

INFORME DEL CONGRESO EMPRENDETE DE MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS
CINTERMEX EN MÉXICO



MARLON JHOANN RIVERA AVILA



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2020

INFORME DEL CONGRESO EMPRENDETE DE MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS
CINTERMEX EN MÉXICO

MARLON JHOANN RIVERA AVILA

Informe final presentado como requisito para optar al título en negocios internacionales.

Doc. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS
Doctorado en Economía Internacional.

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2020

Autoridades Académicas.

P. José Gabriel MESA ANGULO, O. P.

Rector General

P. Eduardo GONZÁLEZ GIL, O. P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. Rodrigo GARCÍA JARA, O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Mg. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano Facultad de Negocios Internacionales

Tabla de contenido.

Abstract	7
Informe del congreso emprendete de mercadotecnia y negocios cintermex en México.	8
Experiencias en cadenas de innovación.	8
Fases de la cadena de valor de la innovación.....	8
Negocios e internet.....	10
¿Cómo fue la evolución de internet en los negocios?	11
Ventajas de internet y la tecnología.	11
Desarrollo e implementación de la cultura organizacional empresarial.	12
¿Cómo influye la cultura organizacional en el área de trabajo?	15
Competencias clave para impulsar tu desarrollo profesional.....	16
Niveles en las competencias.....	16
TEDtalk alejándose del cliché millennial desarrollar potencial.....	18
Hoy universitario mañana profesional.	22
Digitalización industrial y megatendencia en la manufactura.	24
Cambios en la población	24
La globalización y los futuros mercados.....	24
Escasez de recursos.	25
El conocimiento y el cierre de la brecha de género.	25
Desafíos de la energía renovable en el mundo y cuál es tu papel.	25
El perfil del profesionalista en nuevos entornos laborales.....	27
¿Cómo serán los trabajos?.....	28
¿Cómo serán los trabajadores?.....	29
¿Cómo será la forma de trabajar?.....	29
Lean StartUp.	30
Visión hacia la mejora continua.....	33
Características de la mejora continua.....	33
Innovación + mejora continua.....	34
Los retos de emprender en las industrias creativas.	36

¿Cuáles son los países que más han avanzado en estas nuevas dinámicas económicas y que tipos de proyectos se están destacando?.....	36
Conclusiones.	38
Referencias Bibliográficas.	39

Lista de tablas.

Figura 1. Cadena de la innovación.....	9
Figura 2. Pasos de la cadena de valor, idea, desarrollo e implantación.....	10
Figura 3. Cultura Organizacional.....	12
Figura 4. Algunos elementos de la cultura organizacional	14
Figura 5. Como mantener la cultura organizacional.....	15
Figura 6. Los líderes deben garantizar un adecuado ambiente organizacional con sus empleados.	16
Figura 7. Competencias básicas.....	17
Figura 8. Competencias en el rol profesional	18
Figura 9. Ideas para el desarrollo del potencial millennial.	18
Figura 10. Características generacionales de la generación X.....	19
Figura 11. Características generales de los babyboomers.	19
Figura 12. Características generacionales de los millenials.....	20
Figura 13. Brecha diferenciadora entre los millenials y las generaciones anteriores.	22
Figura 14. Ciclo del agua.....	27
Figura 15. Necesidades de las empresas modernas.	27
Figura 16. Lista de principios de una Lean StartUp.	32
Figura 17. Ciclos de una metodología lean.....	32
Figura 18. Estragos de innovación.....	35
Figura 19. Fases de la innovación en la mejora continua.	35

Resumen.

En el presente trabajo se podrá visualizar el aprendizaje obtenido en la feria empresarial EMPRENDETE que tuvo lugar en Monterrey, Nuevo León, México. Esta Consistió en una serie de ponentes los cuales trataron diversos temas como: Lean StartUp, visión hacia la mejora continua, los retos de emprender en industrias creativas, TedTalk “alejándose del clishe millennial. Desarrollar potencial entre otros”, etc. La idea principal de este trabajo es que usted como lector también sea participe de este aprendizaje y experiencia internacional que nos brindó la universidad santo tomas, con información valiosa y detallada de los temas tratados por los ponentes.

Abstract

In this work it will be possible to visualize the learning obtained in the EMPRENDETE business fair that took place in Monterrey, Nuevo León, Mexico. This consisted of a series of speakers who dealt with various topics such as: Lean StartUp, vision towards continuous improvement, the challenges of undertaking in creative industries, TedTalk “moving away from the millennial cliché. Develop potential among others”, etc. The main idea of this work is that you as a reader also participate in this learning and international experience that the santo tomas university gave us, with valuable and detailed information on the topics covered by the speakers.

Key words: Lean StarUp, e-commerce, start a business.

Informe del congreso emprendete de mercadotecnia y negocios cintermex en México.

Experiencias en cadenas de innovación.

Las palabras claves en los negocios son la innovación y la creatividad, es crucial para todas las empresas, es la máxima con la que empieza esta conferencia pues nos dice que para alcanzar éxito y la sobrevivencia de una compañía en las que todos los días cambian las tendencias; es necesario tener estrategias que sean sostenibles en el tiempo para crear productos más dinámicos e innovadores que posicionen la empresa, obtenga beneficios y una ventaja competitiva superior a sus pares.

Aunque es cierto que la innovación es el núcleo del éxito de una compañía, hay que reconocer que durante este proceso hay firmas que fracasan durante el proceso, debido a que solo se enfocan en el proceso de creación y no en los demás pasos de la cadena como la aplicación de la invención o la investigación previa de las necesidades del público objetivo a quien está dirigido el producto.

Según el conferencista José Emilio Vargas la cadena de valor se compone de 3 fases:

Fases de la cadena de valor de la innovación.

Como se ha dicho, la cadena de la innovación se divide en tres fases y cada una de ellas se evalúa con un indicador clave de desempeño para saber la eficiencia del proceso

- La generación de ideas que puede tener lugar a nivel interno dentro de la propia empresa, en un departamento dedicado específicamente a ello, en una colaboración entre una o más áreas, entre compañías ó ser una colaboración externa.
- El desarrollo de las ideas implica la selección, evaluación, planificación y financiación de la idea innovadora, hasta su desarrollo y posterior transformación en un producto.
- Por último, la implantación de las ideas es decir el producto sale al mercado (una vez haya sido testeado por los clientes internos de la compañía) después de haber pasado con éxito

las etapas anteriores. Se puede decir que la empresa alcanzó la excelencia en innovación los indicadores de cada fase hayan sido aprobados de manera satisfactoria.

Figura 1. Cadena de la innovación



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor.

Uno de los puntos más importantes de la conferencia fue cuando se resaltó como mejorar la cadena de valor mediante una retroalimentación de los pasos realizados hasta la implementación del producto, centrando la atención en los eslabones más débiles de la cadena en vez de focalizarse en los puntos fuertes.

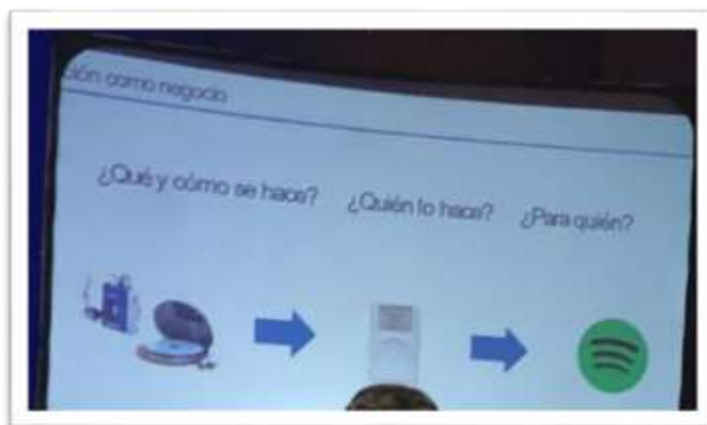
Después se abordaron ejemplos de las organizaciones que han tenido problemas adaptando las cadenas de valores a los procesos internos de una compañía, de los principales problemas que se exaltaron están la ineficiencia en el proceso de selección de ideas para su implantación ó en su defecto en el proceso de implantación de la misma y la financiación (costo/beneficio) en sí. Destacaba que aquellas empresas que no tienen un sistema real para hacer que las ideas lleguen al mercado estaban destinadas a fracasar; por otro lado, existían las empresas que sí tenían los medios para hacer llegar el producto al mercado pero que no tenían ideas innovadoras para desarrollar.

Posteriormente se habló del porque se abandonaban las ideas en su primera etapa, pues, aunque es un excelente indicador de creatividad una compañía donde se generen muchas ideas, este se vuelve negativo cuando las ideas no pasan a la etapa de desarrollo.

A este punto el proceso de innovación puede tornarse como un embudo pues muchos proyectos entran a desarrollarse y poco logran pasar la etapa de desarrollo y terminan siendo unos cuantos los que logran implantarse con éxito en el mercado, esta situación estrangula la cadena de valor e impide avanzar eficazmente con aquellas ideas seleccionadas

Es por eso que se proponía la creación de un nuevo paso (entre generación y desarrollo) que evaluara e hiciera seguimiento de la idea una vez generada, se evalué su potencial y su tasa de éxito de implantación antes de pasar a una fase de desarrollo. Pues al fin y al cabo la finalidad del sistema es tener una visión más amplia de toda la cadena de innovación en vez de hacer las predicciones en cada paso que se desarrolle evitando el desperdicio de recursos.

Figura 2. Pasos de la cadena de valor, idea, desarrollo e implantación



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor.

Negocios e internet.

En la siguiente conferencia se basó en la revolución que ha creado internet en el campo de los negocios. Internet se ha convertido en una herramienta imprescindible para los grandes y pequeños negocios, pues gracias a su expansión global un negocio puede hacer su propia publicidad a nivel local, nacional y mundial.

Son muchas las razones por las que la internet ha evolucionado tan rápidamente en los negocios, las empresas han visto el uso de internet como una herramienta principal para cerrar tratos y tener una visibilidad más grande que con los medios tradicionales (propagandas volantes,

anuncios de radio, etc.), agregando a esto se encuentra el boom de los dispositivos inteligentes que han sido una revolución total para el E-commerce.

La mayor parte población tienen dispositivos móviles, el 67% de la población cuenta con algún dispositivo inteligente con acceso a internet (Kienyeke, 2019), de hecho en Latinoamérica para 2019 se esperaba que el comercio electrónico alcanzaran los USD \$79,7 mil millones (Statista, 2019) popularizando la compra de productos en la red y las transacciones en línea.

¿Cómo fue la evolución de internet en los negocios?

Hace una década el uso del internet de las empresas se limitaba a crear su propia página web como una extensión de sus instalaciones; años más tarde las empresas se dieron cuenta que internet les daba una visualización más amplia y podían expandir sus negocios de manera internacional; actualmente los negocios se acercan a sus clientes por medio de las redes (especialmente las redes sociales), con el objetivo de crear confianza y fidelización con sus estrategias de relaciones públicas.

No solo las grandes empresas han utilizado internet para su beneficio, las Pymes han encontrado que al tener una buena visualización de su negocio pueden alcanzar mayores niveles de venta con un nivel de inversión menor, por lo cual se han dedicado acercarse a su público objetivo mediante las redes sociales y así mismo entender sus necesidades sin recurrir a costosos estudios de mercado

Ventajas de internet y la tecnología.

Son muchas las ventajas que internet ha puesto al alcance de los pequeños y grandes negocios dentro de las principales que se explicaron están:

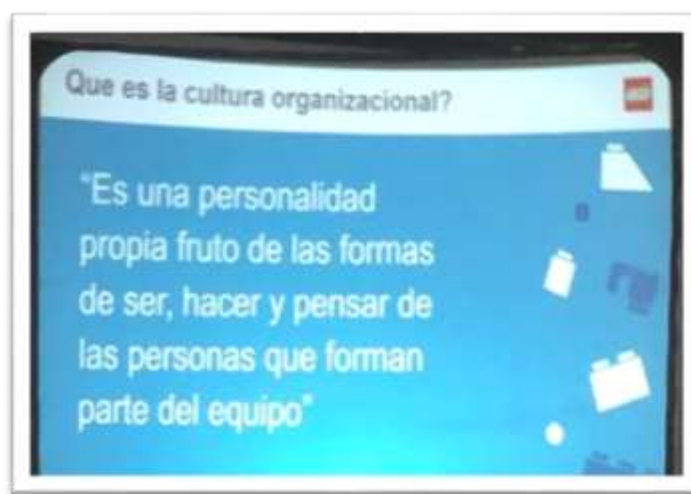
- La facilidad de llegar a cualquier rincón del mundo y a numerosos clientes potenciales.
- Recepcionar pedidos durante las veinticuatro horas del día.
- Crear empresas unipersonales bajando los costos humanos.
- Realizar un seguimiento más detallado del público objetivo y evaluar la efectividad de las campañas de marketing.

- Comunicarse eficazmente con los clientes a través de las redes sociales.

Todos los sectores han hecho un uso creciente de internet, hasta el punto de que las inversiones de las empresas estadounidenses en informática y comunicaciones han pasado a constituir el grueso de la inversión de capital corporativo en su conjunto (Schiller, 2014).

Desarrollo e implementacion de la cultura organizacional empresarial.

Figura 3. Cultura Organizacional



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor.

La cultura organizacional es el conjunto de valores y creencias que comparten los individuos de una organización, mediante ella, los empleados pueden crear e implementar estrategias para mejorar sus procesos internos e influir positivamente sobre el performance empresarial. Pero dentro de ese conjunto cuales son los elementos más importantes

- Los valores y creencias son aquello que nos ayuda a distinguir las acciones buenas de las malas, es la percepción de las personas de sus acciones (buenas o malas) y sus consecuencias, éstas generalmente están establecidas por una norma cuyo papel es trazar una directriz clara de comportamientos.

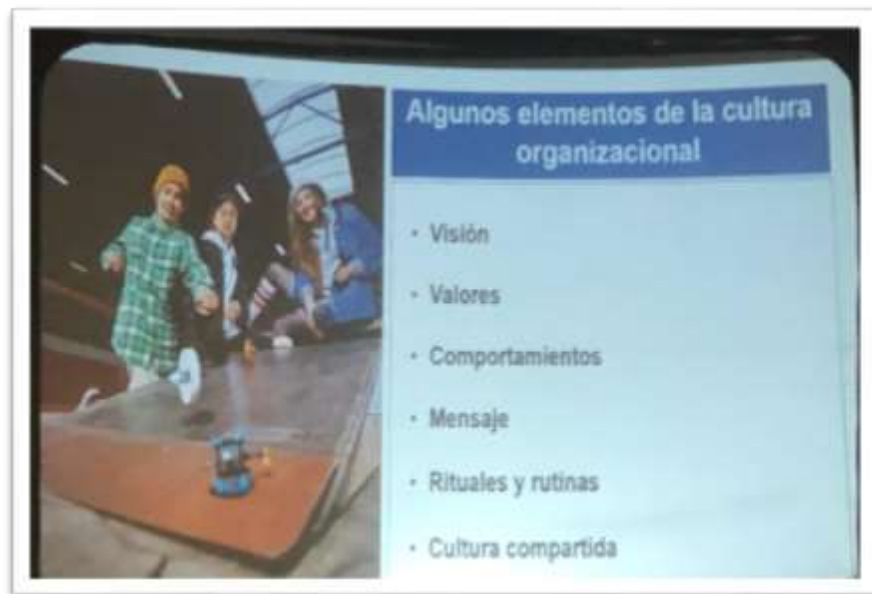
- Compartir el sistema de valores mencionado es igual de importante, no es suficiente con que existan valores y creencias individuales dentro de la organización, estos deben ser sostenidos la mayoría de los miembros de la organización para la buena convivencia.
- Una vez los miembros haya cumplido lo anterior puede integrarse entre sí y adaptarse a la identidad que promueve la empresa (cabe aclarar que los valores del empleado y la empresa deben ser similares y compartirlos de igual forma), los valores empresariales se mantienen a lo largo del tiempo permitiendo a sus miembros acoplarse a ella.
- Aunque se ha dicho que los sistemas de valores son una constante, la cultura organizacional evoluciona constantemente pues los individuos que las componen no son los mismos eternamente.

Estas culturas organizaciones deben tener ciertas características para diferenciarse una de otras como:

- Una buena cultura organizacional promueve la iniciativa como una característica importante y que viene ligada con la asignación de responsabilidades, la libertad de toma de decisiones y un cierto nivel de independencia.
- Así mismo cuando la iniciativa entre los empleados es constante viene la concientización del riesgo, así es necesario enseñar el riesgo/beneficio que las organizaciones deben enfrentar por las decisiones tomadas sean individuales o colectivas.
- Es ahí donde entra el rol de los jefes para mantener bajo control el posible riesgo presentarse y así mismo reiterar (de ser necesario) manteniendo bajo control el ambiente laboral.
- Identidad e integración: Grado en que los miembros se identifican con la organización como un todo más que con su particular grupo de trabajo o campo de experiencia profesional y en el que las unidades organizativas son animadas a funcionar de una manera coordinada.
- Las recompensas son importantes pues les demuestran a los empleados que su compromiso con la organización es reconocido.

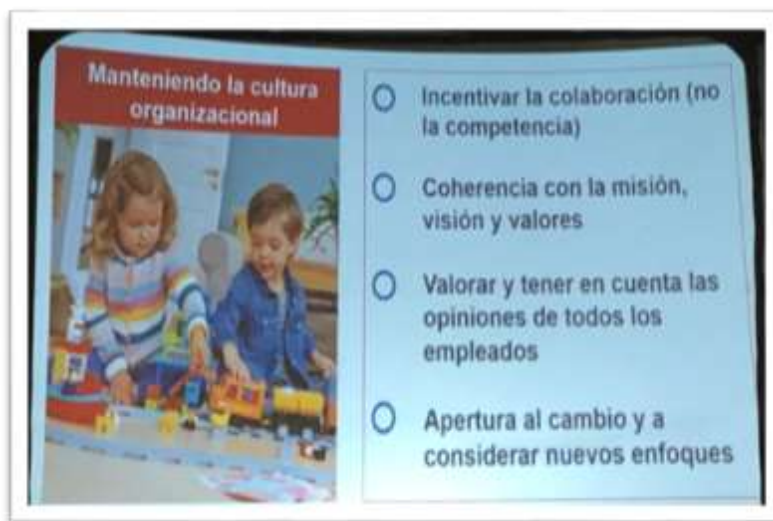
- Durante el desarrollo de los procesos de la empresa pueden presentarse conflictos, puesto que al motivarse un ambiente de pro actividad y libre expresión cabe la posibilidad de generar choques de opiniones generando conflictos y críticas, por lo cual los jefes deben ser asertivos Tolerancia del conflicto: El grado en el que los empleados son animados a airear los conflictos y las críticas de forma abierta.
- por último, pero no menos importante, está la comunicación organizacional, esta debe ser fluido dentro de sus miembros para a mayor eficiencia y estar regulada por una jerarquía para evitar conflictos.

Figura 4. Algunos elementos de la cultura organizacional



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor.

Figura 5. Como mantener la cultura organizacional.



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor.

¿Cómo influye la cultura organizacional en el área de trabajo?

Una vez los elementos de la cultura organizacional sean conocidos y asimilados por los empleados, podemos observar como confluyen en el trabajo en equipo de la organización. Cuando los empleados sienten pertenecer a un grupo de sentirán que tienen deberes y derechos dentro de la empresa, reforzando su compromiso con la compañía.

La cultura organizativa afecta las conductas de sus empleados, pues cada vez que logren las metas propuestas el sentimiento de pertenencia se afianzará modificándose en ellos sus valores y así mismo se motivan a ponerse metas más altas aumentando su producción.

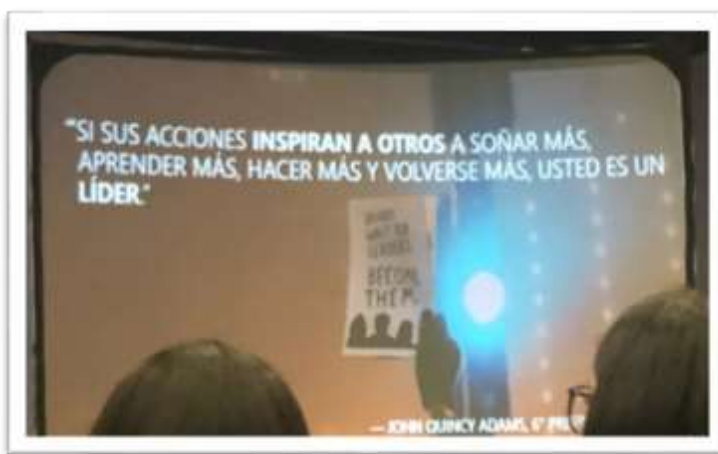
Uno de los temas que más impacto tiene en la cultura organizacional y en el área de trabajo son las reglas pues estas afectan a todos por igual, cuando se estén diseñando dichas reglas es necesario se fijen dentro de los parámetros y expectativas que tiene sobre ellas, por lo cual si dichas reglas no suponen ningún inconveniente sobre su ética y moralidad.

Lo siguiente a lo que se debe analizar es la conducta de los miembros mientras conviven entre sí, pues si muestran conductas poco colaborativas que creen conflictos en el trabajo o por el contrario si los miembros tienen una relación de cooperación con un solo objetivo de alcanzar metas en común.

Por último, las emociones también influyen en el comportamiento dentro de las organizaciones, no todos los individuos son iguales algunos son espontáneos y demuestra sus

emociones, otros son más analíticos y no demuestran sus emociones; cada miembro es valioso y dentro de su diversidad aportan diferentes elementos de la organización y es el líder de la organización quien acomoda los puntos fuertes de los empleados en los proyectos requeridos en donde mejor pueden utilizar sus puntos fuertes

Figura 6. Los líderes deben garantizar un adecuado ambiente organizacional con sus empleados.



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor.

Competencias clave para impulsar tu desarrollo profesional.

La educación de en las instituciones están orientadas hacia la enseñanza y aprendizaje y tiene como finalidad que el alumno ponga en práctica los conocimientos inculcados. Una vez que el alumno sea aprobado debe integrarse a la sociedad y poner sus habilidades competentes para la producción económica.

La sociedad económica cada vez demanda más preparación de los futuros profesionales, por lo cual el desarrollo de competencias profesionales es uno de los enfoques más activos en la educación superior, por lo cual las universidades se han dado a la tarea de fortalecer dichas competencias durante sus procesos de formación.

Niveles en las competencias.

Para el desarrollo de las competencias profesionales hay 3 niveles

- **Las competencias básicas:** Dentro de estas competencias se buscan combinar las destrezas, los conocimientos y actitudes y adaptarlas al ámbito profesional. Dentro de estas competencias las capacidades intelectuales son indispensables en el aprendizaje de una profesión, pues dentro de la capacidad intelectual se puede evaluar las capacidades cognitivas, metodológicas y técnicas.

Estas competencias son claves pues se precisan también para el desarrollo personal, gracias a ellas los profesionales pueden adaptarse con facilidad en un entorno laboral que constantemente cambia, por lo cual la empresa también adapta como estrategia la movilización del personal por las diferentes áreas de trabajo.

- **Las competencias genéricas:** Son aquellas que implican habilidades, el conocimiento técnico, las actitudes y las aptitudes, y el uso de los recursos en su ambiente de trabajo. Todo esto combinado le permite al profesional un mayor desempeño laboral para así cumplir con las metas propuestas. Además, están coinciden con los valores empresariales independientemente que sean personales os sistémicos.

Figura 7. Competencias básicas.



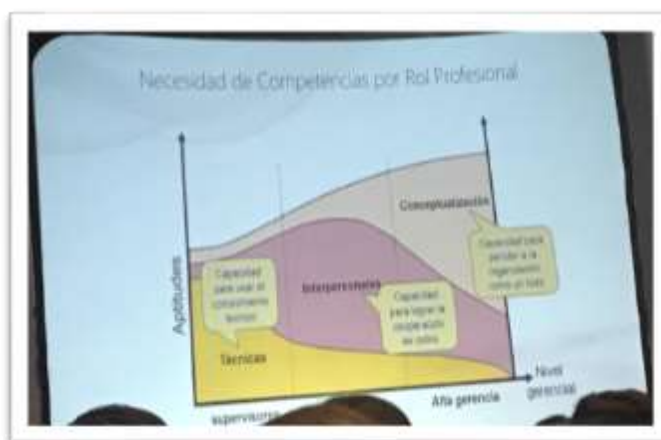
Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor.

Las competencias genéricas más conocidas son el trabajo en equipo, la adaptabilidad, el uso de TICS, la innovación y la lealtad, el razonamiento crítico, la gestión del tiempo la responsabilidad el compromiso con la organización y la creatividad.

- **Las competencias específicas:** Finalmente las competencias específicas son las que se adquieren cuando una persona estudia un específico contenido a partir es estudiar conceptos, teorías y estudios específicos de una disciplina en concreto.

Dentro de estas se busca que el profesional demuestre una comprensión superior de conocimiento de conceptos, teorías, procedimientos y principios relativos a disciplinas básicas (matemáticas, ciencias, sociales, etc.) maniobrabilidad en de las herramientas básicas de su puesto de trabajo, proyección de resultados de su labor y capacidad de resolver los requerimientos solicitados por parte del líder de equipo.

Figura 8. Competencias en el rol profesional



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor.

Tedtalk alejandose del clishe millenal desarrollar potencial.

Figura 9. Ideas para el desarrollo del potencial millennial.



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor.

Figura 10. Características generacionales de la generación X



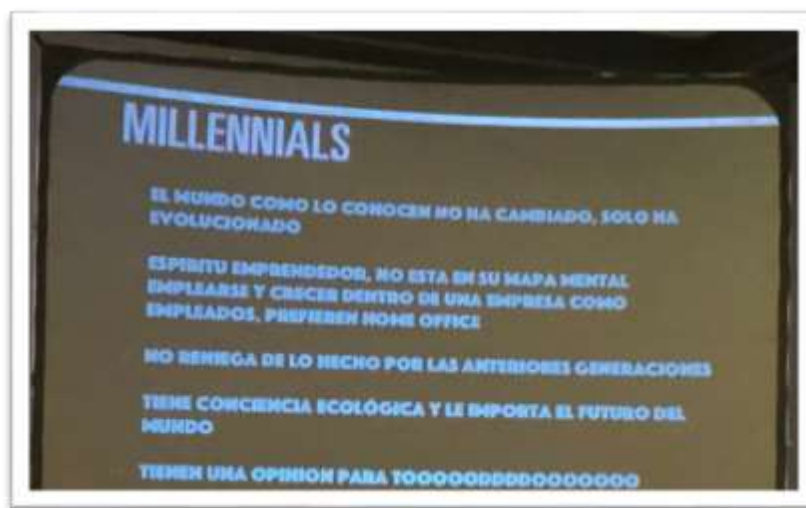
Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor

Figura 11. Características generales de los baby boomers.



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor

Figura 12. Características generacionales de los millenials.



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor

Uno de los problemas del ámbito laboral de hoy en día es cómo atraer y mantener el talento humano, en especial a los millenials quienes son los que conservan las más altas tasas de renuncia en la actual Industria comparada con otras generaciones, ese es uno de los motivos por el cual esta generación ha sido conocida como la menos comprometida (pues cambian de empresa muy fácilmente), pero debemos aclarar que esto solo es una superstición errónea, pues todas las generaciones anteriores en algún punto tuvieron una alta tasa de rotación laboral.

Los millenials han sido catalogados de exigentes, perezosos, desleales e infelices cuando no lograba datarse a su lugar de trabajo; en realidad los estudios dicen que las generaciones anteriores tampoco han mejorado, a los baby boomers se les acusaba de ser una generación en exceso mimada y la generación X de ser la que más lloraba, con lo que se demuestra que a cada época se le atribuye una característica negativa.

En este punto es donde entran las empresas para romper los estereotipos generacionales y aprovechar sus puntos fuertes en el ámbito laboral, y para esto es necesario tener otra visión de esta generación que suponen un tercio de la fuerza laboral mundial y que sigue ascendiendo exponencialmente. El objetivo de la empresa moderna es promover el compromiso con sus empleados y crear una cultura de sentido de pertenencia para la compañía en donde laboren, por lo cual, si se logra esto y desarrollar su potencial colaborativo y su ambición por lo material, demuestran que son gran material de líderes empresariales.

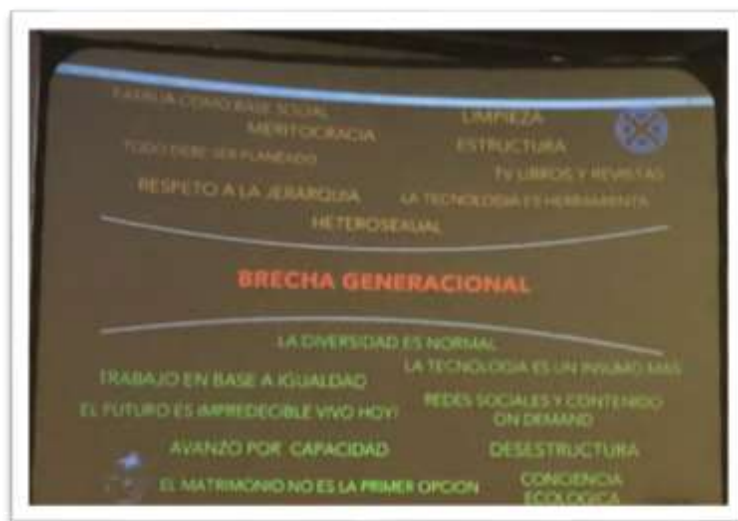
Esta generación es más práctica y tolerante que sus predecesores, con un alto sentido de propósito que constantemente les lleva a estar innovando además de tener una formación educacional y técnica más alta que sus predecesores. Por eso se busca aprovechar sus puntos fuertes y también buscar que la empresa se adapte a ellos para crear una adecuada sinergia de trabajo.

Está demostrado que lo que más valoran los millenials es la flexibilidad laboral, por lo cual reinventar los horarios de trabajo, la posibilidad de viajar y el teletrabajo, pueden ser una forma eficaz de aprovechar el tiempo y resulta ser un estímulo positivo para ellos. Los millenials son emprendedores natos, es una generación que busca superar los imposibles y si un ambiente de trabajo les garantiza flexibilidad, libertad y movilidad; se ganaran la tan ansiada fidelidad corporativa.

Esta generación está constantemente preocupada por las opiniones, por lo cual los jefes deben promover una cultura evaluativa constantemente y conocer rápidamente si están teniendo un buen desempeño, por lo cual una buena estrategia es promover evaluaciones en tiempo real, en vez de hacer reuniones trimestrales o anuales.

Son varios los retos que tienen las empresas por lo cual es necesario tener flexibilidad en su funcionamiento especialmente si se van a obtener más beneficios de los esperado, lo millenials han sido mal catalogados son una generación que tiene grandes capacidades de liderazgo que buscan ser reconocidos por su trabajo duro y sentir que tienen el control de su vida y contribuyen a un propósito superior. Por algo uno de sus lemas es **You Only Live Once**, pues como son también nativos digitales es tienen una visión más amplia del mundo y saben mejor que sus predecesores, que el mundo tiene demasiadas opciones para estar en un solo lugar en el que no puede trascender en un solo lugar en el que no podría crecer personal ni profesionalmente

Figura 13. Brecha diferenciadora entre los millenials y las generaciones anteriores.



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor

Hoy universitario mañana profesional.

La educación superior ha tenido muchos desafíos en los últimos años, principalmente en la actualización de sus conocimientos (teóricos y prácticos) que imparten, el acceso a la educación superior se ha flexibilizado como respuesta a la gran demanda de estudiantes que buscan perfeccionar sus habilidades laborales para integrarse con éxito a la vida profesional.

El panorama actual nos indica que existen nuevos retos para los profesionales ya egresados en una sociedad afectada por largos periodos de recesión como la sobre calificación para puesto de trabajo (puesto que no requieran formación universitaria); la distorsión de la realidad de las habilidades necesarias para un trabajo y las habilidades enseñadas en los centros educativos y los bajos niveles salariales ofrecidos que no concuerdan con las aspiraciones salariales del profesional.

Un egresado profesional atraviesa en cualquier trabajo una etapa de exploración previa en donde necesitan el apoyo de sus jefes inmediatos para hacerle frente a las demandas en su ambiente de trabajo y así mismo a medida que progresa tener autonomía e integrarse perfectamente en su puesto de trabajo. Es por eso que el reto de la educación superior también debe centrarse en hacer una transición más fácil de la vida estudiantil a la vida profesional.

Durante esta conferencia impartida por Herón Ramos tiene como objetivo analizar los dilemas que atraviesan los profesionales recién egresados durante su transición de las aulas a la práctica.

Uno de los métodos más eficaces para superar este miedo es la práctica profesional, pues les da una idea más clara a los estudiantes como desempeñarán sus conocimientos aprendidos en un ambiente de trabajo determinado. El aprendizaje de un oficio es un proceso abierto y en constante cambio donde los futuros egresados tengan que usar no solo lo que aprendieron sino también sus habilidades propias para resolver problemáticas que los saquen fuera de su zona de confort.

Construir una identidad profesional es un proceso de construcción que implica no solo el crecimiento profesional sino el crecimiento interpersonal, y es a través de estas experiencias que los profesionales adquieren confianza y una identidad propia que le permita trabajar con otros profesionales en una agradable sinergia.

Pero ¿Que es la identidad profesional? En específico cuando se habla de identidad profesional se puede decir que son las habilidades, aptitudes y valores propios que desarrolla una persona en un determinado campo de acción; es un proceso de constantes interacciones en donde se moldea o adapta la personalidad de un profesional a un ambiente de trabajo requerido, haciéndose un lugar dentro de una red de trabajo.

Durante la práctica profesional, los estudiantes definen un plan de acción para atender los requerimientos de su área de trabajo, pues les daba una ilusión de control de la situación y de las posibles contingencias a presentarse, pero al presentarse situaciones fuera del plan de trabajo la situación se salía de control y era difícil para ellos retornar el mando. Todo esto ocurría de manera constante una y otra vez hasta lograr dominar la situación y crear nuevas estrategias y un plan de control de daños.

De esta manera, los estudiantes construían estrategias desde la acción para lidiar con la incertidumbre, las cuales experimentaban repetidamente hasta lograr comprender elementos de la práctica que no habían considerado en sus planeaciones. Dichas estrategias se construían a partir de las observaciones que realizan desde su práctica.

Digitacional industrial y megatendencia en la manufactura.

La revolución 4.0 ha sido una total revelación en los últimos años y sigue avanzando a grandes pasos en todo el mundo, la digitalización de la industria manufacturera ha sido una de las más desarrolladas pues ha aprovechado todas las ventajas de internet para mejorar la eficiencia y reducir los costos. De esta manera, las mega tendencias están dando forma al futuro de la fabricación.

En los mercados globales los empresarios deben moverse rápido para responder con prontitud a las demandas cambiantes y maximizar las nuevas oportunidades de mercado. La tecnología de la información, la tecnología operativa y las mega tendencias globales están en camino de encontrarse en los negocios impulsando cambios en la manera de hacer negocios y cómo interactúan los clientes y proveedores.

Es por ello que se está entrando en una era de un nuevo tipo de cliente, es decir un cliente global, este nuevo cliente es más versátil, más consciente y más exigente. Posteriormente se explicaron cuáles eran las cuatro mega tendencias globales, que cuando se combinan con tecnologías nuevas y convergentes, requerirán que los fabricantes se transformen.

Cambios en la población

La población aumenta en algunas naciones, la clase media sigue creciendo y los mercados de consumo están cambiando. Sin embargo, aunque la tecnología continúa facilitando y ayudando a atraer a la generación de los millennials más exigentes, que se prevé que representará el 75% de la fuerza de trabajo mundial de 2025 y desempeñará un papel importante en la industria manufacturera, sigue evolucionando.

La globalización y los futuros mercados

Las empresas expandirán sus operaciones en todo el mundo, y se espera que las exportaciones mundiales se tripliquen para 2030. Las exportaciones de los países emergentes y en desarrollo cuadruplicarán, y es probable que los acuerdos comerciales regionales y bilaterales abran aún más las fronteras mundiales. La parte del PIB generada por los países BRIC -Brasil,

Rusia, India y China- crecerá. Los países con subgrupos que comprenden México, Indonesia, Nigeria y Turquía (MINT) y México, Indonesia, Corea del Sur y Turquía (MIST) están en condiciones de superar al mundo avanzado. La tecnología seguirá siendo un gran facilitador de la globalización. No sólo a través del comercio electrónico y la apertura de mercados adicionales, sino también con respecto a la existencia de sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP) para apoyar el comercio transfronterizo y los procesos de fabricación multinacionales.

Escasez de recursos.

Los recursos son cada vez más escasos a pesar del enfoque en el cambio climático y la sostenibilidad, y habrá una dependencia continua de los combustibles fósiles. La mayoría de las materias primas críticas serán suministradas probablemente por China antes de 2030 y ciertamente fuera de los EEUU y de Europa. Esto podría potencialmente ser mitigado por tecnologías de reciclaje innovadoras, y el uso de plataformas tecnológicas para agilizar los procesos y mejorar la eficiencia facilitando este cambio.

El conocimiento y el cierre de la brecha de género.

Los fabricantes notarán los desafíos del decreciente talento humano. No habrá suficientes personas capacitadas para realizar los “trabajos del futuro”. Al notar mayores porcentajes de la población con títulos de posgrados, el grupo disponible de trabajadores provendrá de países en desarrollo. Los empleadores comenzarán a tener una lucha global por el talento, debido a que sus deseos y necesidades son muy diferentes a los de la generación anterior. Atraer Millennials requiere una movilidad mejorada, tecnología que satisfice sus expectativas con una sofisticada experiencia de usuario y tener patrones con mayor flexibilidad.

Desafíos de la energía renovable en el mundo y cual es tu papel.

Lamentablemente, el mundo está atravesando por uno de los desafíos más grandes en los últimos tiempos. Ningún sector se escapa de las consecuencias económicas que pudiera afrontar y el de las energías renovables causa preocupación por el avance obtenido.

La lucha que muchas organizaciones han hecho para que los países se plieguen al Acuerdo de París, puede verse afectado por la recesión económica que atraviesa algunos países obligando a desligarse del tratado y explotando indiscriminadamente la tierra para tener más beneficios. Todo esto mantiene en incertidumbre el futuro del planeta, pero por lo menos el esfuerzo de las ONGs que buscan asegurar un futuro sostenible no será en vano.

El siguiente punto hablado fue sobre las consecuencias económicas de no adaptarse a las energías renovables

Las actividades, desde la fabricación de vehículos eléctricos hasta la instalación de paneles solares, están siendo afectadas por la recesión y todo indica que puede seguir en descenso, las cifras son un duro golpe para una industria que agregó más de 70.000 empleos en 2019. La fuerza laboral de energía limpia en los EE. UU. creció a casi 3.4 millones de personas a fines del año pasado, pero ha disminuido para 2020.

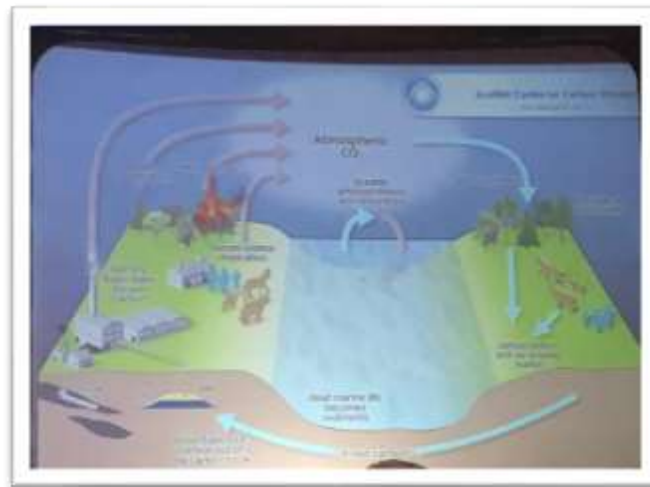
Ha habido una gran serie de desafíos para el sector de las energías renovables, muchos de ellos relacionados con la recesión económica, que ha causado problemas con las cadenas de suministro y ha obligado a algunas fábricas a cerrar.

En el sector de la energía eólica, el fabricante danés de turbinas eólicas Vestas suspenderá la parte de la fabricación para el 2020, señalando que muchos usuarios prefieren los medios de energía tradicionales que son más económicos que las energías limpias.

A todo esto, cuál sería el futuro de las energías renovables, el mayor impacto lo llevará el sector comercial debido al cierre de los negocios, según las perspectivas económicas para los próximos años, también se estima que las ventas de electricidad a la industria caerán a medida que las fábricas reduzcan la producción.

Desafortunadamente el ser humano no es consciente del daño que ocasiona al ambiente pues al incrementar su huella de carbono en el mundo hace que esta se orille a la extinción, aún estamos a tiempo para cambiar esta perspectiva, pero si las personas no se unen en pro de su supervivencia por encima de los beneficios de unos pocos estará contados los días de la humanidad en la tierra.

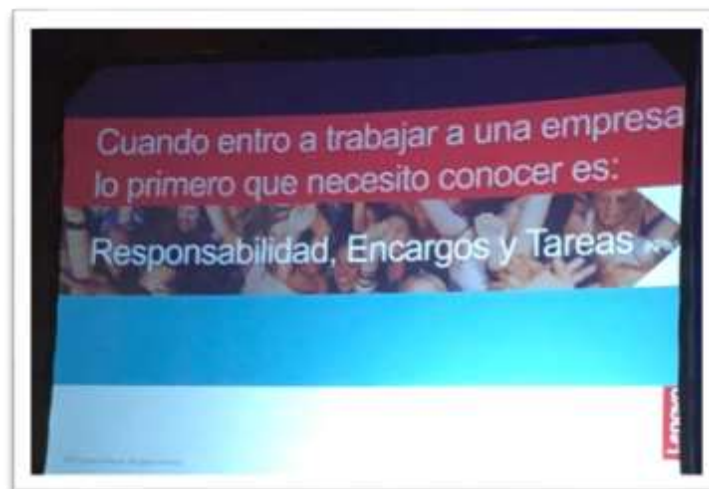
Figura 14. Ciclo del agua



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor

El perfil del profesionalista en nuevos entornos laborales.

Figura 15. Necesidades de las empresas modernas.



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor

Son varios los cambios que se prevén para el futuro laboral, el conferencista invitados Luis Rodrigo Carretero pronostica diferentes cambios a los que todos los trabajadores tendrá que adaptarse si quiere seguir formando parte de este mercado de trabajo.

Habrà un aumento de la demanda de trabajadores cualificados, con unas competencias técnicas y transversales que les permitan adaptarse a los diferentes tipos de trabajo y a las

demandas de cada sector. También se producirán cambios en las formas de trabajar, los tipos de trabajos y las características que tendrán que tener los trabajadores. Algunos de estos cambios ya se están empezando a ver en algunas empresas, conoce como se prevé el futuro laboral.

¿Cómo serán los trabajos?

La idea de un trabajo para toda la vida dejará de existir, las personas trabajaran en varias empresas, distintos puestos de trabajo y sectores de actividad. Eso requerirá a profesionales con amplias competencias y capacidad de adaptación al cambio.

Las empresas buscarán a los trabajadores que mejor se ajusten con cada puesto de trabajo, teniendo en cuenta su perfil profesional y ofrecerán diferentes tipos de contratos que respondan a sus necesidades. Algunos ejemplos ilustrados fueron:

Contrato por proyecto (OPS), o también conocido como "on-call-work": Ese tipo de contratos permiten a la empresa contratar a un trabajador para un proyecto determinado, y al trabajador conseguir un elevado grado de especialización en un campo concreto, como también, poder trabajar para varias empresas y conseguir una mayor autonomía en el trabajo.

Mini jobs: son contratos de baja remuneración y con un número reducido de horas de trabajo. La calificación para ese tipo de trabajos también es baja. Este tipo de contratos son muy populares en Alemania.

Trabajos de fin de semana u otras fórmulas que ayuden a las empresas a gestionar la demanda.

Habrá demanda de trabajadores **FREELANCE** para desarrollar proyectos específicos, en algunos casos, el trabajo no será presencial, se potenciará el trabajo online, desde la nube. Ello supone una deslocalización del trabajo, y por lo tanto se establece una relación laboral basada en la confianza hacia el trabajador y sobre el rendimiento de éste.

El **CROWDSOURCING**, o colaboración abierta distribuida, consiste en plantear problemas a determinados segmentos de la población especializados y recompensar a quienes consigan solucionar esos problemas. Este modelo de producción seguirá en el futuro.

¿Cómo serán los trabajadores?

Para cubrir los diferentes tipos de trabajo se requerirán a profesionales bien cualificados y con una serie de competencias que les ayuden a desenvolver con éxito el trabajo. La formación será importante, pero perderá peso y ganarán peso las competencias, tanto las técnicas que ayudan a desarrollar la profesión, como las transversales.

La formación continua tendrá también un papel clave, la formación a lo largo de la vida será fundamental para que cada trabajador se pueda adaptar a todos los cambios que se producirán en el mercado de trabajo. Estar en constante formación y aprendiendo cosas nuevas permitirá a los trabajadores continuar siendo competitivos frente a un mercado de trabajo en el que las nuevas tecnologías supondrán un gran impacto ganando territorio y se automatizarán muchos procesos industriales.

Algunas de las características del perfil profesional que deberán tener los trabajadores son:

- Espíritu emprendedor.
- Disponibilidad de movilidad profesional.
- Elevado grado de especialización y competencias técnicas y transversales.
- Conocimiento de idiomas y manejo de herramientas tecnológicas.

Además, será muy importante crear una marca personal propia y trabajar a fondo la red de contactos (networking).

¿Cómo será la forma de trabajar?

Una de las características más destacable de la nueva forma de trabajar es la flexibilización del trabajo: trabajos a tiempo parciales, horarios y vacaciones más flexibles y oportunidades para

poder trabajar fuera de la oficina, lo que supondrá una deslocalización del trabajo. Ello supondrá la necesidad de personas versátiles con gran capacidad para adaptarse al cambio.

Por otro lado, la tecnología se ha extendido en todas las empresas, y ofrece la posibilidad de trabajar de forma diferente.

Los entornos de trabajo también variarán, el teletrabajo, las áreas de coworking (profesionales independientes que comparten un espacio común de trabajo) o los grupos de trabajo distribuidos (trabajo cooperativo sin necesidad de mantener reuniones cara a cara, apoyándose en videoconferencias) serán los entornos de trabajo más comunes en el futuro.

El teletrabajo.

El teletrabajo aumentará en los próximos años. La tecnología e Internet permiten poder trabajar de forma deslocalizada a muchos trabajadores.

Esta forma de trabajar permite una flexibilización de la jornada laboral, como también, una mejora en la conciliación familiar de los trabajadores. El teletrabajo y las nuevas tecnologías aplicadas en entornos laborales, permiten también una conectividad 24 horas de los trabajadores.

La tecnología ofrecerá nuevas formas de organización del trabajo, permitiendo agilizar algún proceso, pero también esta automatización supondrá la destrucción de algunos puestos de trabajo.

También irán cogiendo fuerza formas de trabajar como el coworking o el outsourcing, y se externalizarán algunas funciones de menos valor de las empresas.

Lean StartUp.

Esta conferencia fue impartida por Luis Socconi el CEO de Lean Six Sigma Institute, abrió la conferencia explicando la manera tradicional en la que los proyectos se concebían en la oficina; se hacía un plan de negocios, se pedía financiación y se lanzaba el producto al mercado. Según Socconi, la metodología Lean StartUp rediseña el proceso haciéndolo mucho más eficiente, y reduciendo el riesgo asociado al lanzamiento de cualquier proyecto innovador.

La metodología Lean StartUp es un concepto acuñado por Eric Ries, aunque proviene de Japón de las teorías de Lean Manufacturing de Toyota. Es la evolución del concepto tradicional de Lean, al caso concreto del lanzamiento de Startups al mercado.

Tradicionalmente la filosofía Lean se aplica a los procesos productivos, pone su atención en eliminar cualquier tipo de desperdicio. El caso típico que resaltaba, era la eliminación de los stocks intermedios entre procesos, que casi todas las plantas de producción tienen. Con esta metodología de producción lo que se hace es resaltar todas aquellas actividades que aportan valor a la cadena de producción, eliminando todo aquello que es superfluo y que genera gastos innecesarios.

La metodología Lean Startup se ha convertido en el movimiento que está transformando la manera de concebir, fabricar y lanzar nuevos productos al mercado.

Mediante un aprendizaje validado, experimentación e iteración son los tres pilares en los que se basa la metodología Lean Startup. El objetivo es reducir el riesgo en el lanzamiento de nuevos productos y servicios; mientras se aprende de cerca las necesidades del cliente (Customer Development), siendo esto la clave para producir de forma barata y veloz

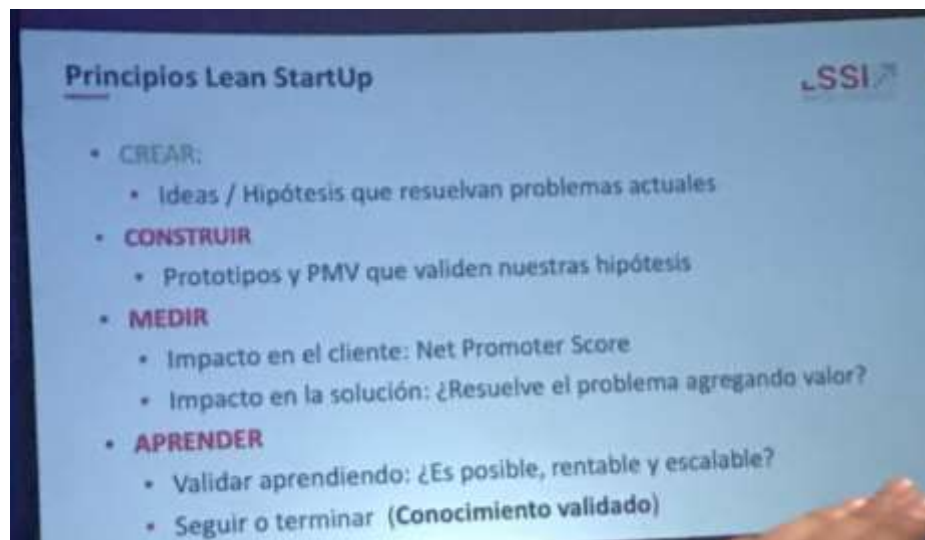
Para ello, la experimentación es la herramienta, que transforma las hipótesis iniciales en hechos, haciendo del aprendizaje el pilar sobre el que se construye el producto o servicio y un robusto modelo de negocio. La experimentación consiste en enfrentar cuanto antes las ideas al mercado, en forma de prototipos, entrevistas, productos mínimos viables (MVP)..., para testar las hipótesis del negocio y convertirlas en hechos. En resumen, testar la propuesta de valor, lo antes posible.

De esta manera la estrategia va emergiendo conforme se obtiene más conocimiento del mercado, en lo que también se llama un proceso de estrategia emergente. Con la experimentación, aquellas hipótesis que resulten obligan al empresario a pivotar respecto a la idea inicial, proponiendo alternativas cada vez más próximas a la estrategia óptima. De esta manera es el mercado al que guía la estrategia y no la estrategia es la que guía el modelo de negocio.

Con la metodología Lean Startup se va construyendo a medida que se obtiene más y más conocimiento del mercado, pasando a invertir sumas más importantes únicamente cuando el **aprendizaje** que ya se ha realizado. De esta manera, el método Lean StartUp permite invertir menos recursos (tiempo, dinero e ilusión) en la fase de aprendizaje y testeo de la idea de negocio,

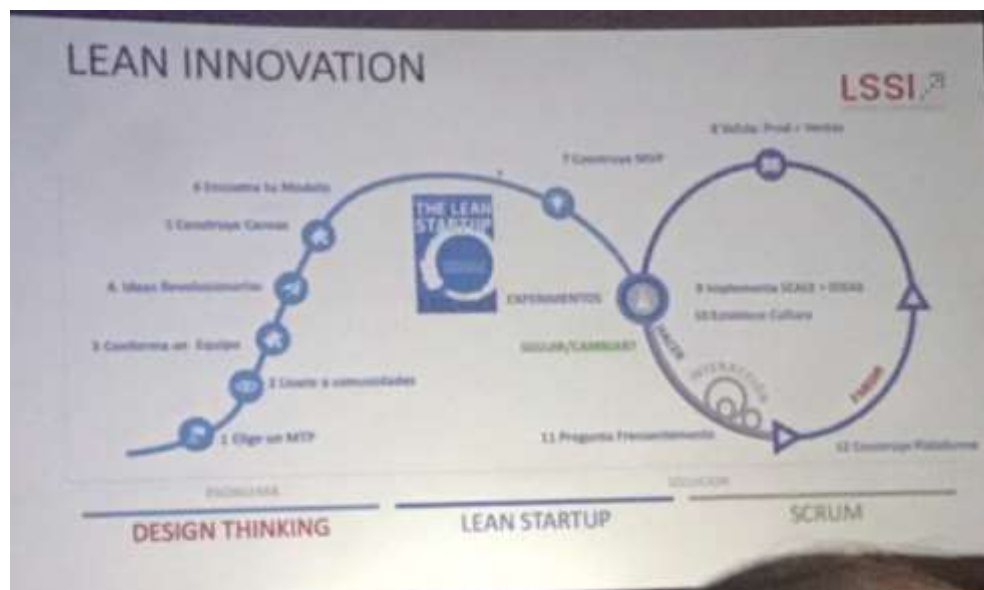
para invertir más recursos o pedir financiación cuando el conocimiento y las probabilidades de éxito son altos.

Figura 16. Lista de principios de una Lean StartUp.



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor

Figura 17. Ciclos de una metodología lean



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor

Visión hacia la mejora continua.

La diferencia fundamental entre el termino innovar y la mejorar continua, radica en el riesgo asociado que asume al innovar. Martin Vanegas explicaba que, por definición, la mejora continua no implica ningún tipo de riesgo. Innovar es un concepto que, de forma inherente y va siempre asociado a la incertidumbre, y esta a su vez entraña riesgos que pueden ser de tipo tecnológico, financiero, de mercado, etc. Un proyecto de innovación siempre es un proyecto arriesgado. Un proyecto de mejora continua, jamás lo será.

La producción de un artículo nuevo, el desarrollo de una tecnología novedosa o la prestación de un servicio inédito son ejemplos de innovación. El cambio radical suele implicar una transformación más drástica de los productos o servicios ofrecidos por la empresa o de las tecnologías aplicadas en sus procesos.

La mejora continua se basa en la adopción de pequeños y constantes cambios en la organización a lo largo del tiempo, como la evolución de un producto con nuevos ingredientes o materiales, la optimización del servicio de atención al cliente con personal más calificado o durante más horas, el mejoramiento en las técnicas y tipos del envasado o la distribución, etc. Por ejemplo, la adopción de sistemas de gestión de la calidad en la organización es un resultado de mejora continua en general en una organización. Pues la mejora continua significa para una empresa estar permanentemente pendientes de poder mejorar.

Características de la mejora continua.

- Es de efecto, es a largo plazo con una larga duración y sin ningún tipo de giros dramáticos.
- Tiene cambios de pequeña envergadura y se dan paso a paso.
- Conllevan un determinado esfuerzo continuo y constante en el tiempo.
- Tiene una particularidad especial en el tiempo que se produciendo de forma gradual.
- Todos los miembros de la organización están involucrados.
- El enfoque es colectivo, todos los miembros hacen esfuerzos en grupo.
- Se basa en una gran iniciativa, se crea a partir de un, conocimiento convencional adquirido, y se mantiene con de motivación y creatividad.

- Tiene pocos requerimientos como poca inversión, pero con un gran esfuerzo motivado por el grado de sostenibilidad en el tiempo.

Innovación + mejora continua.

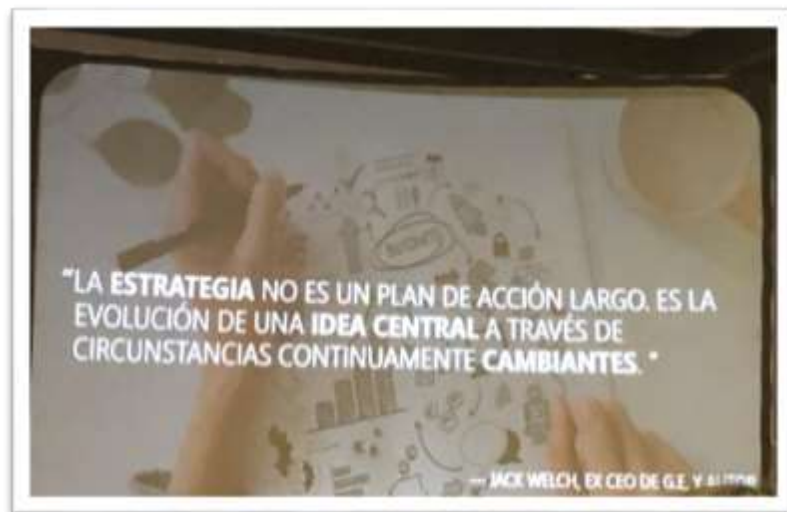
Poner en marcha un sistema de gestión de la innovación no es un fin en si mismo, no es una meta que se debe alcanzar, sino que es una nueva dinámica de trabajo a poner en práctica en toda la organización que también se verá en la necesidad de ser mejorada en el tiempo.

La innovación y de la mejora continua es un bucle sin fin, que incluye todos aquellos cambios que se pongan en en marcha frutos de un proceso de innovación con el fin de lograr la eficacia y o eficiencia; estos serían susceptibles por su dinámica a necesitar pequeñas y constantes adaptaciones en el tiempo, para continuar o mejorar con su grado de eficacia y eficiencia, que se logra con la aplicación de la mejora continua.

El objetivo es encontrar y potenciar los procesos y los métodos de trabajo que puedan influir en la organización, y en las personas que las constituyen, para buscar en forma permanente y conjunta, los cambios necesarios para responder a las expectativas que se generan con el transcurso del tiempo.

La innovación en conjunto con la mejora continua obliga a los profesionales a cuestionarse no solo como mejorar lo que todavía tiene la posibilidad y el potencial para alcanzar nuestras expectativas sino también a preguntarse así mismo, si se puede hacer aún mejor lo que está funcionando, si se puede hacer de otra manera, para prever y anticiparse a los cambios y a las nuevas necesidades, demandas y expectativas que puedan llegar.

Figura 18. Estragos de innovación.



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor.

Figura 19. Fases de la innovación en la mejora continua.



Nota: imagen tomada a las diapositivas del expositor

Los retos de emprender en las industrias creativas.

Las industrias creativas y culturales, que incluyen disciplinas como las artes visuales, la música, la moda, el diseño gráfico y los juegos digitales, en el 2015 generaron ingresos por US\$124.000 millones y dieron empleo a más de 1,9 millones de personas en la región.

En términos concretos Jorge Suarez hizo énfasis, sobre la industria del cine, la publicidad, la televisión, la animación, los videojuegos, la industria editorial, la industria de la música, la moda y el diseño, por mencionar solo algunas de las áreas que abarca la Economía Naranja. También destacó que el «emprendimiento» es un sector transversal que viene experimentando un crecimiento notable, y tiene un potencial increíble en estas industrias.

En Latinoamérica ha surgido una nueva generación de emprendedores talentosos que le han dado a la creatividad un valor central en sus actividades productivas y comerciales. Ellos han redefinido sus funciones y desafiado los mitos que rodean a la creatividad como fenómeno, construyendo equipos multidisciplinarios que conjugan habilidades innovadoras atípicas. Es necesario destacar los talentos de esta industria emergente y demostrar como la creatividad pueda acelerar la innovación y contribuir en nuestros países con una economía competitiva a nivel mundial basada en el conocimiento.

¿Cuáles son los países que más han avanzado en estas nuevas dinámicas económicas y que tipos de proyectos se están destacando?

Cuando surez realizó un mapeo de toda América Latina y el Caribe identificó cerca de 300 innovaciones de las industrias creativas y culturales, con especial énfasis en las innovaciones tecnológicas. En él cual 50 emprendimientos innovadores fueron de mayor impacto social en la región, agrupados según su pertenencia a algunos de los principales sectores de las industrias culturales y creativas (ICC): arquitectura, artesanía, diseño, medios, moda, música, servicios creativos y software/plataformas Digitales. Estos procesos de innovación se produjeron en doce países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Jamaica, México, Perú y República Dominicana.

En América Latina y el Caribe los ingresos generados por las ICC en alcanzaron los 124 mil millones de dólares en 2013. Y, en 2015, la Economía Naranja dio empleo a 1,9 millones de

personas comparables con los que genera toda la economía de Uruguay o Costa Rica. Si los países de América Latina quieren alcanzar un crecimiento balanceado de sus economías e incrementar su competitividad en este constante ambiente de cambio, es vital fomentar estas industrias. Ellas representan un potencial que aún no ha sido explotado. Es importante que la región ponga atención en ellas y se generen las condiciones necesarias para que prosperen la creatividad y la innovación en una cultura de emprendimiento.

Conclusiones.

Este encuentro internacional fue en extremo beneficioso para nosotros como profesionales, pues gracias a esto nos damos cuenta de las ventajas y límites que tiene un profesional en el mercado actual, de necesario no solo reconoce nuestros puntos débiles y fuertes, sino saber que a nuestro alrededor el mundo cambia rápidamente todo el cambio y debemos ser más rápidos que el cambio para estar a la vanguardia de las necesidades del mercado.

Por otro lado, considero que estas charlas fueron de suma importancia para mi formación profesional, pues como negociante internacional tengo la necesidad de conocer las fortalezas y debilidades de otras culturas y mercados con las que podría aspirar en un futuro realizar negocios internacionales, México es uno de los referentes de cultura de trabajo más grande en América por lo cual hay mucho que aprender de ellos referente a su cultura y la capacidad de sus profesionales.

Como aprendizaje puedo decir que ha sido una de las experiencias más gratificantes que he podido vivir, pues me enseñó mucho sobre las fortalezas y debilidades que tengo y cómo puedo mejorar notablemente como profesional en mi búsqueda de la integración a la sociedad económica, solo me queda resaltar que esta es una oportunidad valiosa que nos ayuda a buscar socios comerciales y nos permite hacer nuestros primeros contactos de negocios internacionales en un país tan avanzado industrialmente como México

Referencias Bibliográficas.

- Kienyeke. (3 de marzo de 2019). El 67% de la población cuenta con un dispositivo móvil.
<https://www.kienyeke.com/tecnologia/el-67-de-la-poblacion-cuenta-con-undispositivo-movil>
- Guerrero, J. (2019). Así ha crecido (y crecerá) el e-commerce en Latinoamérica
<https://content.blacksip.com/crecimiento-ecommercelatinoamerica>
- Schiller, D. (2014). Internet y los negocios. En Cambio: 19 ensayos clave acerca de cómo Internet está cambiando nuestras vidas (pág. 471). EEUU. <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2014/01/BBVA-OpenMind-libro-Cambio-19-ensayos-fundamentales-sobre-c%C3%B3mo-internet-est%C3%A1-cambiando-nuestras-vidas-Tecnolog%C3%ADa-Internet-Innovaci%C3%B3n.pdf>