo, Noviembre de 2012

AGRADECIMIENTOS:

A mi madre la Lic. María del Carmen Herrera Canto, que siempre ha dedicado su vida entera para velar por mi futuro y el de mi hermano, que sin duda es responsable de todos mis logros, que con su cariño y esfuerzo ha logrado hacerme un hombre de bien, para ti con todo mi amor.

A mis hermano José Miguel , por compartir conmigo lo más valioso de la vida, la familia.

A toda la familia por su apoyo y valiosos consejos, a todos sin excepción que formaron parte de este logro.

A mis maestros por su dedicación, sabiduría y apoyo, al Mtro. Edgar , Mtra. Edith, Mtra. Nancy, Mtro. Zapata, Mtro. Granados, a todos, por que siempre estaban ahí para resolver nuestras dudas en la escuela o simplemente para aconsejarnos como buenos amigos, gracias por que fueron parte fundamental para la terminación de mi carrera profesional.

Sin duda a mis compañeros de la carrera, por el apoyo mutuo, por esas noches de desvelo que han llegado a su final.

Mil gracias a todos ustedes, con amor.

Claudio Miguel Lopez Herrera

CONTENIDO

	<i>PAG</i>
Introducción.	
I.-Introducción	7
II.- Objetivo general	7
III.- Objetivos específicos	8
IV.- Breve Descripción del Contenido de la Tesis	8
Capítulo 1.- La Universidad de Quintana Roo	
1.1 Antecedentes	11
1.2 Características de la Institución	13
1.3 Modelo de Educación Superior	14
1.4 Misión y Visión	16
1.5 Valores de la Universidad de Quintana Roo	18
1.6 Principales elementos	19
1.7 Escudo	20
1.8 Lema	21
1.9 Bibliotecas	22
1.10 Departamento de Computo y Telemática	26
1.11 Licenciatura en Sistemas Comerciales	30
1.11.1 Justificación de Licenciaturas	30
1.11.2 Objetivo Curricular	32
1.11.3 Perfil del aspirante	32
1.11.4 Perfil del egresado	34
1.11.5 Actividad Profesional	36
1.11.6 Organización de la Carrera	36
1.11.7 Mapa curricular	42
1.11.8 Requisitos de titulación	46

1.11.9 Descripción de Asignaturas Generales	46
1.11.10 Mapa Curricular por Semestre	60
Capítulo 2.- Comisión de Agua Potable y Alcantarillado del Estado de Q. Roo (CAPA)	
2.1 Antecedentes de la CAPA	65
2.2 CAPA Quintana Roo	66
2.3 Campañas de Cultura del Agua	72
2.4 Organigrama CAPA	75
2.5 Misión y Visión de la CAPA	76
2.6 Objetivos	76
2.7 Organización	78
2.8 Logotipo	92
2.9 Descripción de Funciones Administrativas	93
2.10 Funciones desempeñadas en la Dirección de Relaciones Publicas	95
2.11 Sobre la información profesional y área laboral	97
2.12 Análisis de las asignaturas de formación profesional y su aplicación en el área laboral	98
2.13 Análisis sobre la importancia de la Licenciatura de Sistemas Comerciales y la Universidad de Quintana Roo	100
Capítulo 3.- Experiencia Laboral	
3.1 Experiencia Profesional Personal	102
Capítulo 4.- Conclusiones y Recomendaciones	
4.1 Conclusiones	105
4.2 Recomendaciones	106
Bibliografía	107

INTRODUCCIÓN

I.- Introducción

Una de las principales actividades de Gobierno del Estado es el manejo de sus recursos, ya sean legales, fiscales, etc., llegando éstas actividades en forma de bienes y servicios para la ciudadanía. Es evidente que las acciones que realice el Gobierno son muy importantes y más al prestar un servicio eficiente a los usuarios es por ello que es necesario capacitar, preparar al personal, y tener mejores lugares de servicio, estas son oficinas en donde se participa de manera directa con los mismos para que puedan orientar e informar de las cuestiones que éste presenta y de esta forma poder lograr un buen servicio a la población en general. Los bienes y servicios públicos sirven para dar la atención y resolución de las demandas y problemas que surjan.

Por consiguiente si no se lleva a cabo debidamente este servicio, el sector público pierde su credibilidad como gestor del bien ciudadano, haciendo que éstos mismos exijan la aplicación en sus principios de eficiencia y eficacia obligando a este sistema a crear y plantear una nueva filosofía de actuación ante el sector público.

Es por ello que en la presente Monografía explico lo grato que ha sido para mi integrarme a esta Dirección de Relaciones Publicas de la CAPA, ubicada en la Av. Efraín Aguilar No. 210; dirección que se ha dedicado a partir del año de 2007.

II- Objetivo general

Describir la labor que desempeña un egresado de Sistemas Comerciales en la Dirección de Relaciones Publicas de la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado de Quintana Roo, la cual tiene como principales responsabilidades mantener una buena imagen con la sociedad y los trabajadores de la Comisión.

III – Objetivos específicos

- Elaborar un análisis descriptivo del modelo educativo de la Universidad de Quintana Roo, así como de su estructura organizacional.
- Describir el perfil de la carrera de sistemas comerciales.
- Describir las características distintivas de la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado; así como de su Dirección de Relaciones Publicas.
- Analizar y evaluar los resultados de la experiencia laboral.

IV.- Breve descripción del contenido de la monografía

La Comisión del Agua Potable y Alcantarillado, tiene como objetivo primordial, brindar el mejor de los servicios, montando una infraestructura humana y material de primera calidad, se ha preocupado por llevar a cada rincón de nuestra ciudad y nuestro estado el servicio de agua potable, haciendo un esfuerzo desde la extracción del agua en los manantiales y ríos subterráneos, para llevar a cabo el proceso de tratamiento y por último llevarlo hasta su casa.

La CAPA Por lo mismo se compromete con la ciudadanía a la cual le debemos y servimos el vital líquido indispensable en nuestros hogares. Convirtiéndose en uno de los principales elementos distribuidores de la riqueza en México.

Por la prestación de los servicios los usuarios se encuentran obligados al pago de la contraprestación derechos de acuerdo con lo que establece el artículo 11 de la Ley de Agua Potable y Alcantarillado del Estado de Quintana Roo.

De conformidad con lo que establece el Código Fiscal del Estado, los derechos a que obliga la Ley de Agua Potable son contribuciones, que al igual que los

impuestos y las contribuciones de mejoras deben enterarse para cubrir el gasto público.

Por otra parte los cambios que se presentan actualmente apuntan hacia una integración cada vez mayor de los procesos económicos entre las entidades, tanto al interior como al exterior de los países.

Dentro de esta integración económica el papel de los sistemas de comercialización cobra, cada día, mayor importancia y aumenta de tal forma su cobertura y su especialización que resulta indispensable contar con profesionistas que tengan amplios conocimientos al respecto.

El sureste mexicano y particularmente en la región del Caribe en estos días, esta situación se hace más patente; por ello, la Universidad de Quintana Roo ofrece la Licenciatura en Sistemas Comerciales, para contribuir al fortalecimiento de la entidad mediante la optimización de los procesos de producción y distribución de la zona con el resto del mundo.

El objetivo de la Licenciatura en Sistemas Comerciales es la formación de profesionistas con amplio dominio de conocimientos teóricos y de habilidades prácticas en las áreas de desarrollo y distribución de bienes y servicios tanto nacionales como extranjeros. De manera tal, que puedan aplicarlo en su entorno y que, bajo un marco de aprovechamiento racional de los recursos y de relaciones comerciales interregionales, contribuyan al desarrollo armónico de la entidad.

Capítulo 1

La Universidad de Quintana Roo

UQROO



Universidad de Quintana Roo

1.1 Antecedentes

Quintana Roo es la entidad federativa más joven del país, con un impresionante ritmo de crecimiento en su economía, su población, y con una privilegiada ubicación geográfica que lo sitúa hoy como la puerta de México hacia el Caribe y Centroamérica. Esta región es heredera del legado histórico y cultural de los mayas, al tiempo que se ha convertido en una provincia cosmopolita con fuerte proyección internacional. En este contexto, ha surgido la Universidad de Quintana Roo como la opción de excelencia en la formación de recursos humanos profesionales necesarios para impulsar un desarrollo con equidad social y con responsabilidad en el manejo de los recursos naturales.¹

El Gobierno del Estado de Quintana Roo el 31 de Mayo de 1991 publica en el Periódico Oficial el Decreto “Por el que se crea la universidad de Quintana Roo como un organismo descentralizado y de interés público y social del Estado de Quintana Roo”.

La Universidad de Quintana Roo inició el curso de prerrequisito en el otoño de 1991 y sus cursos para la primera generación en la Primavera de 1992, y desde entonces ha sido concebida como una institución moderna a partir de un modelo denominado “Nueva Universidad Mexicana”, que recoge la experiencia histórica del desarrollo universitario en el mundo y en el país, el cual fue adaptado puntualmente a las condiciones de la región.

La oferta educativa inicial fue de ocho licenciaturas: Antropología, Derecho, Sistemas Comerciales, Ingeniería Ambiental, Sistemas de Energía, Relaciones Internacionales y Lengua Inglesa. Hoy, a 18 años de distancia, la Universidad ofrece 29 programas educativos y se conservan las carreras originales. En la entidad quintanarroense, la UQROO es la única institución educativa de nivel

¹ Decreto de Creación de la Universidad de Quintana Roo

superior que ofrece los cuatro niveles más importantes que reconoce el sistema.²

El compromiso que tiene la Universidad de Quintana Roo al ofrecer la educación superior de calidad, es el de disminuir la migración hacia otros estados en busca de educación y a la vez hacerla accesible a las personas de escasos recursos.

La Universidad de Quintana Roo es una Institución que por su situación geográfica, puede ofrecer alternativas de educación superior para los países Centroamericanos y del Caribe, y es por esa característica en la que se ha inspirado en sus planes de estudio y oferta académica.

En 1998 la Universidad expande sus servicios universitarios hacia otras regiones del estado, creando la Unidad Cozumel, la cual abrió formalmente sus actividades el 28 de agosto de ese año, a pesar de su corta existencia, la UQROO ha concretado significativos avances en materia de docencia, investigación extensión y vinculación con su entorno.

Por su modelo educativo centrado en la innovación, la calidad, la vinculación y la multidisciplina, se ha convertido en la mejor opción de educación superior en el Sureste Mexicano.

Con el Plan Estratégico de Desarrollo 1999-2002 (PLADES 1999-2002) aprobado por el H. Consejo Universitario en sesión el 5 de noviembre de 1999, esta casa de estudios continuará en un firme proceso de consolidación, con bases sólidas que ya permiten establecer una presencia estatal y regional significativa, a la par de alcanzar excelencia académica, relevancia y prestigio nacional e internacional.

² Gaceta Uqroo No. 41, publicada en el mes de agosto 2007

1.2 Características de la Institución

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

a) Impartir educación superior en los niveles de licenciatura, estudios de postgrado, cursos de actualización y especialización bajo diferentes modalidades de enseñanza para formar profesionistas, profesores e investigadores que requiere el Estado de Quintana Roo, la región y el país. Ello mediante la formación de individuos de manera integral con clara actitud humanista, social y científica, dotados de espíritu emprendedor, innovador y de logro de objetivos; encauzados a la superación personal, comprometidos con el progreso del ser humano, del aprecio a la patria y a la conciencia de responsabilidad social.

b) Organizar, fomentar y generar nuevos conocimientos mediante programas de investigación científica, humanística, social, cultural y de desarrollo tecnológico, buscando resolver las necesidades de la sociedad quintanarroense y del país en general.

c) Organizar, fomentar y realizar programas y actividades relacionadas con la creación artística, la difusión y extensión de los beneficios de la cultura que propicien el avance en su conocimiento y desarrollo.

d) Contribuir a la preservación, enriquecimiento y difusión del acervo científico, cultural y natural del Estado de Quintana Roo, de la región y del país De naturaleza eminentemente social que propicia la participación de la sociedad a través de sus opiniones, demandas y requerimientos sociales. Con un sistema financiero diversificado que no sólo estimula la generación de ingresos propios sino que propicia una mayor participación social en el financiamiento de la universidad.

1.3 Modelo de Educación Superior

El modelo educativo se plasmó hace 15 años en el Decreto de Creación de la Universidad.

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

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

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

Dentro de esta calidad e innovación que la Universidad de Quintana Roo busca se encuentra la formación del Programa de Innovación Educativa el cual esta integrado por los programas de:

- Investigación Educativa.
- Diseño Curricular.

- Formación Docente.
- Tecnología Educativa.
- Evaluación Docente.

Este programa tiene como propósito central apoyar en la formación y actualización de la planta docente de la Universidad de Quintana Roo y generar información para la mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje respondiendo a los nuevos paradigmas educativos.

En cuanto a la investigación, la UQROO deberá contar con cuerpos académicos que desarrollen investigación mediante proyectos multidisciplinarios e interinstitucionales, con la participación de estudiantes y con una relevante producción.

En la difusión cultural, contará con un Programa de promoción y divulgación artística y científica como parte de la formación integral de los estudiantes y con importantes aportaciones a toda la población.

La vinculación de la Universidad con los sectores sociales (particularmente con los del estado de Quintana Roo) tenderá a consolidarse como apoyo indispensable para el desarrollo estatal de todos los sectores, y contará con la colaboración y la participación corresponsable de la comunidad social.

El intercambio académico de la Universidad se llevará a cabo mediante proyectos académicos de docencia e investigación de carácter interinstitucional, y creará programas de movilidad nacional e internacional de estudiantes y profesores.

En cuanto a sus funciones adjetivas, la UQROO se ha propuesto desarrollar sistemas administrativos eficientes, ágiles y oportunos en apoyo a las funciones académicas; un desarrollo planificado de su infraestructura física en todos los campus; el fortalecimiento de mecanismos de obtención de recursos alternos de financiamiento; la racionalidad en el gasto; y ser autosuficiente

financieramente. También se propone efectuar una revisión integral de la suficiencia y congruencia del marco normativo; conseguir una operación regulada de los instrumentos de normatividad administrativa; y consolidar los sistemas institucionales de Planeación-Programación-Presupuestación-Evaluación, así como el sistema de información y el de evaluación institucional de procesos y productos.

Los cuerpos académicos están formados por investigadores de reconocido prestigio, la mayoría de ellos se encuentran en consolidación y algunos se reconocen como consolidados y participan en redes de colaboración nacionales e internacionales.

Al menos el 50% de los profesores investigadores de carrera tienen el perfil deseable, con capacidad pedagógica para crear situaciones que propician y estimulan el aprendizaje , exhiben comportamientos ejemplares, éticos y morales en su desempeño y están inmersos en un proceso de actualización y mejora continua.

El sistema institucional de información es integral y facilita la toma de decisiones estratégicas en los distintos niveles de gestión, por lo que el acceso y transparencia a la información asegura su confiabilidad y certidumbre a la comunidad universitaria y a la sociedad en su conjunto.

1.4 Misión y Visión

La misión esencial de la Universidad de Quintana Roo es: contribuir al desarrollo social, económico, cultural y profesional de la entidad; haciendo una decisiva aportación a la reflexión crítica colectiva, dentro de una permanente búsqueda de la excelencia académica y una vigorosa vinculación con la sociedad.

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

estrecha como la que se plantea, se traduce en que la sociedad esté en capacidad de participar de manera propositiva en la determinación de las actividades universitarias de acuerdo con sus funciones, ofrecer información; colaboración y apoyos; conocer los avances, resultados y productos del quehacer universitario; analizar y valorar la marcha general de la institución; y conocer oportunamente el destino y uso de los recursos.

Tal relación con la sociedad, debe permitir que los esfuerzos de formación, investigación y desarrollo emprendidos por profesores y estudiantes de la universidad, redunden en un doble beneficio: para la sociedad en su conjunto y para la formación individual de los universitarios.

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

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

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

1.5 Valores de la universidad

La Universidad incorporará los principios de multidisciplinaria e interdisciplinaria para responder a las tendencias actuales de desarrollo del conocimiento que permiten avanzar en la búsqueda de soluciones integrales ante la complejidad de los fenómenos sociales y naturales.

Se señala que estos principios no implican la dispersión del conocimiento sino abordar la interdependencia y la diversidad de perspectivas teóricas desde una sólida formación disciplinaria.

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

Finalidad de la Universidad de Quintana Roo

De conformidad con lo establecido en el Artículo 5 de su Ley Orgánica, “la Universidad de Quintana Roo, como Institución de educación superior de carácter público, al servicio de la sociedad tiene como finalidad esenciales”.

- a) Impartir educación superior en los niveles de licenciatura, estudios de postgrado, cursos de actualización y especialización bajo diferentes modalidades de enseñanza para formar profesionistas, profesores e investigadores que requiere en Estado de Quintana Roo, la región y el país. Ello mediante la formación de individuos de manera integral con clara actitud humanista, social y científica, dotados de espíritu emprendedor, innovador y de logro de objetivos encauzados a la superación personal, comprometidos con el progreso del ser humano, del aprecio a la patria y a la conciencia de responsabilidad social.

- b) Organizar, fomentar y generar nuevos conocimientos mediante programas de investigación científica, humanística, social, cultural y de desarrollo tecnológico, buscando resolver las necesidades de la sociedad quintanarroense y del país en general.

- c) Organizar, fomentar y realizar programas y actividades relacionadas con la creación artística, la difusión y extensión de los beneficios de la cultura que propicien el avance en su conocimiento.

- d) Contribuir a la preservación, enriquecimiento y difusión del acervo científico, cultural y natural del Estado de Quintana Roo, de la región y del país de naturaleza eminentemente social que propicia la participación de la sociedad a través de sus opiniones, demandas y requerimientos sociales. Con un sistema financiero diversificado que no solo estimula la generación de ingresos propios sino que propicia una mayor participación social en el financiamiento de la universidad.

1.6 Principales Elementos

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

- a) Orientada hacia una vigorosa vinculación con la sociedad, que se manifieste, tanto en su normatividad y estructura, como en sus funciones y quehacer institucional;

- b) Con una misión social de carácter regional, que paralelamente a su atención a las demandas del Estado de Quintana Roo y del Sureste Mexicano, proyecte sus actividades hacia Centroamérica y el Caribe;

- c) Empeñada en el mejoramiento continuo y en la planeación y evaluación sistemáticas, en tanto que son procesos vitales para su superación institucional y para lograr una mayor, mejor y más adecuada respuesta social y por el avance del conocimiento, de la cultura y de las artes;

1.7 Escudo



Autor: J. Enrique Hernández Rodríguez.

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

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

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

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

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

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

1.8 Lema

“Fructificar la razón:
trascender nuestra cultura”

Autor: Maribel Rubí Urbina Reyes.

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

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

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

1.9 Bibliotecas

Las universidades, a través del tiempo, han desempeñado un papel medular en la generación y transmisión del conocimiento.

En la actualidad se ha diversificado, por un lado, la capacidad para generar nuevos conocimientos y, por otro, se ha multiplicado de manera vertiginosa, las opciones para recuperar, transmitir, difundir y apropiarse de información.

En este contexto, una de las columnas que sostiene el desempeño académico universitario y que a la vez permite la continuidad en la formación profesional de estudiantes en cada una de las áreas del conocimiento humano, lo constituye la biblioteca.

La biblioteca se erige así como un fuerte pilar que apoya las funciones sustantivas y adjetivas de la universidad, y para ello, se aboca a seleccionar, adquirir, organizar, conservar y disponer con calidad y eficiencia a la comunidad universitaria que sirve, los múltiples y variados servicios de información.

La convicción del rol tan importante que juega la biblioteca en el desempeño de la función académica conduce a una búsqueda permanente de brindar la máxima satisfacción a las necesidades informativas del usuario a través de recursos pertinentes y relevantes y excelente calidad humana en los servicios.

a) MISION

Contribuir a la formación integral de profesionistas competitivos y al proceso de generación de nuevo conocimiento, proporcionando oportunamente recursos y servicios informativos de alta calidad.

b) VISION

Ser el máximo entorno favorable para el aprendizaje y la generación de nuevo conocimiento que satisfaga las necesidades de información y del conocimiento entre la comunidad universitaria.

c) VALORES COMPARTIDOS

- Servicios de información basados en la innovación
- Trabajo en equipo con actitud de servicio
- Elevar la cultura de gestión de la información
- Nunca estar satisfechos, Ser siempre mejores

d) META

Lograr un mejor servicio al usuario a través de espacios óptimos, colecciones amplias y disponibles, trámites mínimos y, de manera muy especial, atención personalizada de alta calidad.

e) SERVICIOS BIBLIOTECARIOS.

Préstamo en sala

Este servicio le permite utilizar los materiales bibliográficos en forma directa e inmediata dentro de los espacios de la biblioteca.

Préstamo a domicilio

Mediante el cual puede disponer, simultáneamente, de cinco libros para ser utilizados fuera de la biblioteca por un periodo de hasta cinco días.

Préstamo ínter bibliotecario

A través de este servicio puede tener a su alcance, previa solicitud al módulo de Circulación y Préstamo, materiales de otras bibliotecas con las que se tengan convenio. Este servicio sólo se otorga a los miembros de la comunidad universitaria.

Orientación y consulta

El personal de la biblioteca esta capacitado para orientar acerca de la organización y servicios que se ofrecen en la biblioteca, el acceso a la información mediante el uso del catálogo en línea, o en su caso llevar a cabo una visita guiada.

Investigación documental

Servicios en línea y locales de bases de datos, referencias bibliográficas, textos completos de revistas, libros, tesis, etc

Cubículos

Para el estudio e investigación en equipo se tiene acondicionado un número determinado de cubículos, el préstamo de estos requiere de un registro previo en el módulo de consulta.

Aulas Informáticas

La biblioteca universitaria dispone de dos aulas informáticas con veinte computadoras cada una, además cuenta con una sala de consulta electrónica con equipo multimedia, todas equipadas con procesadores de texto y conectadas a la red mundial de información, a través de éstas se puede acceder a bases de datos locales y remotas, enviar mensajes por correo electrónico, realizar trabajos académicos e imprimir los documentos.

Formación de usuarios de información

Con el propósito de aprovechar, de manera eficiente, el potencial de información y conocimiento contenidos en los diferentes recursos informativos que posee la biblioteca de la UQROO y desarrollar una cultura de la información entre los usuarios de la misma, se tiene el programa "Formación de usuarios", el cual comprende los cursos y talleres sobre el uso y manejo de la información.

Bases de datos disponibles

El sistema bibliotecario de la institución dispone para el apoyo de la oferta educativa para los niveles de pregrado y postgrado, un paquete de bases de datos, estos son:

- Biblioteca virtual que ofrece el acceso en línea a más 37 bases de datos referenciales y de texto completo. Este paquete contiene bases de datos

especializadas y multidisciplinarias. La disponibilidad de este paquete fue a partir del año 2001 al conformarse el consorcio de bibliotecas universitarias de la Red de Bibliotecas de la Región Sur Sureste de la ANUIES (REBIS) A los tres paquetes mencionados se agregan dos más,

- Proquest Con más de 1.6 millones de entradas, Digital dissertations, representa el trabajo de graduados de más de 1000 escuelas y universidades. Se agregan 47000 nuevas disertaciones y 12000
- OCLC , FirstSearch es un servicio en línea que da acceso a los profesionales bibliotecarios y usuarios a una abundante colección de bases de datos de referencia. Con FirstSearch, el material aparece destacado en los resultados de búsqueda en docenas de bases de datos importantes.
- Springer SpringerLink es líder mundial en bases de datos interactivas para libros y revistas STM. Más de 10 millones de computadoras tienen conexión directa a SpringerLink y visualizan millones de páginas cada mes.
- Ebsco Host Paquete de 5 bases de datos de información en todas las áreas con 3,200 publicaciones periódicas académicas y texto completo para 2,280.

f) COLECCIONES

Colección General. Está integrada por más de 30,479 volúmenes, fundamentalmente, desarrollada para apoyar el aprendizaje relacionado con los programas de docencia e investigación de la propia institución.

Hemeroteca. Esta sección se conforma por 191 títulos de revistas científicas, técnicas y generales vigentes por suscripción; además ocho periódicos, dos locales, cuatro regionales y tres nacionales.

Mapoteca. Está conformada por más de 502 cartografías, la mayoría corresponden a la Península de Yucatán y son editadas por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

Videoteca. Se conforma por más de 440 videocintas de diversa temática, existe un catálogo que proporciona información de cada uno de los títulos de los videos disponibles para su consulta en dicha sección.

Base de datos en disco compacto. Estas son una fuente más de información que la biblioteca pone a disposición de la comunidad universitaria, la información contenida en estas bases de datos son bibliográficas, estadísticas y de texto completo.

1.10 Departamento de Cómputo y Telemática

El modelo educativo de la universidad impulsa fuertemente el uso de las TIC's (Tecnologías de la Información y la Comunicación) con el objetivo de mantener la competitividad de nuestros estudiantes, con ese fin las bibliotecas de la Universidad de Quintana Roo apoyan con el servicio de préstamo de equipo de cómputo y la Red Universitaria de Cómputo.

a) LEMA

“Tecnología e Innovación a su servicio”

b) VALORES

Compromiso Institucional

Innovación

Actitud de Servicio

Calidad

Respeto

c) MISIÓN

Proporcionar servicios y soluciones de tecnologías de información de calidad que contribuyan al mejoramiento del proceso enseñanza aprendizaje y de la gestión administrativa con el aprovechamiento óptimo de los recursos.

d) VISIÓN

Ser un centro líder innovador en soluciones de tecnologías de información al servicio de la universidad y de la sociedad.

e) EQUIPOS

El sistema bibliotecario, integrado por la biblioteca Santiago Pacheco Cruz y la biblioteca Sara María Rivero Novelo, cuentan con una gran infraestructura tecnológica distribuida de la siguiente manera:

Equipos	SPC	SMRN
Computadoras para usuarios. (aulas y cubículos)	100	43
Computadoras para catálogos en línea.	8	7
Computadoras para servicios al usuario. (circulación)	2	1
Computadoras de áreas administrativas.	9	3
Equipos automatizados. (autopréstamo)	1	1
Walldisplay	1	0
Servidores	3	1

Fuente: Centro de Computo Universitario

Principales Laboratorios

Es de suma importancia para la universidad contar con laboratorios equipados para contribuir a la formación de estudiantes, motivando a la investigación y con ello lograr un desarrollo científico, y tecnológico.

La investigación es una actividad prioritaria cuyos resultados de alta calidad y pertinencia le dan prestigio a la institución. Las líneas de generación y aplicación innovadora del conocimiento están bien definidas, existen lineamientos institucionales adecuados de operación y evaluación. Así como una clara definición respecto al balance entre la investigación básica y aplicada.

- Ingeniería Ambiental
- Sistemas de Energía
- Meteorología
- Diseño y dibujo asistido por computadora
- Antropología

Principales Programas Culturales

- Artes plásticas
- Creación literaria
- Danza folklórica y contemporánea
- Bailes caribeños
- Bailes españoles
- Rondalla
- Teatro
- Ballet Clásico
- Coro Universitaria

Entre las principales actividades artísticas, deportivas y culturales destaca la participación de la Universidad en:

- Jornadas estudiantil de lengua y cultura
- Eventos culturales y deportivos en el estado y la región
- Festivales y celebraciones tradicionales en municipios

- Operación de un radio vía Internet
- Concursos artísticos y competencias deportivas locales, regionales y nacionales

Proyecto de Vinculación

La universidad asume su compromiso de liderazgo en el entorno al generar oferta para la formación continua y flexible de capital humano, en términos de la atención a las necesidades y demandas de sus egresados, de los sectores social, público y privado, los que a su vez aprovechan las capacidades de innovación, educación abierta y a distancia.

- Apoyo y capacitación al Comercio al Detallista (PROMODE)
- Prestación de servicio social y asesoría a CRECE
- Participación en el proyecto incubadora de empresas con la SECOFI y el Gobierno del Estado de Quintana Roo.

Convenios con Organismos Nacionales e Internacionales

La universidad participa en alianzas estratégicas en su entorno local, regional e internacional a través de cada programa académica, así como de sus centros de extensión generando propuestas de soluciones a las necesidades de la sociedad, las estancias profesionales son un sólido vínculo con el sector empresarial .

Actualmente la Uqroo mantiene 43 convenios relacionados con las actividades de intercambio estudiantil y docente, estancias profesionales, servicio social y comunitario entre ellos:

- Convenios de intercambio académica con University of Rhode Island, Universidad de la Habana y University of North Texas
- Convenio de colaboración institucional y académico con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- Convenio de servicio social con la Secretaría de Desarrollo Social.

1.11 Licenciatura en Sistemas Comerciales

1.11.1 Justificación

A lo largo de la última década, la sociedad en su conjunto se ha visto inmersa en un proceso de desarrollo que se ha caracterizado por una dinámica de cambio permanente. Este acelerado desarrollo del entorno social, económico y político se ha manifestado y ha impactado a cada sector de la sociedad en su conjunto, a las empresas, a los gobiernos y cada familia e individuo que los conforma y que se desenvuelve en ellos.

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

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

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

El presente proyecto de actualización obedece a estas consideraciones estrategias y se basa en un detallado y cuidadoso análisis de la problemática y

de las necesidades y líneas de desarrollo planteadas en el Plan de Desarrollo Estatal, del Plan de Desarrollo Institucional y de las experiencias adquiridas en más de una década de trabajo académico y de investigación, involucrando en la metodología de análisis participativa a los estudiantes egresados, los estudiantes actuales, a académicos de la propia institución así como pares de instituciones similares y a los empresarios que eventualmente aprovechan las capacidades de los recursos humanos formados en la universidad.

Para que el estudiante pueda adquirir las competencias que exigirá su entorno, la presente propuesta estructurada en un marco de pertinencia-factibilidad incorpora elementos innovadores como son los siguientes: *Flexibilidad curricular* de manera que cada estudiante pueda definir su programa de acuerdo a sus intereses y a su dinámica y que en el proceso de hacerlo se abra la posibilidad a la innovación y sé de respuesta a las necesidades de la sociedad. Un concepto central es el de considerar que el estudiante debe ser responsable de su propia formación, debe poder escoger lo que quiere estudiar y así configurar bajo la tutela del profesor tutor su propio desarrollo.

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

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

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

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

Investigación y extensión como estrategia de aprendizaje y de vinculación con

el entorno, tanto a lo interno de la universidad como con el exterior.

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

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

1.11.2 Objetivo Curricular

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

1.11.3 Perfil del Aspirante

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

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

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

Ser capaz de insertarse en el proceso de desarrollo de sistemas comerciales que permitan ofrecer bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades del consumidor.

Implementar alternativas de comercialización a través de estrategias de ventas y de negociación que permitan la estabilidad del sistema comercial en beneficio de los actores del mismo y de la sociedad en general.

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

Diseñar y desarrollar estrategias de negocios que permitan el desarrollo de bienes y servicios orientados a la satisfacción de necesidades de los consumidores en los mercados regionales, nacionales e internacionales.

Analizar, diagnosticar y administrar los procesos de gestión de las empresas en cuanto al sistema comercial en que se insertan generando planes y proyectos en las áreas funcionales que permitan un proceso de mejoramiento continuo de su relación con el mercado.

Desarrollar iniciativas empresariales que basen su competitividad en el manejo de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC) científicas y administrativas.

Desarrollar un claro compromiso con el bienestar de los individuos y de la sociedad.

Desarrollar iniciativas empresariales tomando en cuenta los principios del desarrollo sustentable, la conservación, manejo y utilización responsable de los recursos naturales, la equidad y el respeto a la diversidad.

1.11.4 Perfil del Egresado

Como Licenciado en Sistemas Comerciales se habrán adquirido los conocimientos y desarrollado las habilidades para cumplir con las siguientes funciones:

Ser capaz de insertarse en el proceso de desarrollo de sistemas comerciales que permitan ofrecer bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades del consumidor.

Implementar alternativas de comercialización a través de estrategias de ventas y de negociación que permitan la estabilidad del sistema comercial en beneficio de los actores del mismo y de la sociedad en general.

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

Diseñar y desarrollar estrategias de negocios que permitan el desarrollo de bienes y servicios orientados a la satisfacción de necesidades de los consumidores en los mercados regionales, nacionales e internacionales.

Analizar, diagnosticar y administrar los procesos de gestión de las empresas en cuanto al sistema comercial en que se insertan generando planes y proyectos en las áreas funcionales que permitan un proceso de mejoramiento continuo de su relación con el mercado.

Desarrollar iniciativas empresariales que basen su competitividad en el manejo de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC) científicas y administrativas.

Desarrollar un claro compromiso con el bienestar de los individuos y de la sociedad.

Desarrollar iniciativas empresariales tomando en cuenta los principios del desarrollo sustentable, la conservación, manejo y utilización responsable de los recursos naturales, la equidad y el respeto a la diversidad.

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

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

Valores:

Justicia, Compromiso, Honestidad, Responsabilidad, Solidaridad, Tolerancia, Respeto, Disciplina, Ética, Calidad en el estudio.

Actitudes

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

Habilidades:

Liderazgo, Autoaprendizaje, Razonamiento crítico, Tomar Decisiones, Visión, Innovación, Creatividad, Asertividad, Planeación y Organización del Trabajo, Trabajo en equipo, Investigación, Lectura y redacción, Análisis y síntesis, Comunicación Oral y Escrita en Español, Análisis e interpretación de datos, Relaciones interpersonales, Facilidad del manejo del idioma inglés, Manejo de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC).

1.11.5 Actividad Profesional

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

Participar en la formulación y desarrollo de nuevas iniciativas empresariales.

Colaborar con empresas de cualquier tipo y conformación en las actividades de producción y comercialización de bienes y servicios enfocados a los mercados nacionales e internacionales.

Como consultor para empresas brindando servicios de asesoría en las diferentes áreas profesionales que le son propias.

En el sector público colaborando en actividades de desarrollo económico y social.

Asimismo podrá dedicarse a actividades de investigación y docencia.

1.11.6 Organización de la Carrera

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

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

El programa se diseñó con la siguiente estructura:

Asignaturas Generales.

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

Asignaturas Divisionales.

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

Asignaturas de Concentración Profesional.

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

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

Como factor de flexibilidad se ha determinado que hasta el equivalente de 80 créditos correspondientes a las asignaturas de Concentración Profesional podrán ser cursadas en cualquier institución de educación superior en el país o en el extranjero con las que se establezcan alianzas y programas de cooperación e intercambio e inclusive en otras que por la compatibilidad de programas y de enfoques metodológicos resulte conveniente. En cualquier caso, los estudios realizados en otra institución de educación superior deberán ser bajo recomendación del tutor y aprobación de la academia para asegurar la transferencia de los créditos correspondientes de acuerdo a la normatividad que para ello determine la propia academia.

Asignaturas de Apoyo.

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

RANGO DE CREDITOS A CUBRIR POR TIPO DE ASIGNATURA

Tipo de Asignatura		Número mínimo de créditos	Número máximos de créditos
AG	Asignaturas Generales	45	69
AD	Asignaturas Divisionales	18	24
ACP	Asignaturas de Concentración Profesional	232	232
AP	Asignaturas de Apoyo	10*	10*
	Total	305	335

* Créditos de apoyo de 10 en adelante

Los créditos totales requeridos son 305, de los cuales el alumno podrá cursar en otra institución hasta un 15.3% de los créditos correspondientes a concentración profesional, siempre y cuando siga los lineamientos establecidos en el artículo 98 del Reglamento de Estudios Técnicos y de Licenciatura de la UQROO.

Asignaturas Generales.

- Lógica
- Matemáticas
- Escritura y Comprensión de Textos
- Seminario de Problemas Regionales
- Ética
- Redacción e Investigación Documental
- Teoría y Práctica de la Comunicación
- Inglés Introductorio
- Inglés Básico
- Inglés Pre-Intermedio
- Inglés Intermedio

Asignaturas Divisionales.

- Metodología de Investigación en Ciencias Sociales
- Historia y Cultura Regional
- Problemas Sociales Contemporáneos
- Introducción al Estudio del Derecho

Asignaturas de Concentración Profesional.

- Microeconomía
- Macroeconomía

- Administración
- Economía y la Empresa
- Matemáticas I
- Contabilidad Básica y Administrativa
- Matemáticas Financieras
- Contabilidad de Costos
- Mercadotecnia
- Desarrollo Económico Regional
- Estadística
- Derecho Mercantil
- Planeación Estratégica
- Derecho Fiscal
- Recursos Humanos
- Comercio Internacional I
- Operaciones Bancarias y Financieras
- Comercio Internacional II
- Función Financiera y Análisis de los Estados Financieros
- Análisis y Evaluación de Proyectos
- Conducta del Consumidor
- Investigación de Mercados I

- Investigación de Mercados II
- Sistemas de Distribución y Transporte
- Estrategia de Producto
- Promoción y Publicidad
- Estrategia de Ventas
- Proyecto Empresarial I
- Proyecto Empresarial II
- Seminario de Mercadotecnia
- Inglés para negocios
- Seminario de Investigación I
- Seminario de Investigación II
- Optativa I de Mercadotecnia
- Optativa II de Mercadotecnia
- Optativa I de Administración
- Optativa II de Administración
- Inglés para negocios

Asignaturas de Apoyo En este bloque se suman distintos tipos de créditos:

Asignaturas impartidas en otras licenciaturas de la UQROO

Actividades culturales

Actividades deportivas

1.11.7 Mapa Curricular

El mapa curricular se define como la estructura organizativa y secuencial de las asignaturas bajo el supuesto de que el estudiante pueda dedicar el cien por ciento de su tiempo a los estudios. Sin embargo es necesario considerar que esto no es la regla común y que habrá estudiantes que debido a la necesidad de trabajar no puedan seguir esta secuencia bajo la intensidad que implica. En esos casos deberá considerarse que el estudiante con el apoyo de su tutor definirá la ruta crítica de sus estudios. El mapa curricular es una propuesta que obedece a consideraciones académicas pero que puede ser adecuado a las necesidades e intereses individuales.

Primer Ciclo

Matemáticas

Administración

Economía y la Empresa

Historia y Cultura Regional

Escritura y comprensión de Textos

Inglés Introductorio

Segundo Ciclo

- Matemáticas I (Calculo y Ecuaciones)
- Contabilidad básica y administrativa
- Microeconomía
- Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales
- Problemas Sociales Contemporáneos
- Inglés Básico

Tercer Ciclo

- Matemáticas financieras
- Contabilidad de Costos
- Macroeconomía
- Mercadotecnia
- Desarrollo Económico Regional
- Inglés Pre-Intermedio

Cuarto Ciclo

Estadística

Derecho Mercantil

Recursos Humanos

Conducta del Consumidor

Estrategia de ventas

Inglés Intermedio

Quinto Ciclo

- Derecho Fiscal
- Función Financiera y Análisis de los Estados Financieros
- Comercio Internacional I
- Investigación de Mercados I
- Sistema de Distribución y Transporte

Sexto Ciclo

- Operaciones Bancarias y Financieras
- Estrategia de producto
- Promoción y Publicidad
- Comercio Internacional II
- Investigación de Mercados II
- Seminario de Investigación I

Séptimo Ciclo

- Planeación Estratégica
- Proyecto Empresarial I
- Seminario de Problemas Regionales
- Seminario de Investigación II
- Optativa I de Mercadotecnia
- Optativa I de Administración

Octavo Ciclo

1. Proyecto empresarial II
2. Seminario de Mercadotecnia
3. Optativa II de Administración
4. Análisis y Evaluación de Proyectos
5. Optativa II de Mercadotecnia

6. Inglés para Negocios

1.11.8 Requisitos de Titulación

Los requisitos de titulación corresponden a los definidos en el Reglamento de Estudios Técnicos y de Licenciatura (ARTÍCULO 100) que establecen que:

Para obtener el título profesional, el estudiante deberá haber cubierto el total de los créditos establecidos dentro de los porcentajes definidos en los bloques de asignaturas del plan de estudios de su carrera, haber aprobado alguna de las modalidades de titulación, y cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Contar con el certificado de terminación de estudios;
- b) Acreditar la prestación del servicio social obligatorio;
- c) Acreditar no adeudos con la Universidad de Quintana Roo por las cuotas o servicios recibidos;
- d) Acreditar no adeudos de material bibliográfico, equipo de cómputo o de laboratorio de la Universidad.

En cuanto a las modalidades de titulación los que señale el reglamento en el Artículo 100 A.

1.11.9 Descripción de Asignaturas Generales

Escritura y Comprensión de Textos

Para participar en el desarrollo del estudiante en su formación integral, dentro de un marco académico que subraye la importancia de la aplicación práctica del lenguaje en su ejercicio profesional. Esto favorecerá la correcta expresión verbal o escribir en forma interdisciplinaria, procurando una interpretación reflexiva y cualitativa en varios niveles. Desarrollar la habilidad de buscar textos relevantes al problema, de leerlos, comprenderlos, analizarlos, y de extraer el contexto requerido en forma concisa para su aplicación requerida.

Matemáticas

Este curso proporciona conocimientos para abordar la solución de problemas que se modelan con ecuaciones que se forman a partir de establecer condiciones de proporcionalidad entre cantidades, que se modelan con sistemas de ecuaciones lineales y de optimización de funciones sujetas a restricciones lineales.

Seminario de Problemas Regionales

El seminario se articula mediante grupos interdisciplinarios de 30 personas, que se abocarán al análisis de problemas concretos seleccionados por su relevancia especial para el estado. La finalidad del seminario es presentar una visión integrada y coherente del problema analizado, en la que se haga una ponderación del efecto de este en el desarrollo de la región, concluyendo en un trabajo colectivo que contenga la argumentación en que se basan las conclusiones y propuestas.

ASIGNATURAS DIVISIONALES Inglés Introductorio Al finalizar el curso, el alumno habrá adquirido una competencia comunicativa elemental que le permitirá desenvolverse en situaciones sencillas de la vida cotidiana utilizando las habilidades básicas del idioma.

Inglés Básico

El alumno ejercitará y continuará desarrollando las habilidades propias para el aprendizaje del idioma Inglés entendiendo por éstas la escritura, comprensión auditiva, empleo de vocabulario, expresión oral, estructuras gramaticales, entre otras. Los estudiantes aplicarán los conocimientos adquiridos en el aula de acuerdo al nivel básico en situaciones reales tales como vida diaria, trabajo, escuela, vida social, etc.

Inglés Pre-intermedio

El alumno ejercitará y continuará desarrollando las habilidades propias para el aprendizaje del idioma Inglés entendiendo por éstas la escritura, comprensión auditiva, empleo de vocabulario, expresión oral, estructuras gramaticales, entre otras. Los estudiantes aplicarán los conocimientos adquiridos en el aula de acuerdo al nivel pre intermedio en situaciones reales tales como vida diaria, trabajo, escuela, vida social, etc.

Inglés Intermedio

En el nivel intermedio el alumno continúa construyendo sus habilidades sobre las bases de las habilidades comunicativas precisas y fluidas ampliando su dominio gramatical, de vocabulario y funcional.

Historia y Cultura Regional

Enfoque teórico sobre el quehacer de la historia y su aplicación al ámbito regional. Introducción a la historia y cultura de Quintana Roo y la región de la cuenca del Caribe, aportándole también una visión del medio geográfico.

Problemas Sociales Contemporáneos

El curso enfatiza el análisis crítico de los problemas más significativos de nuestra civilización y la reflexión sobre alternativas de solución a los problemas planteados. En una segunda parte el estudiante identificará diversas interpretaciones sobre la realidad nacional y elabora sus propias respuestas a los problemas más importantes del país. Temática: sistemas sociales y políticos. Áreas de conflictos. Totalitarismo y democracia. Crisis y cambio social. El nuevo orden mundial. México: cultural e identidad nacional. Tradición y modernización. Estado y sistemas político. Sociedad y economía. México ante el mundo.

Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales

Técnicas para hacer entrevistas, encuestas, procesador de texto y hojas de cálculo. Base de datos. Trabajo de gabinete (entrevistas, encuestas), dominio de paquetes básicos. Métodos y doctrinas del conocimiento, actitud científica, conocimiento popular y la ciencia, tipos y formas de investigación documental, estructuración y presentación de los hallazgos. Metodologías de la investigación científica. Otras Metodologías de investigación. Bases de la investigación social empírica, metodologías de investigación de escritorio.

ASIGNATURAS DE CONCENTRACIÓN PROFESIONAL

Área Financiera

Matemáticas 1

Proporciona los conocimientos y habilidades para el manejo y análisis de la relación funcional entre cantidades variables, haciendo énfasis en los conceptos de cambio o variación, razón de cambio, proporcionalidad, estimación y predicción de valores de variables, así como en la determinación de funciones que modelan fenómenos de variación proporcional.

Estadística

El curso proporciona los conocimientos y habilidades para el análisis y descripción de datos a partir de indicadores base como: las medidas de tendencia central y de dispersión, proporciones de subconjuntos en una población, así como técnicas para la realización de inferencias sobre las características de una población a partir de los datos de una muestra, de manera que pueda realizar pronósticos cualitativos y cuantitativos sobre los parámetros poblacionales, estableciendo el grado de confiabilidad de los mismos.

Función Financiera y Análisis de los Estados Financieros

Naturaleza de las finanzas en las empresas. Estados Financieros. Cambios del poder adquisitivo de la moneda y sus efectos en los estados financieros.

Técnicas del presupuesto de capital. Técnicas de análisis de los Estados Financieros. Informe financiero.

Desarrollo Económico Regional

Conocimientos generales de la región y el entorno funcional de estudio.

Conocimiento de las teorías más importantes de desarrollo (regional, nacional).

Operaciones Bancarias y Financieras

Formas de organización. Valores de negocios. Mercados financieros.

Instituciones financieras. Mercado de acciones. Tasas de interés. Costos de capital, administración de crédito financiamiento a corto y mediano plazo, procesos de interés, apalancamiento. Operaciones de banca de inversión.

Arrendamiento: tipos, requerimiento, etc.

Análisis y Evaluación de Proyectos

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

Área Administrativa

Administración

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

Economía y la Empresa

Este curso plantea las bases conceptuales del modelo de cuentas nacionales y del sistema económico en su conjunto desde una perspectiva del ámbito que afecta el desarrollo empresarial. Introduce al alumno en el contexto global económico desde una perspectiva del comportamiento de las principales variables macroeconómicas como resultado del efecto de las políticas gubernamentales en México y de sus principales socios comerciales. Este análisis en combinación con el conocimiento de los principales conceptos básicos de la teoría de las decisiones individuales como oferta y demanda de mercado, costos vs. precios, inversiones y valores, etc. permiten al alumno explicar y prever algunas razones de cambio en los negocios.

Contabilidad Básica y Administrativa

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

Contabilidad de Costos

Naturaleza, concepto y clasificación de la contabilidad de costos. Sistemas de acumulación de costos de producción y Estados Financieros. Sistemas de Costeo. Presupuesto Maestro. Costos Estándar: establecimientos de estándares. Costos e ingresos relevantes en la toma de decisiones a corto

plazo. Análisis del punto de equilibrio para la toma de decisiones. Análisis del costo-volumen-utilidad para la toma de decisiones gerenciales.

Planeación Estratégica

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

Comercio Internacional II

La materia es teórico-práctica con objeto de involucrar al estudiante en el proceso de comercio internacional desde que se genera una oportunidad de mercado. En este curso se analiza la oferta exportable y la determinación de posibles mercados de exportación en distintos países y sus ámbitos y condiciones de negociación y mercadeo, se estudian las formas de penetración al mercado internacional, la oferta y demanda de productos en el país de destino, se emplean elementos de mercadotecnia internacional, formación del precio, logística, embalaje y transporte, seguro, cobro y financiamiento de exportaciones, requisitos administrativos y legales en las compraventas.

Recursos Humanos

Conceptos fundamentales. Planeación de recursos humanos. Reclutamiento, selección, orientación, adiestramiento y desarrollo. Evaluación, separación, marco legal, motivación. Liderazgo. Organigrama. Descripción de puestos. Conocer y aplicar medios de entrenamiento de vendedores. Desarrollar actitudes positivas de ventas y desarrollar autoestima y motivación. Planeación de personal, descripción de puestos, especificación de tareas, requisitos de estilo, experiencias, funciones, habilidades y destrezas, responsabilidades, salarios y beneficios, legislación laboral, responsabilidad patronal, plan de carreras. Reordenación organizacional, elaboración de organigramas, asignación de niveles, análisis y descripción de puestos, tabuladores de sueldos, prestaciones, programas de inducción, capacitación, reclutamiento, selección y contratación, vacaciones, prestaciones ascensos, productividad,

relaciones laborales.

Proyecto Empresarial I

Integrar y aplicar los conocimientos y habilidades adquiridas a lo largo de sus estudios en la elaboración en grupo de un proyecto empresarial incluyendo el plan de negocios y el plan de mercadotecnia. Requiere de un enfoque integral al análisis de un problema, en el planteamiento de estrategias de desarrollo y los procesos de evaluación y seguimiento y análisis de la factibilidad de la propuesta. Debe basarse en el análisis del contexto macroeconómico a partir de la consideración de factores externos (economía, mercados, medio ambiente, políticas de desarrollo) para diseñar acciones en el entorno micro de la empresa. En la primera parte del curso debe definir el objetivo de la empresa, el producto o servicio que pretende promover, el mercado al que se orienta incluyendo la segmentación y caracterización del consumidor.

Proyecto Empresarial II

Segunda parte del proyecto en la cual se define la estructura operativa de producción, se realiza el estudio técnico incluyendo el análisis de costos y definición de precios para concluir con el análisis de viabilidad técnica y económico financiera para validar la propuesta.

Área de Derecho y Economía

Microeconomía

Microeconomía es la materia que mejor describe la conducta humana en términos de eficiencia económica desde el ámbito de la producción y el consumo. Su misión principal es la de presentar las herramientas del análisis económico para describir las teorías de las decisiones individuales en el contexto de la producción y del consumo. Representa en el análisis del consumidor la principal teoría para explicar su comportamiento. Describe de que manera estas decisiones confluyen en los mercados para formar la demanda y cómo ésta se contrapone, al efecto de la suma de las decisiones individuales de las empresas de ofrecer sus productos en el mercado en términos de eficiencia. En Microeconomía se revisa la organización de los

mercados y la forma en que determinan los precios. El conocimiento y aplicación de las principales herramientas a través de gráficos y matemáticas permiten analizar algunas trampas que se presentan habitualmente en la toma de decisiones.

Macroeconomía

Su objeto dentro del mapa curricular es el de introducir al alumno en la macroeconomía de los negocios internacionales. Cómo estas variaciones macroeconómicas nacionales e internacionales afectan la actividad empresarial. En este curso se revisan los fundamentos básicos teóricos; demanda agregada. Consumo, ingreso. Política fiscal. Mercado de dinero. Teoría de la inversión. Oferta y demanda agregadas. Inflación. Déficit público. Crecimiento y ciclo económico. Políticas de estabilización. Apertura de la economía, expectativas de los agentes económicos. Todo desde una concepción global del conocimiento de los principales factores macroeconómicos que afectan de manera determinante en el presente y futuro de las empresas, las inversiones y el mercado de valores, las transacciones comerciales y el tipo de cambio, etc.. Constituye una herramienta fundamental en la toma de decisiones.

Derecho Mercantil

El comercio y su evolución en la región. Legislación Comercial. Fuentes del Derecho Mercantil. Sujetos del Derecho Mercantil. Cosas Mercantiles: patentes, diseños industriales, marcas, títulos de crédito y avisos comerciales. Obligaciones y contratos mercantiles.

Derecho Fiscal

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

Comercio Internacional I

Esta materia es con objeto de adentrar al futuro profesional en el origen y desarrollo de las diversas corrientes que han dado lugar al comercio internacional de mercancías en todo el mundo. Se revisan también los conceptos básicos de la teoría pura del comercio internacional que permiten al estudiante familiarizarse con el lenguaje del comercio exterior. En este curso se analiza la balanza de pagos y aspectos monetarios del comercio internacional, así como las políticas arancelarias y no arancelarias y sus efectos sobre el comercio entre países. Finalmente se revisan los tratados comerciales vigentes para México, sus efectos y oportunidades para el desarrollo empresarial.

Área de Mercadotecnia

Mercadotecnia

La materia es teórico-práctica con objeto de introducir al estudiante el vocabulario y teorías de mercadotecnia con motivo de aplicarlas en un proyecto final. Se analizarán tipos de mercados y estrategias de comercialización de productos con respecto a precio, plaza, y promoción. Abarcará análisis de negocios, tipos de mercados, análisis de mercados, segmentación, selección de segmentos, posicionamiento, como seleccionar mercados. Al final del curso los estudiantes deberían saber como la mezcla de producto, precio, plaza, y promoción interactúan para tener éxito en el mercado seleccionado.

Investigación de Mercados I

Conocer y aplicar la metodología para la realización de estudios de investigación de mercados, mediante un trabajo real de investigación de mercados en el campo, con la estructura adecuada para solucionar situaciones de mercadotecnia. Tiene como finalidad propiciar en la formación del profesional, amplio dominio de conocimientos teóricos y habilidades prácticas en el desarrollo metodológico de una investigación de mercados para mejorar las relaciones comerciales o para incrementar las ventas de una empresa.

Propiciar en la formación del profesional, con amplio dominio de conocimientos teóricos y habilidades, en forma metodológica en investigación de mercados y

estudios demográficos a fines de buscar soluciones viables. Procedimientos y técnicas de obtención de información, diseño, observación, técnicas proyectivas, sesiones de grupo, entrevista de profundidad, encuestas, cuestionario, escalas de medición de actitudes, experimentación, trabajo de campo, análisis de la información, SIM. Como interpretar información: Gráficos, investigaciones de mercado. Análisis de resultados, sistema de apoyo a las decisiones.

Investigación de Mercados II

Función de investigación. Principios. Clasificación. Experimentación de laboratorio y de campo. Análisis estadístico. Simulación de estudio y clasificación de los agentes, factores. Medio ambiente: jurídico, político, social, tecnológico. Mercados regionales, externos.

Conducta del Consumidor

Capacitar al estudiante a saber aplicar la psicología en las relaciones comerciales, para superar obstáculos presentados por las relaciones interhumanas, con el fin de cumplir con los objetivos de la empresa. Conducta, naturaleza del individuo y de los grupos, descontento- conflicto-frustración, liderazgo y problemas sociales. Dimensiones, modelos, evaluación perceptual, actitudes y formación de preferencias, de elección, técnicas de diseño de productos, procedimientos. Conducta, naturaleza del individuo y de los grupos, descontento- conflicto-frustración, liderazgo y problemas sociales. Dimensiones, modelos, evaluación perceptual, actitudes y formación de preferencias, de elección, técnicas de diseño de productos, procedimientos.

Sistemas de Distribución y Transporte

Funciones del canal de distribución. Objetivos y restricciones del canal. Identificación, selección y evaluación de los canales de distribución. Naturaleza de la distribución física- objetivos. Pedidos. Almacenamiento. Inventarios. Transporte: elección, áreas geográficas, tipos.

Estrategia de Producto

Conocer los conceptos teóricos y prácticos del proceso de desarrollo de productos a partir del análisis de las demandas del mercado y las estrategias de respuesta de la empresa. Entender el concepto de ciclo de vida del producto y conocer las etapas y estrategias de su desarrollo. Adquirir habilidades para el proceso de diseño y desarrollo de productos y servicios, la determinación de las características conceptuales y formales de un producto. Llevar a cabo el proceso de desarrollo de un producto desde su concepción hasta su producción incluyendo los procesos de seguimiento y evaluación en cada etapa. Estándares internacionales de clasificación en productos industriales (ISO, DIN). Estándares internacionales de clasificación de productos agropecuarios y forestales (P.e. NHLA). Estándares internacionales de clasificación en servicios. Normas de diseño ambiental y de salud de productos. Categorías, clasificaciones, marca, línea, mezcla, familia, etapas, estrategias de extensión, innovación, generación de ideas, creatividad, prueba de concepto, viabilidad técnica, lanzamiento al mercado. Ampliación de la línea, mejoramiento del producto, segmentación. Desarrollo del mercado, implementación de la mezcla MKT, confrontación, conservación, efectos de escala y experiencia, definición y estructura del mercado.

Promoción y Publicidad

Desarrollo de comunicación. Público meta. Respuesta buscada, mensajes y medios. Atributos. Evaluación. Retroalimentación. Presupuesto de promoción. Mezcla promocional.

Planeación de la comunicación. Decisiones de publicidad: objetivos, presupuesto, mensaje medio, evaluación. Promoción de ventas. Relaciones públicas, publicidad no pagada. Planeación de la publicidad, Servicios ofrecen los medios de comunicación, estrategias básicas medios, investigación de medios, compra y características, componentes, uso de los medios masivos, texto, concepto total, producción de medios, diseño de una campaña publicitaria.

Estrategia de Ventas

Incluirá el proceso de ventas y negociación para enfrentar la competencia en los mercados. La materia tiene como finalidad propiciar que el alumno conozca y domine el marco de las actividades de ventas de bienes y servicios, tanto nacionales como internacionales para desarrollarle una visión crítica que le de la pauta de tomar decisiones bajo la lógica y ética empresarial. Este curso abarcará las fases de las ventas, su organización y el conocimiento sobre las habilidades para la negociación en el proceso de las ventas. Es una materia de formación teórico-práctica que se pretende realizar de manera estrechamente vinculada con procesos reales.

Seminario de Mercadotecnia

La materia es practica-teórica con énfasis en estudio de casos de mercadotecnia los que requerirán aplicación de los conceptos de mercadotecnia con motivo de mejorar la toma de decisiones gerenciales con respecto a planeación y implementación de planes de mercadotecnia y resolver problemas que la aplicación de teorías de mercadotecnia puedan solucionar. Los estudiantes desarrollarán la habilidad de planear y ajustar planes de mercadotecnia aplicando conceptos de los 4P's (producto, precio, plaza, promoción). Las teorías abarcarán conceptos del proceso de mercadotecnia como parte del sistema del negocio en general y manejo del proceso de mercadotecnia en particular.

Inglés para negocios

En este curso el alumno aplicará los conocimientos y habilidades adquiridas en los cursos de inglés previos para resolver situaciones profesionales en el área de los negocios y el comercio internacional. Se pondrá énfasis en la elaboración de documentos comerciales, procesos de negociación e intercambio comercial, vocabulario especializado etc.

Optativas I y II de Administración y I y II de Mercadotecnia

Las asignaturas optativas deben permitir que el estudiante adquiera conocimientos y habilidades específicas de acuerdo a sus intereses y necesidades personales. Asimismo, pueden servir como un área de especialización dentro de su formación general. Se proponen como posibles materias optativas las siguientes:

- Fundamentos del Comercio electrónico
- Análisis y Diseño de Sistemas de Comercio electrónico
- Desarrollo de sitios de comercio electrónico
- Mercadotécnica Aplicada al comercio electrónico
- Marco Jurídico y seguridad en el comercio electrónico
- Mercadotecnia de servicios
- Economía del Sector turístico
- Mercadotecnia del turismo
- Mercadotecnia electoral
- Medios masivos de comunicación
- Estrategias de campaña

1.11.10 Mapa Curricular por Semestre

SISTEMAS COMERCIALES

2002 (ajuste inglés 2007 Y 2008)

	Créditos	Requisitos
Primer Semestre		
AG-109 Matemáticas	7	
ACP-146 Administración	6	
ACP-145 Economía y la empresa	6	
AD-110 Historia y Cultura Regional	6	
AG-108 Escritura y Comp. De Textos	6	
AG-151 Ingles Introdutorio	6	

	Créditos	Requisitos
Segundo Semestre		
ACP-102 Matematicas1 (Calculo y Ecuaciones)	7	
ACP-144 Contabilidad Básica y Administrativa	6	
ACP-107 Microeconomía	6	
AD-105 Metodología de la Investigación	6	
AD-107 Problemas Sociales Contemporáneos	6	
AG-152 Ingles Básico	6	AG-151

	Créditos	Requisitos
Tercer Semestre		
ACP-106 Matemáticas Financieras	6	ACP-102
ACPSC-102 Contabilidad de Costos	6	ACP-144
ACP-111 Macroeconomía	6	
ACPSC-103 Mercadotecnia	6	
ACP-147 Desarrollo Económico Regional	6	
AG-153 Ingles Pre-intermedio	6	AG-152

	Créditos	Requisitos
Cuarto Semestre		
ACP-149 Estadística	6	
ACPSC-128 Derecho Mercantil	6	
ACPSC-135 Recursos Humanos	6	
ACPSC-129 Conducta del Consumidor	6	ACPSC-103
ACPSC-133 Estrategia de Ventas	6	
AG-154 Ingles Intermedio	6	AG-153

	Créditos	Requisitos
Quinto Semestre		
ACPSC-104 Derecho Fiscal	6	
ACP-148 Función Financiera y Análisis de Estados Financieros	6	ACP-144
ACP-113 Comercio Internacional I	6	
ACPSC-130 Investigación de	6	ACPSC-103

Mercados I		
ACPSC-112 Sistemas de Distribución y Transporte	6	ACPSC-103

	Créditos	Requisitos
Sexto Semestre		
ACPSC-106 Operaciones Bancarias y Financieras	6	ACP-106
ACPSC-132 Estrategia de Producto	6	ACPSC-103
ACPSC-116 Promoción y Publicidad	6	ACPSC-129
ACP-114 Comercio Internacional II	6	ACP-113
ACPSC-131 Investigación de Mercados II	6	ACPSC-130
ACPSC-140 Optativa I (Mercadotecnia)	6	50% Créditos

	Créditos	Requisitos
Séptimo Semestre		
ACPSC-110 Planeación Estratégica	6	
ACPSC-136 Proyecto Empresarial I	10	50% Créditos
AG-111 Seminario de Problemas Regionales	8	160 Créditos
ACPSC-137 Análisis y Evaluación de Proyectos	6	
ACPSC-143 Optativa I (Administración)	6	50% Créditos
ACPSC-142 Seminario de Investigación I	6	50% Créditos

	Créditos	Requisitos
Octavo Semestre		
ACPSC-138 Proyecto Empresarial II	10	ACPSC-136
ACPSC-139 Seminario de Mercadotecnia	8	ACPSC-103
ACPSC-144 Optativa II (Administración)	6	50% Créditos
ACPSC-141 Optativa II (Mercadotecnia)	6	50% Créditos
ACPSC-145 Seminario de Investigación II	6	50% Créditos
ACPSC-134 Ingles para Negocios	6	AG-154

CAPITULO 2
Comisión de Agua Potable y
Alcantarillado

CAPPA

Comisión de Agua Potable
y Alcantarillado

2.1 Antecedentes de la CAPA

En este capítulo de los antecedentes de la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado conoceremos la historia de la creación de esta comisión así como los hechos que llevaron a la conformación de esta comisión y de los personajes ilustres que tuvieron la iniciativa y la necesidad de crear esta comisión.

El General Ignacio A. Bravo, General (1834 - 1928) fue un militar mexicano. El 27 de noviembre de 1903, el presidente Porfirio Díaz le nombró jefe político del territorio de Quintana Roo

Quien desde 1902 puso en operación el primer sistema de agua entubada, el alumbrado eléctrico, el telégrafo y el servicio de telefonía, destruidos posteriormente (1915) por el general maya Francisco May.

En los siguientes 20 años no hubo intentos de reconstruir obras de agua entubada, hasta que el 16 de enero de 1935, el General Lázaro Cárdenas del Río nombró al general Rafael E. Melgar gobernador del entonces Territorio Federal de Quintana Roo, quien entre sus más altas prioridades tenía la de dotar con el servicio de agua a todo Quintana Roo.

En 1959 se iniciaron las primeras obras de introducción de agua potable para la ciudad de Chetumal, en la que la zona de captación se localizó en Xul-Ha, operándose por bombeo tres pozos, a través de una línea de conducción, hasta el tanque de almacenamiento, construido en un predio ubicado sobre la Av. Efraín Aguilar con Héroes y Juárez.

El sistema entró en operaciones a finales de 1961, a través del primer Sistema Federal de Agua Potable, mismo que fue inaugurado el 7 de diciembre de 1962, siendo el Presidente de la República el Lic. Adolfo López Mateos y gobernador el Ingeniero Aarón Merino Fernández.

Por Decreto Presidencial, a partir del 1 de abril de 1981, todos los Sistemas Federales de agua Potable a nivel nacional, fueron entregados a los gobiernos estatales para su administración directa. En nuestro estado, el 29 de

septiembre de 1981, se promulgó la Ley de Agua Potable y Alcantarillado del Estado de Quintana Roo, por la cual se crea la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado, constituida con un Consejo Directivo integrado por el Gobernador del Estado como Presidente; el Secretario de Obras públicas y Desarrollo Urbano como Vocal Secretario, y los (entonces) siete Presidentes Municipales como vocales. Dicho decreto delega la administración del recurso agua en un Director General y en los Gerentes de los Organismos Operadores.

2.2 CAPA Quintana Roo

El agua ha sido a lo largo de la historia de la humanidad el elemento indispensable para su desarrollo, efectuándose los asentamientos de las culturas ancestrales en lugares próximos a este vital líquido, tal como sucede con la cultura egipcia en el río Nilo; los aztecas, con la gran Tenochtitlán en medio de una laguna, y los mayas, cuyas diversas ciudades generalmente se ubicaban en la cercanía de cenotes (depósitos de agua dulce que se asientan en las concavidades del subsuelo) y aguadas, como principales fuentes de abastecimiento de agua dulce, por citar algunos ejemplos.

Los mayas, encontrándose en un lugar geográficamente privilegiado, no tenían la necesidad de efectuar grandes almacenamientos de agua, ya que además de los cenotes y aguadas, contaban con sartenejas y ojos de agua como fuentes alternas, además del conocimiento y uso de plantas relacionadas con el agua como el acal-ha (bejuco de agua) el xicin- chaac y el xana mucuy. Empero, el desarrollo de la civilización generó la necesidad de realizar obras de alta tecnología, como los chultunes y los extraordinarios sistemas de almacenamiento, dándose de esta manera los primeros pasos para el abastecimiento de agua de forma comunitaria.

El estado de Quintana Roo, a diferencia del resto de la Península de Yucatán, se ubica en una zona de manantiales, afloraciones de agua subterránea, fresca y dulce; de lagunas, aguadas naturales y cenotes, cuyo manto freático se encuentra a muy pocos metros de la superficie, lo que significa que no se necesitan sistemas especiales para tener agua de reserva.

No obstante, estas características no se manifiestan en la zona en la que se desarrolló Kohunlich (zona sur de la Península de Yucatán), donde el nivel freático es superior a los 72 metros de profundidad. Siendo los mayas grandes exponentes de las ciencias y las matemáticas, desarrollaron obras de ingeniería hidráulica de gran magnitud para solucionar el problema de abastecimiento de agua, dando inicio de esta forma la administración del recurso en nuestro territorio.

Cuenta la historia que en 1850, un soldado blanco desertor, José María Barrera, perseguido y extraviado en la selva, encontró un manantial a la entrada de un subterráneo y a la sombra de unas caobas. Después de calmar su sed, para no perder el hallazgo, lo marcó con tres cruces, sobre la corteza de uno de los árboles. Este soldado se unió maliciosamente a Manuel Nahuat, hábil ventrílocuo que dio voz a la legendaria Cruz Parlante, para manipular a los mayas alzados en la guerra de castas y tratar de encabezar la resistencia y la lucha armada contra los blancos. Fue en este lugar donde se fundó Chan Santa Cruz, hoy Felipe Carrillo Puerto. En 1898, el Comandante Othón Pompeyo Blanco funda Payo Obispo (hoy Chetumal), lugar que hasta 1915 inicia su crecimiento y a donde se traslada la capital del territorio federal, hasta ese entonces ubicada en Santa Cruz de Bravo.

La población de la nueva capital dependía de las precipitaciones pluviales para su abastecimiento del vital líquido. El agua de la lluvia era captada en recipientes de madera llamados curvatos o corbatos.

En Felipe Carrillo Puerto (Santa Cruz de Bravo), se encargó de rehabilitar el sistema destruido por los mayas, encargando la supervisión de la obra al Sr. Ruperto Prado Pérez.

En términos generales, la falta de este líquido, el aislamiento y la insalubridad conformaban un perfil característico de este lugar. Por ello, los esfuerzos de las autoridades del Territorio se canalizaron a dos líneas de acción: una tradicional, por medio de la construcción de un aljibe con capacidad de almacenamiento de tres millones de litros de agua y la otra por medio de la perforación de pozos artesianos con profundidades promedio de 20 metros.

La construcción del aljibe monumental se inició el 27 de febrero de 1935 en el área que hoy ocupa el mercado Ignacio Altamirano, concluyéndose en agosto de 1936. El aljibe nombrado Lázaro Cárdenas se mantuvo en operación hasta septiembre de 1955 (con el impacto del huracán Janet), periodo en el que la gente de Payo Obispo, hoy Chetumal, obtenía este vital líquido mediante un programa de tarjetas de control canjeables cada cuatro meses, que amparaban una cantidad determinada de litros en relación al número de integrantes de cada familia.

Después del huracán Janet, acontecimiento que marcara para siempre a la ciudad de Chetumal, el aljibe se incorporó a un proyecto de dotación de agua de la Secretaría de Recursos Hidráulicos, a través de 2 grandes cisternas a cielo abierto, perforadas a espaldas del aeropuerto (frente al estadio de béisbol Na'Chan -Kan) y desde las cuales, por bombeo se llevaba el agua al aljibe convertido en tanque receptor, para canalizarla a la red de distribución. Lamentablemente, dicho proyecto se enfrentó con problemas técnicos y el aljibe fue rellenado durante el mandato de Rufo Figueroa.

Para la perforación de los pozos profundos (artesianos), se contrataron los servicios técnicos de especialistas en ingeniería y en hidráulica. Los pozos, con una profundidad promedio de 20 metros, arrojaban una columna de agua de más de un metro de altura. Uno de estos pozos tenía tal caudal y potencia que permitió su entubamiento, en una línea de cien metros, aproximadamente; producían agua en abundancia pero de mala calidad: dura y de mal sabor, por lo que solo se destinó a usos domésticos.

Los pozos artesianos dejaron de considerarse como una solución a los problemas de abastecimiento de agua dulce para Chetumal hasta 1944, cuando el Gobernador Margarito Ramírez ordenó la perforación de dos nuevos pozos, por el rumbo de Calderitas, obteniendo los mismos resultados que en los primeros intentos.

A lo largo de estos 22 años, la CAPA ha venido fortaleciendo su actuación, manteniendo un alto sentido social respecto al noble fin para la que fue creada. Es honroso mencionar que en Quintana Roo, todas las localidades con

población superior a los 100 habitantes cuentan con servicio de calidad y en cantidad suficiente.

Aún en contra del vertiginoso crecimiento poblacional motivado por las expectativas crecientes de la actividad turística, en los últimos años se ha incrementado la cobertura de agua potable del 83 al 90%. En materia de drenaje y saneamiento, la cobertura ha crecido del 28 al 40%, lo que significa que la CAPA es un organismo que atiende y resuelve las problemáticas del sector.

En el estado de Quintana Roo la prestación y administración de los servicios de agua potable y alcantarillado se encuentran a cargo de los organismos operadores creados por la Ley de Agua Potable y Alcantarillado del Estado de Quintana Roo (LAPA), quienes son coordinadas por la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado del Estado de Quintana Roo (CAPA), a excepción de los municipios de Isla Mujeres y Benito Juárez, en los cuales la prestación del servicio se encuentra a cargo de una concesionaria. (Ver gráficas 5 y 6.

Gráfica 1.-Ubicación de diferentes Organismos Operadores de la Comisión de Agua Potable en Quintana Roo.

ORGANISMO	UBICACIÓN
Lázaro Cárdenas	Calle Lázaro Cárdenas s/n Tel. 87-5-00-22 Kantunilkín, Q. Roo
Solidaridad	10 Ave. Norte y Calle 6 Norte Col. Centro Tel. 87-3-01-45 Playa del Carmen, Q. Roo

Al crearse la Ley de Agua Potable y alcantarillado de Quintana Roo, se crea la CAPA (Comisión de Agua Potable y Alcantarillado del Estado de Quintana Roo, en donde las atribuciones que en materia de prestación de los

Cozumel:	Av. 15 Sur entre Calle 1ª y Av. Juárez Tel. 87-2-05-66 Cozumel, Q. Roo	servicios de agua potable y alcantarillado establece esta ley y sus reglamentos, serán ejercidos en forma coordinadas por las Autoridades Estatales y Municipales a través de la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado y de los Organismos Operadores del Estado de Quintana Roo que se crearon en la Ley.
Felipe Carrillo Puerto:	Calle 65 No. 77 entre 66 y 68 Tel. 83-4-02-46 Felipe Carrillo Puerto, Q. Roo	
José María Morelos:	Calle Chilar Balam S/N Tel. 97-8-01-79 José María Morelos, Q. Roo	
Organismo Operador Othón P. Blanco	Av. Efraín Aguilar #210 Col. Centro Tel. 83-2-97-15 Chetumal, Q. Roo	

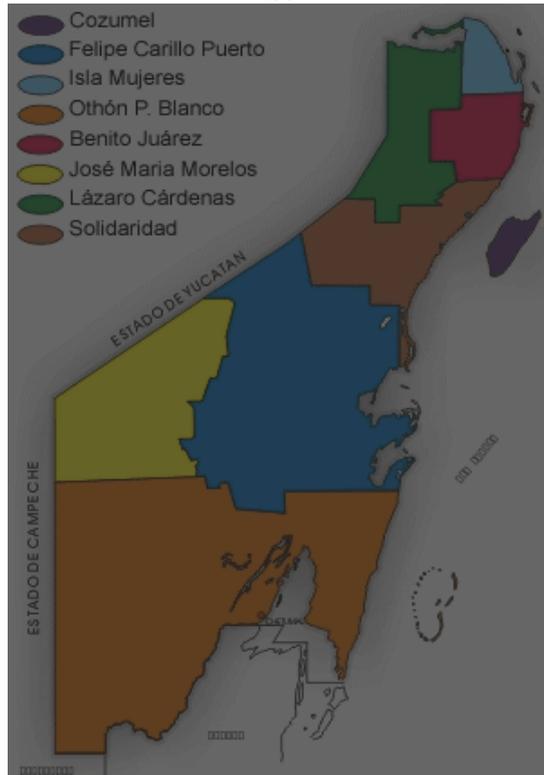
Fuente: (www.capa.gob.mx/qroo/estado/othon.php)

Gráfica 2.- Mapa de Ubicación de diferentes Organismos Operadores de la Comisión de Agua Potable en Quintana Roo.

Organismo Operador Lázaro Cárdenas:

Calle Lázaro Cárdenas s/n

Tel. 87-5-00-22 Kantunilkín, Q. Roo



Organismo Operador Solidaridad:

- 10 Ave. Norte y Calle 6 Norte
Col. Centro

Organismo Operador Cozumel:

Av. 15 Sur entre Calle 1ª y Av. Juárez

Organismo Operador Felipe Carrillo Puerto:

Calle 65 No. 77 entre 66 y 68

Organismo Operador José María Morelos:

Calle Chilam Balam S/N

Tel 97-8-01-79 José María Morelos

Organismo Operador Othón P. Blanco

Av. Efraín Aguilar #210 Col. Centro

Tel. 83-2-97-15 Chetumal, Q. Roo

2.3 Campañas de Cultura del agua

Somos un área de la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado del Estado de Quintana Roo que, entre otras funciones, tiene como responsabilidad impulsar y fomentar la Cultura del Agua en toda la geografía estatal, a través de la transmisión de conocimientos y valores que, de generación en generación, contribuyan a desarrollar habilidades personales y sociales en niños, jóvenes y adultos, a fin de formar actitudes dirigidas al uso responsable y cuidado de los recursos hídricos.

Para cumplir con los objetivos específicos, con base en las políticas públicas federales y estatales, operamos el denominado programa de Cultura del Agua, que incluye la operación y función de diversos espacios físicos, como el Espacio Interactivo del Agua, ubicado en la ciudad de Chetumal, Q. Roo y los Espacios de Cultura del Agua, localizados en diversos sitios de la geografía estatal. Como parte de nuestras líneas de acción, editamos y producimos el programa de radio semanal Frecuencia-juvenil CAPA, además de operar los Clubes Infantiles H2O, que ya funcionan en diversos lugares del estado. Realizamos e implementamos estrategias de mercadotecnia social, que incluyen: el diseño de campañas sociales, la edición, diseño, producción y difusión de material didáctico, tanto impreso como audiovisual, así como la impartición de pláticas y talleres, en idiomas maya y español; todo ello para impulsar y fomentar una Nueva Cultura del Agua, que permita el cuidado y uso responsable de nuestro recurso hídrico.

Nuestro Objetivo

Generar una Nueva Cultura del Agua en el estado, a través de la transmisión de conocimientos y valores que contribuyan a formar, en todos los ciudadanos, de manera individual y colectiva, conductas favorables para un uso responsable y cuidado del agua.

Antecedentes

A principios de la década de los noventa, el índice de enfermedades gastrointestinales, asociadas al consumo de agua no potable registradas en México era uno de los más altos del mundo, ante esta problemática de salud pública, el ejecutivo federal instituyó en abril de 1991 el Programa Agua Limpia, con objetivos y estrategias específicas para garantizar que el recurso hídrico fuera de calidad adecuada para los diversos usos.

Objetivo

Fomentar una Nueva Cultura para el cuidado y uso responsable del agua a través de estrategias mercadológicas, educativas y culturales, bilingües, difundidas en la zona rural y urbana del estado. Para la operación de este programa, existe un trabajo interinstitucional en las que están estrechamente relacionados las gerencias locales de la C.A.P.A., la CONAGUA, gobiernos municipales y las organizaciones no gubernamentales.

Principales acciones que integran el programa “una nueva cultura del agua para todos”

- Revista trimestral
- Club H2O en tu comunidad
- H2O Radio: Frecuencia juvenil
- Pláticas y talleres en escuelas
- Pláticas bilingües para adultos en zona rural y urbana
- Actividades ambientales especiales

- Apertura, equipamiento y operación de los Espacios de Cultura del Agua
- Eventos de promoción y difusión de la cultura del agua
- Producción de material didáctico
- Formación y capacitación de promotores

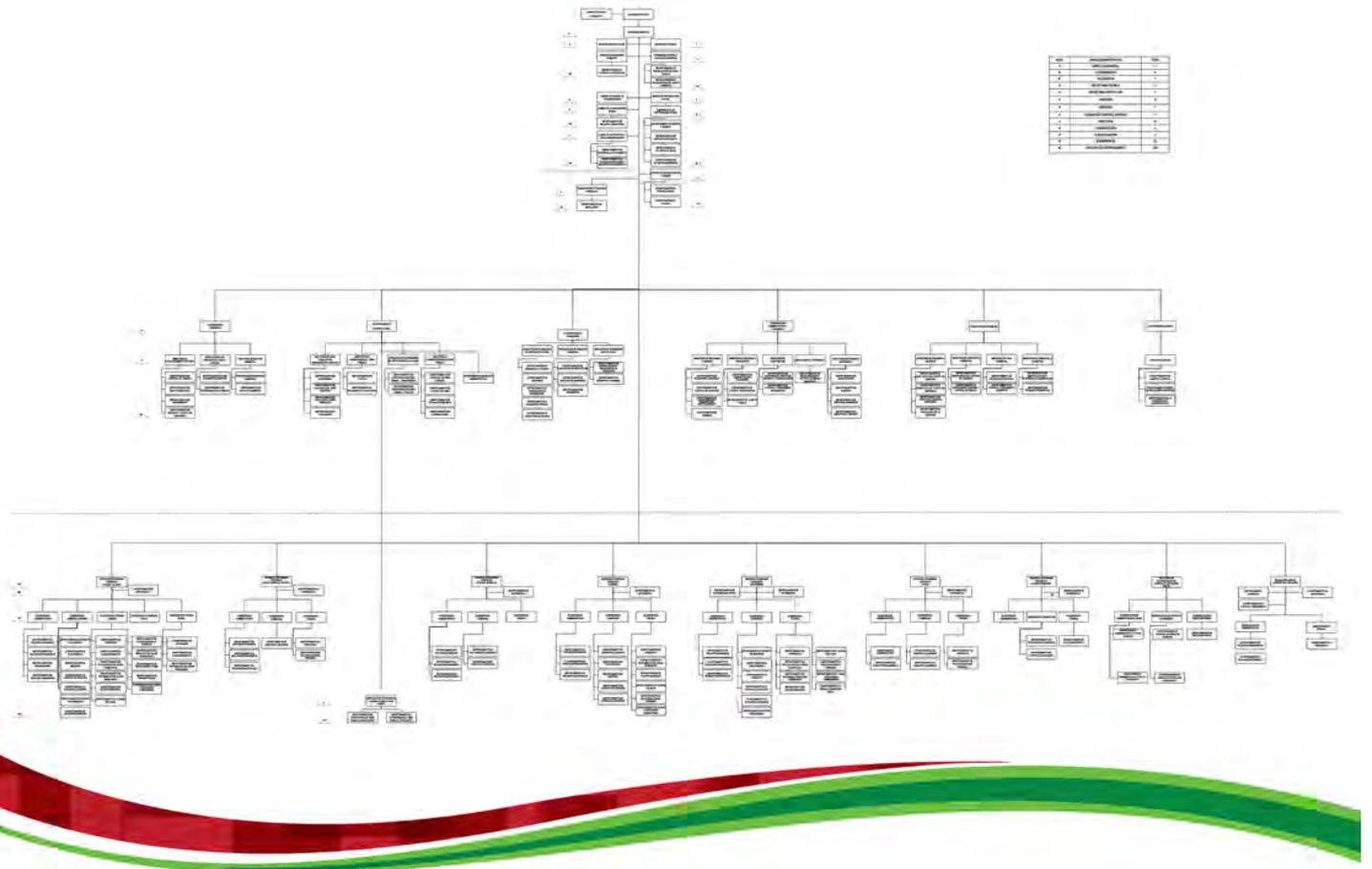
2.4 Organigrama CAPA



COMPROMETIDO CONTIGO

CAPA

Comisión de Agua Potable y Alcantarillado



2.5 Misión y Visión de la CAPA

Misión

Ser un organismo líder en el sector agua y saneamiento, aceptado por la población en base a la calidad de los servicios que presta, que mediante sus procesos técnicos, comerciales y administrativos, alcanza la autosuficiencia operativa, económica y financiera, contribuyendo al desarrollo del estado en armonía con el medio ambiente.

Visión

Asegurar que la prestación de los servicios de agua potable y saneamiento se otorgue a los habitantes del estado de Quintana Roo, con cantidad, oportunidad y calidad, estableciendo un precio justo por ellos. Trabajar con altos estándares de eficiencia y eficacia mediante la aplicación de normas, leyes y tecnologías, con una administración exitosa basada en la capacidad, honestidad, profesionalismo y compromiso de sus trabajadores. Crecer y fortalecerse.

2.6 Objetivos

I.-Planear, construir, rehabilitar, ampliar, operar, conservar y mejorar los sistemas de agua potable, agua desalada, alcantarillado y tratamiento y reuso de aguas residuales en los términos de las leyes estatales y federales relativas.

II.-Celebrar los convenios y contratos necesarios con organismos oficiales, federales, estatales, municipales o centros de población para el cumplimiento de sus funciones y atribuciones en la prestación del servicio.

III.-Expedir su reglamento interior.

IV.-Calificar e imponer las sanciones administrativas por las infracciones que cometan los usuarios de los servicios en los casos que proceda en términos de la presente Ley y sus reglamentos.

V.- Vigilar el funcionamiento de los Organismos Operadores y que sus bienes se encuentren debidamente inventariados dándoseles el uso adecuado.

VI.-Tramitar y resolver los recursos o medios impugnativos que les competan de acuerdo a lo establecido en la presente Ley.

VII.- Tramitar y resolver lo procedente en relación con las quejas que los usuarios presenten respecto al funcionamiento y operación de los sistemas.

VIII.-Practicar periódica y regularmente análisis de agua, llevando el registro de los resultados de las pensiones, niveles de las redes de distribución y los volúmenes de agua consumida.

IX.-Promover la creación o integración de organismos operadores en las cabeceras municipales, y centros de población.

X.- Auxiliar a las autoridades federales en el control y prevención de la contaminación de aguas así como planear, programar y construir en coordinación con estas comunidades y las municipales, las obras necesarias para ese efecto y para el reuso de aguas residuales, y

XI.-Las demás que le asigne la presente Ley y reglamentos relativos.

2.7 Organización

De acuerdo al Capítulo Segundo de la Comisión de Agua Potable y alcantarillado los servicios públicos de agua potable y alcantarillado estarán a cargo de un Organismo Público Descentralizado, de naturaleza mixta estatal y municipal que se denominará "Comisión de Agua Potable y Alcantarillado; cuya constitución y funcionamiento serán regulados por la presente Ley sus disposiciones reglamentarias relativas en base al artículo 3ro y sus disposiciones reglamentarias relativas:

Funciones para el cumplimiento del objetivo de la Comisión de Agua Potable:

ARTÍCULO 20: Las obras de agua potable y demás necesarias para la prestación de todos los servicios a cargo de la Comisión, se ejecutaran por la propia Comisión o por orden de ella, por las personas físicas o morales que designe en las condiciones y términos que la presente Ley y sus reglamentos establezcan

I.- Planear, construir, rehabilitar, ampliar, operar, conservar y mejorar los sistemas de agua potable, agua desalada, alcantarillado y tratamiento y reuso de aguas residuales en los términos de las leyes estatales y federales relativas.

I.- La Comisión en los casos procedentes, someterá los proyectos de obras a revisión y aprobación de las autoridades que conforme a la ley deban intervenir.

II.-Realizar los estudios y proyectos que sean necesarios para el cumplimiento de lo establecido en la fracción anterior y para controlar la contaminación del agua en coordinación con las autoridades competentes.

III.-Estudiar, dictaminar y proporcionar los servicios de agua potable y alcantarillado que soliciten los centros de población, fraccionamientos y

particulares asentados dentro de los municipios del Estado, en los términos de esta ley y convenios que para el efecto se celebren, proporcionando asesoramiento técnico y administrativo requerido.

IV.-Formular y mantener actualizado el Padrón de Usuarios de los servicios a su cargo.

V.-Cobrar de acuerdo a las tarifas aprobadas los derechos correspondientes a la prestación de servicio de agua y alcantarillado.

VI.-Realizar los cobros de las cuotas de los usuarios morosos y las multas impuestas por infracciones a la presente ley, mediante el procedimiento administrativo de ejecución.

VII.-Realizar las gestiones necesarias con el fin de obtener créditos y aportaciones económicas oficiales particulares, promoviendo la constitución de fondos para el ejercicio de programas y cumplimiento de sus objetivos.

VIII.-Formular anualmente los estudios socioeconómicos para el establecimiento de las tarifas conforme a las cuales deberán cobrarse los servicios a su cargo.

IX.-Solicitar a las autoridades competentes el tramite y decreto de expropiación, ocupación temporal o permanente, ocupación parcial o total, imposición de servidumbres administrativas o limitación de los derechos de dominio de los bienes de propiedad privada, ejidales o comunales, cuando se requiera de estas medidas para el cumplimiento de su objeto.

La Comisión participará en la formulación de los programas de desarrollo urbano del Estado o de los Municipios, cuando se requiera de servicios de agua potable y alcantarillado y los Ayuntamientos se coordinarán con la misma antes de llevar a cabo obras o establecer servicios que impliquen la ampliación o modificación en la prestación de servicios de agua potable y alcantarillado a cargo de la Comisión.

ARTÍCULO 21.- El patrimonio de la Comisión se constituirá con:

I.-Los bienes muebles e inmuebles y las instalaciones de los sistemas de agua potable y alcantarillado existentes en el Estado, así como los que le sean entregados por las autoridades federales, estatales, y municipales, y los que se establezcan en el futuro dentro del territorio de la Entidad.

II.-Los subsidios, donaciones y aportaciones materiales, en valores o efectivo que le hagan las autoridades, organismos públicos y privados y las empresas y personas físicas.

III.-Los remanentes frutos, utilidades y rentas que obtenga de su propio patrimonio, así como los intereses que se produzca en su favor como rendimientos de fondos disponibles e inversiones.

IV.-Las cuotas o tarifas que se cobren a los usuarios de los sistemas por los servicios de agua potable y alcantarillado, así fuere el procedimiento económico coactivo.

V.-Las aportaciones que le corresponda cubrir a los Ayuntamientos en relación con la construcción de obras de agua potable y alcantarillado en sus propios

municipios, de acuerdo con los convenios que sobre el particular celebren con el Ejecutivo del Estado.

VI.-Las aportaciones que le corresponda cubrir a los núcleos de población que soliciten obras de agua potable y alcantarillado de acuerdo con los convenios que sobre el particular celebren con la Comisión.

VII.-La capitalización de bienes y obras realizadas o adquiridas por créditos o contratos celebrados con personas físicas o morales, privadas, oficiales o sociales; o por el finiquito o término de concesiones.

VIII.-Los demás bienes inmuebles que adquiera por cualquier medio legal

El consejo Directivo contará con un Consejo Técnico Consultivo, el cual se integrará y funcionará en forma y términos que la presente Ley y sus reglamentos respectivos señalen. La contraloría de Gobierno del Estado Fungirá como Comisario de la Comisión

ARTÍCULO 24.- El consejo Directivo es la suprema autoridad de la Comisión y se integrará con:

I.-Un presidente, que será el Gobernador del Estado, o la persona que éste asigne.

II.-Un vocal secretario, que será el secretario de Obras Públicas y Desarrollo Urbano.

III.-Siete vocales que serán los Presidentes Municipales de cada uno de los Ayuntamientos de la Entidad.

ARTÍCULO 26.- Son facultades del Consejo Directivo como Órgano Superior de Gobierno:

I.- Formular y aprobar con base en la presente Ley, los reglamentos y la normatividad general que regirán las funciones de la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado del estado, de sus Organismos Operadores y demás órganos que la integren, incluyendo las que correspondan al Consejo Directivo, a las juntas Técnicas de los Organismos Operadores y a cada uno de sus órganos Auxiliares:

II.-Determinar anualmente con base en los estudios socioeconómicos que presenten los organismos las propuestas que hagan los vocales del Consejo y tomando en consideración los requerimientos que permitan la autosuficiencia financiera y administrativa de la comisión, las tarifas que deberán pagar los usuarios de los servicios públicos que regulan la presente Ley.

III.-Celebrar con las autoridades competentes los convenios necesarios para el cumplimiento de sus funciones y especialmente el relativo al cobro de las cuotas o tarifas en el procedimiento de ejecución con las autoridades de Hacienda del Estado o de los Municipios.

IV.-Conocer y en su caso aprobar los estados financieros, los balances anuales, así como los informes generales y especiales que deberá presentar el Director General.

V.-Crear y establecer los Organismos Operadores que se estimen necesarios para el manejo de los sistemas.

VI.-Estudiar y aprobar y expedir las tarifas, cuotas y demás remuneraciones que la Comisión y sus Organismos Operadores incluyendo las empresas concesionarias privadas sociales o públicas deberán cobrar por los servicios y suministros que presten, conforme a lo que en la presente Ley se establece, las que deberán publicarse en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado y en dos diarios de mayor circulación en el Estado.

VII.-Aprobar los programas de trabajo de los organismos operadores y sus presupuestos resolviendo los asuntos que se sometan a su consideración y aprobación.

VIII.-Designar al Director General a propuesta del Gobernado del Estado y removerlo por causa justificada:

IX.-Designar a los Gerentes de los Organismos Operadores, así como ordenar su remoción;

X.-Estudiar, programar y en su caso autorizar los presupuestos de ingresos y de egresos de la Comisión y de los Organismos Operadores; así como los programas de construcción de nuevos sistemas o ampliación de los existentes de agua potable, alcantarillado, drenaje tratamiento y reuso de aguas residuales y manejo de lodos;

XI.-Proponer en congruencia con los programas sectoriales Federación Estado, las políticas generales en materia de agua para el Estado, y definir las prioridades a las que deberá sujetarse la Comisión en esta misma materia.

XII.-Establecer los lineamientos generales a los que deberá sujetarse la Comisión en lo relativo a su productividad, finanzas, desarrollo tecnológico y administración en general.

XIII.-Aprobar los mecanismos de coordinación y colaboración institucionales, así como los de concertación con los sectores social y privado para el cumplimiento de los fines de la comisión;

XIV.-Verificar y asegurar que exista la debida congruencia entre los recursos financieros asignados y los programas autorizados relacionados con el agua, de manera que se garantice la transparencia de los primeros y la ejecución de los segundos.

XV.-Aprobar los lineamientos generales para la suscripción de los convenios y contratos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la Comisión, de conformidad con las disposiciones aplicables;

XVI.-Analizar y aprobar, en su caso, con la sanción de la contraloría de Gobierno, el informe anual que rinda el Director General de la Comisión,

XVII.-Las demás que le sean conferidas por las leyes, decretos, convenios, y acuerdos que incidan en la materia

Presidente Consejo

ARTÍCULO 27.- Son atribuciones del Presidente Consejo:

I.-Presidir las sesiones ordinarias y extraordinarias del Consejo.

II.-Representar al Consejo en los asuntos o reuniones en que sea parte,

III.-Someter a la consideración, y en su caso, aprobación de las autoridades estatales correspondiente, los presupuestos de ingresos y egresos de los sistemas de agua potable y alcantarillado de la Entidad.

IV.-Iniciar el trámite de expropiación o de cualquiera otra de las limitaciones legales de la propiedad que acuerde el Consejo Directivo, cuando éstas medidas se requieran para cumplir los objetivos de la Comisión,

V.-Las demás que le señale esta Ley y sus disposiciones reglamentarias, y

Vocal Secretario

ARTÍCULO 28.- Son obligaciones y atribuciones del Vocal Secretario:

I.- Concurrir a las sesiones del Consejo Directivo y dar fe de los asuntos que se traten y de los acuerdos que se tomen, los que contengan en actas que deberán firmar los asistentes a dichas sesiones;

II.-Informar a los demás miembros del Consejo, el resultado de la ejecución de los acuerdos tomados.

III.-Llevar el archivo y correspondencia de la Comisión y,

IV.-Las demás que le señalen esta Ley y sus disposiciones reglamentarias.

Atribuciones de los Vocales

ARTÍCULO 29.- Son atribuciones de los Vocales:

I.-Concurrir a las reuniones del Consejo Directivo, y proponer lo relacionado con la construcción, ampliación, rehabilitación y operación de los sistemas que se encuentren en sus correspondientes municipios.

II.-Proponer las cuotas o tarifas que estimen deban cobrarse por los servicios de agua potable y alcantarillado, o la modificación de las mismas, así como las obras de mejoramiento y ampliación de los sistemas, y

III.- Las demás que les señale esta Ley y sus disposiciones reglamentarias.

Consejo Consultivo

ARTÍCULO 31.- Son facultades del Consejo Consultivo:

I.-Apoyar a la Comisión con estudios de planeación y programación de sistemas de agua potable y alcantarillado, tratamiento de aguas saladas, aguas negras y aguas residuales.

II.- Proponer los criterios, normas y lineamientos para unificar y dar congruencia a las acciones y programas relacionados con el agua en el Estado.

III.-Estudiar, analizar y proponer los actos y medidas administrativas que permitan la optimización y prestación del servicio público a su cargo.

IV.-Colaborar con el Director de la Comisión para la debida y eficaz administración y prestación de los servicios de agua potable y alcantarillado.

V.-Informar al Director de la Comisión de las deficiencias que existan en la prestación de los servicios públicos de agua potable y alcantarillado.

VI.-Recomendar que la prestación de los servicios públicos de agua potable y alcantarillado se extienda a los poblados en donde dicho Consejo detecte que no existen.

VII.-Recomendar la ampliación de las redes de agua potable y alcantarillado en las poblaciones en donde existan pero sean insuficientes.

VIII.-Opinar sobre los criterios que las autoridades competentes incluyan en las normas a que se deban sujetar las descargas de aguas residuales;

IX.-Proponer al consejo Directivo, con base en los estudios respectivos, las tarifas, cuotas o contraprestaciones que habrán de aplicarse por los servicios públicos de su competencia, y aquellas que correspondan cuando el servicio se preste a través de terceros Y;

X.-Las demás que le confieran las disposiciones legales aplicable y que sean necesarias para el cumplimiento de su objeto.

Director General

ARTÍCULO 33.- El Director General tendrá la representación de la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado del Estado, y contará con las siguientes atribuciones;

I.-Ejecutar los acuerdos y decisiones del Consejo Directivo, así como los que deriven de convenios contratos celebrados por la Comisión.

II.-Representar al Consejo en los asuntos relacionados con la Operación de los Organismos Operadores con el personal de los mismos.

III.-Vigilar el funcionamiento de los Organismos Operadores, así como la aplicación estricta de sus respectivos presupuestos de ingresos y egresos proveyendo lo necesario para su correcto ejercicio.

IV.-Vigilar que los Organismos Operadores cumplan con las leyes y Reglamentos Federales y Estatales así como los ordenamientos Municipales aplicables en la materia.

V.-Llevar conjuntamente con los funcionarios que se precisen en el Reglamento interior, la firma de las cuentas bancarias que se utilicen para el manejo de los fondos y valores al cuidado de la Comisión;

VI.-Seleccionar, contratar y remover al personal de la Comisión, señalándole sus ocupaciones y obligaciones, y establecer las políticas, normas y lineamientos para la contratación o remoción en los Organismos Operadores.

VII.-Proponer al Consejo Directivo las medidas adecuadas para el mejor funcionamiento de la Comisión y de los Organismos Operadores, así como sus programas de trabajo y presupuestos.

VIII.-Rendir informes al Consejo Directivo de las Actividades que hubiese realizado en relación con su cargo, y de la situación que guarden la Comisión y sus Organismos Operadores.

IX.-Intervenir en las negociaciones que se realicen para la obtención de créditos, financiamiento con inversiones públicas o privadas y concesiones a favor de la Comisión, tramitando ante el consejo Directivo su aprobación, así como el aval del Gobierno Estatal cuando se requiera;

X.-Supervisar el ejercicio de los programas y presupuestos de los Organismos Operadores, evaluando y efectuando auditorias cuando se estime necesario;

XI.-Realizar los actos d dominio que en relación con los bienes de la Comisión le encomiende y autorice el Consejo Directivo;

XII.-Elaborar y proponer al Consejo Directivo los Reglamentos e instructivos de funciones atribuciones y labores de sus oficinas y de la organización en general;

XIII.-Vigilar que se mantenga actualizado el padrón de usuarios de los servicios que presten los Sistemas de Agua Potable y Alcantarillado de la Entidad;

XIV.-Representar a la comisión con todas las facultades generales y especiales establecidas en el código civil del Estado, con la única salvedad de las restricciones que señala la presente Ley en materia laboral y de amparo; así como formular denuncias y querellas, otorgar perdón, celebrar convenios, sustituir o delegar poderes, absolver y articular posiciones por parte de la Comisión;

XV.-Formular y mantener actualizado el inventario estatal de los bienes y recursos que integran los sistemas de agua potable agua desalinizada, drenaje y alcantarillado.

XVI.-Asesorar Técnicamente a los Organismos Operadores, así como a las personas físicas o morales, que celebren convenios privados o concesiones para operar alguno de los servicios que la Comisión preste;

XVII.-Vigilar que los organismos operadores practiquen el control de calidad del agua, en los términos de las disposiciones legales aplicables.

XVIII.-Autorizar los estados financieros de los Sistemas Operadores;

XIX.-Establecer programas de capacitación y adiestramiento para el personal de la comisión y establecer normas y lineamientos de los que se prestarán en los Organismos Operadores.

XX.-Coadyuvar con la Secretaria de salud y demás autoridades competentes en la medición y control de las condiciones y la calidad de agua potable que se suministre en el Estado;

XXI.-Operar, conservar y desarrollar la infraestructura hidráulica así como administrar los recursos que le asignen el Estado, los Municipios, la Federación o cualquier otra dependencia o Entidad Pública o Privada, para el cumplimiento del objeto de la Comisión;

XXII.-Celebrar los convenios y contratos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la comisión;

XXIII.-Regular y racionalizar el suministro de agua a los usuarios, cuando por causas de fuerza mayor sea insuficiente el abastecimiento y,

XXIV.- Las demás que le confieran las disposiciones legales aplicables y las que sean necesarias para el cumplimiento de la presente Ley y sus Reglamentos.

2.8 Logotipo

La pieza más importante de ésta institución es el logotipo el cual se condensa en unos cuantos elementos de la identidad institucional, creando así su personalidad.

CAPA
**Comisión de Agua Potable
y Alcantarillado**

2.9 Descripción de funciones Administrativas

En febrero de 2008 inicié mis labores dentro de la Dirección de Relaciones Públicas empezando como apoyo directo de la Directora de dicha dirección, teniendo como funciones las siguientes:

- Planeación de la utilización de los Recursos Humanos, y materiales. Delegando funciones o pidiendo apoyo al personal en las diferentes actividades y llevar un control del material utilizado para hacer un buen uso de estos.
- Actualización de la información que se emplea en dicha área. Se actualiza la base de datos de los funcionarios públicos y de personas importantes en el estado para tener un contacto constante y se actualiza de manera telefónica.
- Coordinar los procesos relacionados con el mantenimiento, resguardo, asignación y utilización de todos los recursos materiales. Mantener en buen estado todos los equipos y materiales que se utilizan para optimizar procesos o actividades.
- Motivar al personal. Reconociendo los logros que se obtienen mediante el buen desempeño del personal.
- Elaborar informes mensuales de las actividades realizadas. Estos nos sirven para justificar las actividades que se han hecho mediante un informe de las actividades que se han hecho y los resultados de estas.

- Diseñar y elaborar los diseños necesarios para la dirección. Diseños como invitaciones, tarjetas de presentación, tarjetas de felicitación, etc. Se elaboran en la dirección para reducir costos y tener un buen control de los diseños.

2.10 Funciones desempeñadas en la Dirección de Relaciones Publicas

- Diseñar y Elaborar felicitaciones, agradecimientos e invitaciones a eventos relacionados con la comision de agua potable y alcantarillado. El diseño se hace en programas computacionales especiales para el diseño, se imprimen y recortan para tener el tamaño o el diseño necesario.
- Actualizar la base de datos de las diferentes dependencias y empresas privadas. Se actualizan para tener una relacion con las personas de lase de datos o directorio para obtener informacion de estas como su fecha de cumpleaños y mandar una tarjeta de felicitacion de parte del director.
- Actualizar la base de datos de los trabajadores de la CAPA. Uno de los factores importantes de esta comision es su personal y se debe mantener actualizado la informacion para saber de igual forma su fecha de cumpleaños y mandarles una felicitacion de parte del director para hacerles saber que son importantes y necesarios para el éxito de la comision.
- Planear y coordinar eventos realizados por la CAPA en dias Conmemorativos. Se planean eventos ya sean para el publico en general o para los trabajos de la comision para tener una buena imagen ante ellos que es nuestra principal funcion de esta direccion.
- Inventariar los recursos materiales de dicha direccion. Es necesario llevar un control y saber administrar los materiales que se utilizan en la direccion y no desperdiciar material en otras actividades que no son parte de la direccion.

- Realizar oficios de valija para entrega de felicitaciones en diferentes municipios del estado. La base de datos o directorio tambien contiene personal y funcionarios foraneos y se les envia felicitaciones ya que la CAPA tiene presencia estatal.
- Mantener una buena relacion con los diferentes proveedores. Muy importante estar pendiente de nuestros proveedores ya que sin estos no se podrian realizar los eventos o actividades que hace la direccion.
- Comprar presentes encargados por el director general de la CAPA. Otra manera de mantener una buena relacion o imagen ante la sociedad, funcionarios y empleados de la capa es mediante dar un pequeño presente.

2.11 Sobre la información profesional y área laboral.

En cuanto a la licenciatura de Sistemas Comerciales, y el área laboral, puedo decir que están muy relacionadas ya que, en el trabajo empleo mucho de lo aprendido además de que la carrera por tener varios enfoques, nos da la oportunidad de tener mayores conocimientos en cuanto a una empresa y su administración, así como la toma de decisiones y la resolución de problemas.

La preparación durante los años de la carrera han sido esenciales para poder resolver muchos problemas y saber como actuar y que principios aplicar para anticiparse a estos.

Siendo la Dirección de Relaciones Publicas una direccion basada en las relaciones con el cliente es importante tener en cuenta la imagen que les va a ofrecer a los usuarios, mantenemos una buena imagen interna y externa de esta comision mediante diferentes actividades con la sociedad y con los trabajadores de la CAPA

Sistemas Comerciales es una carrera muy completa, nos da todas las herramientas y bases para desempeñarnos en la iniciativa pública y privada

2.12 Análisis de las asignaturas de formación profesional y su aplicación en el área laboral.

Durante el tiempo que he laborado en la Dirección de Relaciones Publicas, las asignaturas en las que encontré mayor apoyo para resolver mis dudas y pude aplicar con la seguridad de todo lo aprendido fueron las siguientes:

Procesos Administrativos:

Es base fundamental para saber diferenciar cuales son los procesos administrativos que se llevan a cabo en una oficina dentro y fuera de ella, llevar un control de archivos, organizar documentos y actualización constate de informacion

Estadística Descriptiva e Inferencial:

Se utiliza al elaborar mis informes semanales de los diferentes movimientos realizados en esta Dirección ya que es necesario realizar un análisis estadístico semanal sobre el total actividades realizadas.

Matemáticas Financieras:.

Para saber los pagos que realizará la Dirección con respecto a los materiales, gastos de ejecución en la realización de eventos masivos, conforme a sus actividades y necesidades.

Introducción a la Contabilidad y Análisis Financieros:

Llevar el control de los diferentes pagos a los diferentes proveedores de servicios necesarios para las diferentes actividades, eventos o servicios requeridos por esta direccion.

Promoción y Publicidad:

Esta materia ha sido necesaria para aumentar la imagen positiva de la comision mediante a campañas y programas realizadas en esta dependencia.

Negociación y Mercadeo:

Es de gran utilidad ya que se debe analizar las diferentes opciones o cotizaciones y definir cual de estas es la mas viable.

Mercadotecnia I:

Es necesaria para conocer y analiza las diferentes estrategias que aplican las empresas para tener una mayor rentabilidad, así como también promover los diferentes actividades mediante una buena promoción y publicidad.

Macroeconomía y Microeconomía

Es necesario observar el comportamiento del mercado de dinero y las decisiones tomadas por el Sr. Gobernador de acuerdo con la secretaria de Hacienda, para actualizar nuestro presupuesto y realizar la lista de actividades que se podrán hacer de acuerdo al presupuesto establecido y que serán enviados a la Dirección General de la CAPA para conocimiento del Director General.

Etica:

Es base fundamental, para realizar las funciones dentro de la Dirección de recuperación de adeudos, debido a que es una Institución que por el manejo de cuentas se solicita, mucha discreción por lo tanto no podemos hablar de los procedimientos específicamente de la CAPA, ni dar información telefónica, y mucho menos por escrito a menos que sea solicitada y autorizada por el Director de dicha Dirección.

2.13 Análisis sobre la importancia de la Licenciatura de Sistemas Comerciales y la Universidad de Quintana Roo.

Como ya se ha venido destacando la importancia de la Licenciatura de Sistemas Comerciales para la Universidad de Quintana Roo recae en la finalidad de crear jóvenes emprendedores para incentivar el desarrollo económico de la región.

Quintana Roo por ser un estado joven y excesiva riqueza natural, nos ofrece diversas fuentes de empleo, y la licenciatura nos apoya a crear estas fuentes a través de la enseñanza que nos transmiten en sus asignaturas, así que es de suma importancia que la Universidad cuente con ella, para incrementar el desarrollo.

Así mismo no solo nos plantean la forma de creadores de negocios si no la administración efectiva de sus recursos naturales, es una forma de crear un nuevo estado a través de valores, tomando en cuenta un buen plan de Desarrollo Sustentable.

Sistemas Comerciales nos motiva a realizar una investigación de mercados de manera eficiente, en la que no solo busquemos el bienestar para la empresa si no para la población y el medio ambiente.

La Carrera de Sistemas Comerciales es una licenciatura en la cual el egresado puede trabajar en la administracion publica del gobierno del estado, pero su principal objetivo es la de crear jovenes empresarios con ideas innovadoras y emprendedoras para la creacion de empresas privadas que tanto hacen falta en el sur de nuestro estado.

CAPITULO 3

EXPERIENCIA LABORAL

3.1 Experiencia Profesional Personal.

La Dirección de Relaciones Públicas ha sido una experiencia con logros importantes para mi vida y de mucho aprendizaje, a lo largo de estos años que he laborado en una institución, la cual ha dejado un poco de mí en el sentido de responsabilidad es más grande debido a que, toda la información que se maneja es confidencial, los horarios deben ser flexibles, por nuestro compromiso con la imagen que se le da a la sociedad.

En esta dirección he puesto en práctica varias habilidades, valores y actitudes que me fueron inculcados a lo largo de la licenciatura, de igual manera existen experiencias de las cuales hay que tomar lo mejor de estas ya que nos ayudarán en las próximas ocasiones en las cuales este en una situación parecida o igual.

Y teniendo un enfoque más objetivo de la administración de las empresas del estado y del país, me puedo dar cuenta que esta empresa a pesar de no ser una empresa privada constantemente crece en cuanto a su economía, y servicios que ofrece, teniendo así, que invariablemente a pesar de tener que cobrar un mínimo del costo del agua potable, este es de gran valor, con esto tanto a trabajadores como a usuarios se les hace ver que hay que tener conciencia del cuidado del agua.

Dándonos como principales puntos el tener que esforzarnos mucho más de lo que se nos ha pedido a ser más innovadores en las diferentes actividades programadas y de ser emprendedores para cambiar, actualizar y mejorar año con año para que así el área sea productiva y eficiente en sus funciones que realiza.

Gracias a la carrera de Sistemas Comerciales y su formación académica, así como la variedad en las materias, me han ofrecido amplios conocimientos para enfrentar cualquier situación y adecuarme a los cambios.

Por último puedo decir que la Dirección de Relaciones Publicas ha sido una experiencia muy satisfactoria, para mi formación personal e intelectual, así como para desarrollar mi capacidad para implementar procesos innovadores y tener un mejor conocimiento de la administracion de esta dirección y dependencia como es la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado.

Analisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Profesores bien capacitados y con experiencia. 2. Conocimientos llevados a la practica con ejercicios basados en situaciones reales. 3. Habilidades adquiridas por el alumno para ser innovador y emprendedor 4. Materias utiles para cualquier empleo en que se desempeñe el egresado. 5. Aprender a trabajar en equipo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de recursos y equipos en el laboratorio de publicidad. 2. No poder ejercer la licenciatura en alguna empresa privada ya que hay pocas en la ciudad. 3. Poca difusion de la feria del emprendedor. 4. No tener conocimientos de diseño para crear necesarios para una campaña publicitaria. 5. Falta de oportunidad y de conocimiento del Centro Emprendedor de Negocios.
Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Actualizar los metodos de enseñanza para ser mas competitivo y estar a la altura del mundo actual. 2. Resolver problemas reales de una empresa para poner en practica los conocimientos. 3. Implementar talleres de diseño digital y publicidad. 4. Incluir y sustituir materia nuevas, actuales y utiles. 5. Traer profesores prestigiados para obtener una vision mas amplia de diferentes lugares. 6. Maestrias y doctorados relacionadas con la Licenciatura. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pocas aulas necesarias para la licenciatura. 2. Mayor competencia de licenciaturas similares en otras universidades. 3. Falta de alumnos en la Licenciatura a causa de las demas universidades. 4. Ausencia de maestros para impartir clases en la Licenciatura.

CAPITULO 4

Conclusiones y Recomendaciones.

4.1.- Conclusiones.

En conclusión puedo mencionar que la principal fortaleza de nuestra Comisión es y ha sido, su equipo humano y es por eso que reconocemos la labor de todos aquellos trabajadores que han formado parte de nuestra organización. Personas comprometidas y dinámicas que se han enfrentado a condiciones adversas y han luchado porque el agua sea en Quintana Roo un factor de calidad de vida y un elemento indispensable para el desarrollo.

El agua potable en Quintana Roo, es fruto de muchos años de lucha y de peripecias que sus habitantes vivieron, pero forjada en la historia de nuestro estado por hombres y mujeres tenaces, que aman su tierra y que hoy la ofrecen a sus nuevos pobladores, provenientes de diversas partes del mundo. La historia de este líquido en nuestro estado, debe favorecer la formación de una cultura del agua, basada en la gestión integral de la misma, apoyada en su uso racional y en su valor estratégico.

Es fundamental destacar que los trabajadores son pieza clave para el desarrollo y el cambio dentro de las organizaciones, de tal forma que la buena atmósfera en el trato es indispensable para lograr un elevado rendimiento individual y colectivo de un grupo humano de trabajo.

- 1) Puedo llegar a concluir que en cuanto a la satisfacción: los Trabajadores (obreros y empleados), en general se encuentran en los niveles altos de satisfacción en el trabajo, presentando a su vez emociones positivas y adecuada adaptación. Sus estados de ánimo y actitudes están en relación a la satisfacción en el trabajo.
- 2) Que el apoyo en cuanto a la orientación que se le debe de dar al usuario corresponde a lo que se nos ha instruido arduamente en el trabajo de acuerdo a los términos vigentes de nuestros reglamentos y códigos.
- 3) Que están controlados y se lleva un seguimiento adecuado de las normas establecidas en cada área que existe en esta Dirección.

4.2.- Recomendaciones.

Recomendaciones para la CAPA

En la organización y planeación de eventos masivos recomendaría que todo el personal de nuestra área conozca y sepa lo que cada empleado deba hacer ya que han pasado situaciones en las cuales el personal solo se enfoca en lo que se le asigno y no sabe como apoyar a los demás compañeros del staff.

Implementar cursos de capacitación de acuerdo a las necesidades de la dirección de relaciones publicas en las cuales todo el personal participe en dichos cursos para así eficientar las actividades realizadas.

Ser accesibles a nuevas técnicas o procesos en la elaboración de campañas publicitarias para así llegar de manera directa y objetiva a nuestra sociedad para hacerles llegar de una manera clara y sencilla los programas que esta implementado esta dependencia.

Adquirir equipos de computo de acuerdo a las necesidades y funciones de cada empleado para que el trabajo sea mas optimo y eficiente.

Recomendaciones para la UQROO.

Destinar mas recursos para el Centro Emprendedor de Negocios (CEN) ya que es una muy buena fuente de crear nuevas empresas en los cuales tanto la UQROO como los alumnos salen beneficiados.

Constante actualización en los métodos de enseñanza, en los equipos de computo para estar a la vanguardia.

Una buena manera de aprender es mediante la practica ya que se está aplicando la teoría adquirida y es una muy buena de hacer mas amenas las clases.

Por ultimo la biblioteca seria mas eficiente y practico si la mayoría de su material didáctico estuviera al alcance de los alumnos de manera digital.

BIBLIOGRAFÍA

1. David, F. (1999). "Conceptos de Administración Estratégica" 9º Edición. Editorial Pearson Prentice Hill.
2. Kotler, F, "Dirección de Mercadotecnia". (1999). 9º Edición. Editorial Pearson Prentice Hill.
3. Ghemawat, P. (1999). "La Estrategia en el Panorama del Negocio". Editorial Pearson.
4. Sahnja, S. (2003). "Mujer Emprendedora". *Revista Interforum*, Núm. 10.
5. Sapag Chaín, N. (2001). "Evaluación de Proyectos de Inversión para la Empresa". Editorial Pearson Prentice Hill.
6. Baca Urbina, E. (2001). "Evaluación de Proyectos". Editorial Mc Graw Hill.
7. Longenecker, J., Moore C., Petty W. (2001). "Pequeñas y Medianas Empresas Familiares". Editorial Thomson Internacional.
8. Sánchez A. y Cantú H. (2000). "El Plan de Negocios del Emprendedor". Editorial Mc. Graw Hill.
9. Lambing P. y Kuehl C. (2000). "Empresarios Pequeños y Medianos" . Editorial Prentice Hall.

10. Hernandez H, A. (2001). "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión". Editorial Ecafsa.
11. De Saite-Marie, G. "Dirigir una PyME". (1995). Editorial Paidós. España.
12. Thompson-Strickland.(2004). "Administración Estratégica". Editorial Mc Graw Hill. México.
13. W. Hill; Jones, G. (2005). "Planeación" 6º Edición. Editorial Mc Graw Hill Interamericana.
14. Mintzberg, H. (1991). "El Proceso Estratégico". 2º Edición. Editorial Prentice Hill. Hispanoamérica S. A. México.
15. Sallenave, Jean Paul. (1994). "La Gerencia Integral". Editorial Norma. Colombia.
16. Gómez Ceja, G. (1999). "Planeación y Organización de Empresas". Editorial Mc Graw Hill.
17. Garcia Valencia, M. (2001). "Fundamentos de Administración". Editorial Trillas.
18. Kinneer, T; Taylor, J. (2004). "Investigación de Mercados". Mc Graw Hill Interamericana S. A. Bogotá Colombia.
19. Kotler, P; Amstrong, G. (2003). "Fundamentos de Marketing" Editorial Pearson Educación. México.

20. Czinkota, M; Kotabe, M. (2005). "Administración de Mercadotecnia". 2º Edición. Editorial Pearson Educación. México.
21. Mercado, S. (1997). "Mercadotecnia Programada: Principios y Aplicaciones para Orientar la Empresa Hacia el Mercado" McGraw Hill Interamericana. S.A. Méx.
22. Toffler, A; Betsi-Ann. (2002). "Diccionario de Mercadotecnia". Mc Graw Hill Interamericana. S. A. México.
23. Russow Lloyd, C; Terpstra Vern. (2003). "Mercadotecnia Aplicada". Editorial Norma. S. A. México
24. Sallenave, J P. (2000). "Gerencia y Planeación". Editorial Norma S. A. México.
25. Cohen, W. (2004). "Plan de Mercadotecnia" 3º Edición. Editorial Pearson. México.
26. González, A. (1993). "Finanzas en Administración". Editorial Interamericana. México.
27. Velásquez, G. (1980). "Proceso Administrativo". Editorial S. E. Costa Rica.
28. Zapata, J. (1983). "Administración Financiera" Editorial Una. Caracas Venezuela.
29. Estrada, S. (1983) "Introducción a la Administración" Editorial Una. Caracas Venezuela.

30. McCarthy, J; Perreult William. (2000). "Marketing Planeación Estratégica" Editorial Pearson.
31. Fischer, L, Espejo, J. (2000) "Mercadotecnia". 3º Edición. Editorial Pearson.
32. Kotler, P. (1999). "Dirección de Mercadotecnia". 8º Edición. Editorial Prentice Hall.
33. Kotler, P. (1999). "Dirección de Marketing, Conceptos Esenciales". Editorial Prentice Hall.
34. Kotler, P. (2000) "El marketing según Kotler". Editorial Paidós.
35. Kotler, P. (2000) "Marketing Management". Editorial Prentice Hall.
36. Levy, A. (1998). "Marketing avanzado" Editorial Granica
37. Dolan, R. (2003). "La esencia del marketing" Editorial Norma
38. Millar; Tujela (2004). "Manejo efectivo de clientes clave" Editorial Grijalbo
39. Levitt, T. (2000). "Marketing Miopía". Editorial HBR
40. Wilensky, A. (1998). "Marketing estrategico". Editorial Tesis
41. .D.Peppers/Rogers. (1996). "Uno x Uno". Editorial Vergara

42. Bertagnini, A. (2000). "Desarrollo empresario". Editorial Colec.Lideres 3 milenio
43. Rais, A; Trout, J. (2003). "Marketing de guerra". Editorial McGraw Hill
44. Gonzalez, D; Orlando, J. (2006). "Distribución y marketing" Editorial Macchi
45. Pope, J. (2000). "Investigación de mercado" Editorial Norma
46. Newell, F. (2005). "Las nuevas reglas del marketing" Editorial McGraw-Hill
47. Rice, C. (2006). "Marketing para el nuevo milenio" Editorial Granica
48. Soler, P. (2000). "Investigación cualitativa en marketing y publicidad". Editorial Paidós
49. Lafuente, G. (1999). "Como hacer marketing sin recursos". Editorial Piramide
50. Dorante, R. (2004). "Las organizaciones que aprenden". 3º Edición. Editorial Macchi
51. Namus, B. (2000). "Liderazgo Visionario". Editorial Granica.

52. Blake, O. (1993). "La capacidad, un recurso dinamizador de las organizaciones". Editorial Macchi.
53. Gore, E. (1996). "La educación en la Empresa". Editorial Granica.
54. Bengolea; Rodriguez. (1996). "Administración de Recursos Humanos". Editorial Macchi.
55. Alles, M (1991). "Dirección de recursos humanos estratégicos". Editorial Granica.
56. Ansoff, I. (1998). "La Dirección en la Práctica Empresarial". Editorial Wesley Longman.
57. Proctor, T. (1996). "Marketing Management". Editorial Thomson Laerning.