

14

MENTES

Enero - junio, Revista Mentes. Año 6, número 14.



UNIVERSO INVESTIGATIVO

una exploración en el espacio de la aplicación de los saberes universitarios



DIRECTORIO

PRODUCCIÓN EDITORIAL

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN: Dra. Myrna Ledesma Arvizu

COORDINACIÓN EDITORIAL: Lic. Angélica Carolina Caballero Hernández

UNIVERSIDAD DE LEÓN

RECTOR: Ing. Fernando Arturo Calderón Espinosa

DIRECCIÓN ACADÉMICA: Ing. Sandra Guadalupe Orozco Chávez

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN: Dra. Myrna Ledesma Arvizu

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN

DIRECTORA: Dra. Myrna Ledesma Arvizu

ÁREA DE METODOLOGÍA E INVESTIGACIÓN ACADÉMICA: Lic. Juan Pablo Escalera Juárez

ÁREA DE DIFUSIÓN ACADÉMICA Y ESTUDIOS CUANTITATIVOS: Lic. Angélica Carolina Caballero Hdz

DISEÑO EDITORIAL

Lic. Angélica Carolina Caballero Hernández

Revista Mentes es una publicación institucional de periodicidad semestral, Enero-junio 2024. Editada por la Dirección de Investigación de la Universidad de León. Justo Sierra #230, Zona Centro, C.P. 37000. León, Gto. Tel. 01 (477) 251 05 45. Ext. 1610. Email: investigacionudl@universidaddeleon.edu.mx Reserva de título: 04-2007-012511324300-102, ISSN: 1665-4811. Los artículos firmados son responsabilidad de sus autores y no reflejan necesariamente la posición de los editores, ni de la institución.



[Dirección de Investigación](#)



[direcciondeinvestigacionudl](#)

ÍNDICE

EDITORIAL 04

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA CONSULTORÍA DE UN DEOÍSTA EN LAS ORGANIZACIONES PARA MEJORAR LAS RELACIONES LABORALES E IMPULSAR EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA.

Kevin Martín Pérez Martínez, Perla Patricia Sotelo Juárez y Madeley Gutiérrez Ballesteros / Plantel Moroleón 08

FACULTAD DE ARQUITECTURA

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO HERRAMIENTA PARA EL DISEÑO DE INTERIORES.

Lidia Silva Díaz, Ximena Ortiz López, Víctor Abraham Avilés y Dan Efraín Mancilla Hernández / Plantel Moroleón 17

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y SU IMPACTO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

María Guadalupe Sánchez Regalado y Juana Pedraza Orozco / Plantel Moroleón 23

LA INFLUENCIA Y MANIPULACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CONDUCTA Y PERCEPCIÓN DE LA REALIDAD.

Ariana Villagómez García / Plantel Moroleón 31

CULTURA DE CANCELACIÓN Y SUS IMPLICACIONES SOCIALES.

Cinthia Gisele León Ornelas y Karlos Kevin Márquez Granados / Plantel Paraísos 38

FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA

OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS DE LA CONTADURÍA PÚBLICA EN EL CAMINO HACIA LA REVOLUCIÓN DIGITAL.

Vanessa Zavala Ávalos, Jackelin Guillén Zavala
y Daniel Ramírez Ortiz / Plantel Moroleón

50

ANÁLISIS SOBRE EL IMPACTO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL CAMPO DE LA CONTABILIDAD FINANCIERA.

Yajahira G. Martínez, Saúl Bautista, Rocío Bedolla
y Assur García G. / Plantel Moroleón

57

FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO

ANÁLISIS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO HERRAMIENTA PARA LA CONFECCIÓN TEXTIL.

Adriana González Guerrero, Daniela Fortuno Jiménez
y Felipe Aguilera Bibián / Plantel Moroleón

64

EL IMPACTO GENERADO POR EL DISEÑO GRÁFICO EN LAS CAMPAÑAS POLÍTICAS PARA LAS ELECCIONES 2024.

María Guadalupe Martínez Lara, Brayan Manuel Flores Martínez, Litzy Janeth Orozco Madrigal
y Priscila Jiménez Parra / Plantel Moroleón

72

SUBESTIMACIÓN DE LA PRÁCTICA LABORAL DE LOS DISEÑADORES GRÁFICOS.

Gema García, Karla Jimena García, Brenda Isabel Rico
y Alexis Calderón / Plantel Moroleón

78

FACULTAD DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

EL IMPACTO DE LOS RIESGOS PSICOSOCIALES EN LA SALUD Y BIENESTAR DE LOS COLABORADORES Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD.

Yoana Gallardo y Fernanda Cárdenas / Plantel Paraísos

82

LA FORMACIÓN DEL ONBOARDING Y SU IMPORTANCIA EN EL ÁMBITO LABORAL.

María Fernanda Espinoza López, Miriam Lucero Sánchez Lara
y Lizbeth Estephany Murillo Padilla / Plantel Paraísos

91

ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL ESTRÉS Y SU IMPACTO EN EL DESEMPEÑO LABORAL Y SALUD DE LOS TRABAJADORES EN LAS EMPRESAS DEL SUR DE GUANAJUATO.

Ximena Mascott Ledesma, Ana Valeria Rodríguez Hernández
y Martín Osiel Flores Cerrato / Plantel Moroleón

100

CONVOCATORIA

106

EDITORIAL

La etapa formativa de la universidad proyecta en cada persona que la cursa un cúmulo de aprendizajes y vivencias que le dan conocimientos y herramientas para el conveniente ejercicio profesional ya sea en el emprendimiento personal o en la empleabilidad de una gama de organizaciones afines, por ello tan importante que los jóvenes puedan acceder a integrarse a esta etapa.

Los días de universitario se van sucediendo en una especie de mar de experiencias: las que cumplen con la motivación principal de apropiar los conocimientos de la profesión acompañadas de habilidades y herramientas para su práctica, así como de vínculos sociales focalizados en desarrollar amistades y camaraderías profesionales.

En esta etapa de la formación de una licenciatura, es una característica de nuestra institución que los docentes responsables de la enseñanza de las generaciones de profesionistas puedan colocar en la mente cotidiana de sus estudiantes la integración de habilidades para la aplicación en la vida laboral de lo que aprendieron. Es así que, dentro de su preparación la aplicación de los saberes logrados es fundamental, donde se requiere que no sólo haya un dominio de conceptos y comprensiones sino también de su aplicación, en sintonía con lo anterior el presente número de la revista *Mentes* donde los estudiantes de licenciatura pueden explorar la aplicación de conocimientos especializados de su carrera en algún campo específico de la cotidianidad laboral.

EDITORIAL



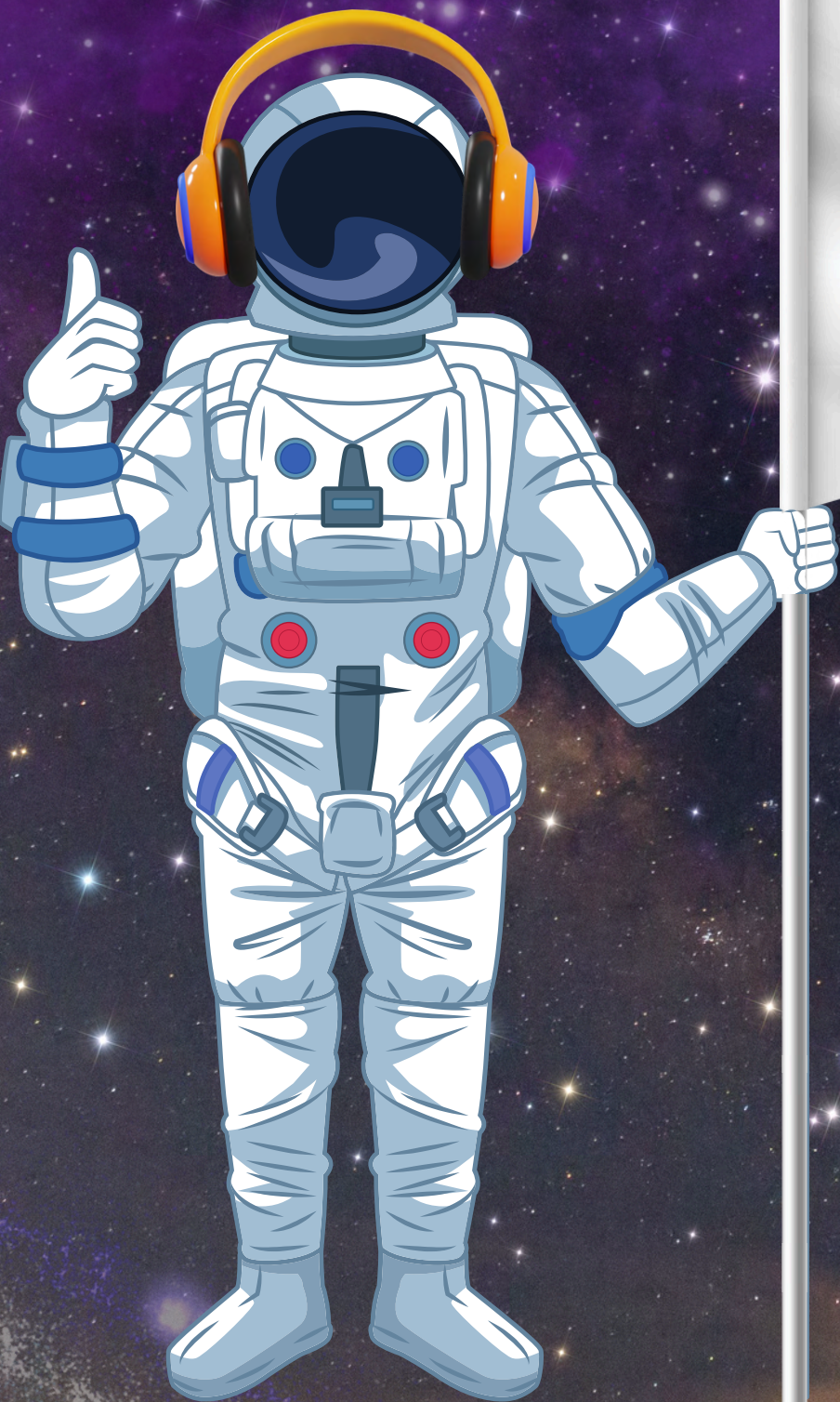
Esta edición difunde contenidos de artículos que los universitarios próximos a egresar observaron como oportunidades de reflexión acerca de su entorno laboral, atendiendo los conocimientos novedosos y de mayor alcance para su integración en el día a día laboral de su campo de especialización y que son eje fundamental de sus estudios. Los mencionados artículos están segmentados por licenciatura, enmarcados en la línea profesional los textos universitarios entre los cuales se encuentran: administración de empresas, arquitectura, contabilidad, comunicación, diseño gráfico y psicología organizacional.

En el abordaje de temáticas novedosas se concentra principalmente la aplicación de la inteligencia artificial, dado que en la actualidad las herramientas de IA están al alcance se exploran las aplicaciones posibles en algunos campos profesionales como la industria textil, el diseño de interiores, la comunicación o la contabilidad financiera. En otros aspectos, se abordan los medios de comunicación en diversas manifestaciones sobre la conducta y percepción, la cultura de la cancelación. Igual de reflexivo los textos sobre la aplicabilidad de la profesión del diseño gráfico. Finalmente, la salud mental explorada desde la psicología organizacional añade deliberaciones sobre el onboarding en las empresas, los riesgos psicosociales, la productividad y la consultoría especializada.

EDITORIAL

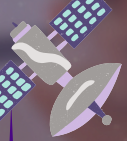
Los esfuerzos creativos de hacer investigación universitaria se hacen visibles en los reportes parciales de nuestros estudiantes a partir de sus artículos como evidencia de su compromiso y exploración combinada del mundo laboral y académico dando como resultado compendios como el que presentamos para la lectura de la comunidad universitaria de nuestra institución.

Dra. Myrna Ledesma Arvizu
Directora de Investigación y Posgrados




¡Escúchanos por tu
plataforma favorita!







Propuesta de implementación de la consultoría de un deoísta en las organizaciones para mejorar las relaciones laborales e impulsar el crecimiento de la empresa



 Kevin Martín Pérez Martínez, Perla Patricia Sotelo Juárez y Madeley Gutiérrez Ballesteros.

 Facultad de Admon. de Empresas

 Plantel Moreleón

RESUMEN

Hoy en día existen demasiados problemas dentro de las empresas, ya sea que se susciten por factores internos o por factores externos a la empresa, es por ello por lo que proponer la implementación de la consultoría de un deoísta toma una gran importancia, ya que el deoísta surge a partir del desarrollo organizacional (DO) como un psicólogo organizacional, que busca apoyar a la empresa a ensamblar y coordinar adecuadamente la organización y de esta manera, tratar de eliminar la duplicidad de esfuerzos al eliminar puestos innecesarios o que no aportan valor a la empresa, además de preparar a sus integrantes para los constantes cambios que se generan en la actualidad, mejorar el rendimiento de la empresa y tomar el mejor rumbo posible para llevar a cabo un crecimiento sostenible a través del tiempo.

COMIENZOS DEL DO EN MÉXICO

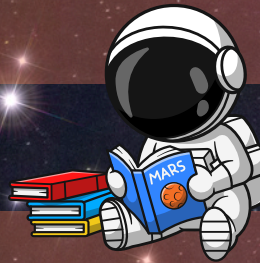
El DO considerado por muchos como una herramienta para el cambio planificado que ayuda a las empresas a mejorar las relaciones humanas, de tal forma que permite aumentar el desempeño de la empresa. Este movimiento comienza en el año 1920 en Estados Unidos e Inglaterra, aunque aún no se le otorgaba el nombre de desarrollo organizacional, fue hasta los inicios de 1960 gracias los trabajos de Kurt Lewin, considerado como el padre del DO, Douglas McGregor y Beckhard quienes desarrollaron los grupos T en la empresa "Oil". (Jorge A. Hernández, 2011)





El DO llega a México entre los años de 1967- 1968 con su aparición en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. (Montufar, 2013)

Es así que algunas de las empresas mexicanas comienzan a adoptar el DO, algunas de las primeras empresas fueron como fundidora Monterrey, Cervecería Cuauhtémoc, Grupo Bimbo, entre algunas más, también algunas instituciones educativas como la universidad de Monterrey, comenzaron a impartir una maestría en DO para finalmente llegar a 1982, donde se comenzaron a llevar congresos anuales.



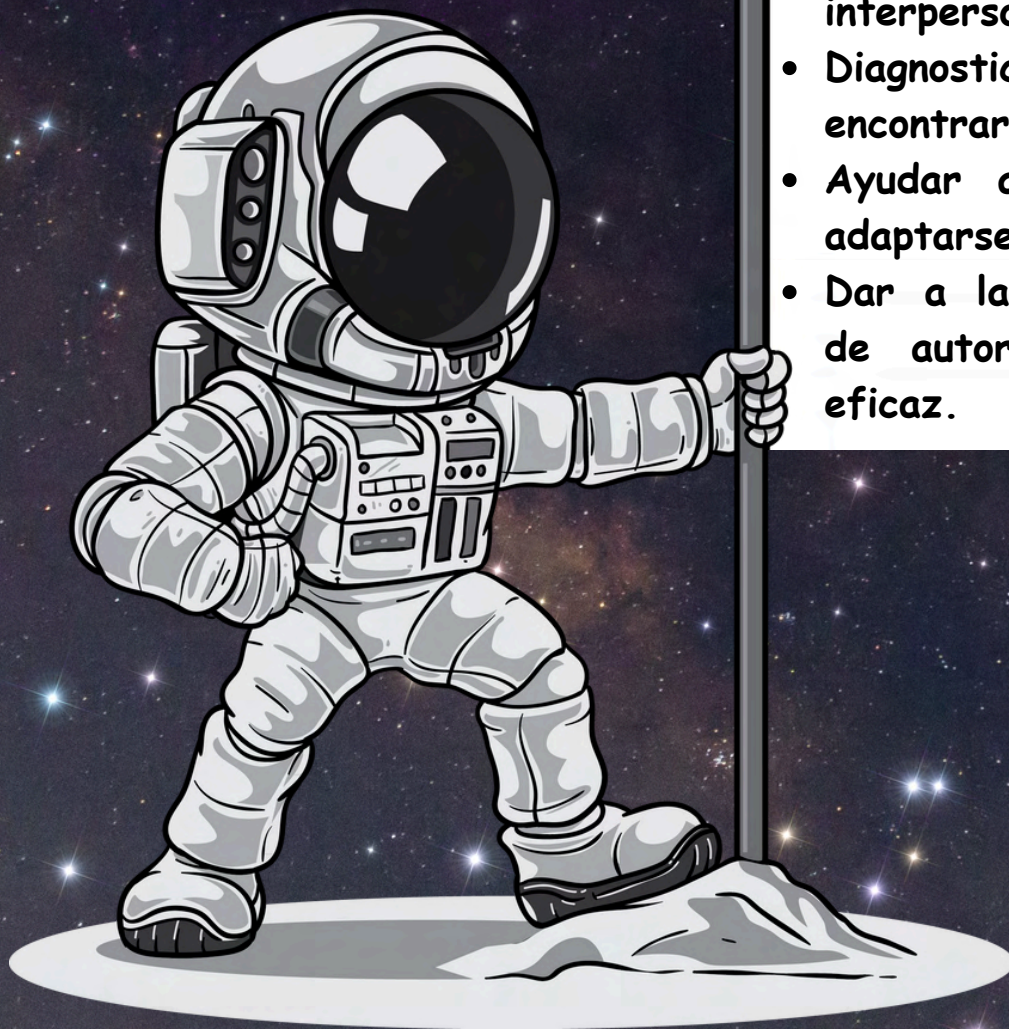
DEFINICIÓN DEL DESARROLLO ORGANIZACIONAL

En la actualidad se cuenta con un amplio conocimiento acerca del DO por lo cual, existe un gran número de definiciones, se toma el siguiente concepto como referencia para el presente artículo.

Según Alejandro Guzmán de la Garza el DO implica el estudio de los procesos sociales que se dan dentro de una empresa con el objetivo de ayudar a sus miembros a identificar los obstáculos que bloquean su eficacia como grupo, y a tomar medidas para hacer óptima la calidad de sus interrelaciones, para influir de manera positiva y significativa en el éxito de los objetivos de la empresa. (Montufar, 2013)

El DO también persigue los siguientes objetivos :

- Ayudar a los administradores a realizar mejor sus actividades.
- Establecer relaciones interpersonales más eficientes.
- Diagnosticar problemas y encontrar las mejores soluciones.
- Ayudar a las organizaciones a adaptarse mejor a los cambios.
- Dar a la empresa la capacidad de autorrenovarse y ser más eficaz.





De esta manera, podemos decir que el DO es una excelente herramienta que a través del tiempo se ha ido desarrollando hasta evolucionar en el sistema que es hoy en día y que pretende ayudar a las empresas de manera integral y sostenible, el DO sigue su evolución.



EVALUACIÓN Y PRÁCTICA DEL DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y TENDENCIAS FUTURAS

Es fundamental saber llevar a cabo un proceso para las organizaciones y estar actualizados en tendencias futuras, como también es importante la interacción en la organización, ya que si hay una buena comunicación, la empresa tendrá una mejora y crecimiento continuo y estará preparada para el cambio hacia el futuro. (Montufar, 2013).

La evaluación ayuda para que se realicen buenos cambios dentro de las organizaciones, y así se tengan mejores estrategias que les ayude el crecimiento del mismo y encontrar nuevas oportunidades para que todo se vaya desarrollando de acuerdo al avance que se vaya realizando.



EL FUTURO DEL DO

En la actualidad va avanzando mucho el DO ya que las empresas lo utilizan para realizar las mejoras que necesitan, el desarrollo organizacional se debe de considerar como un cambio planificado, eso significa que las empresas deben de adoptar un nuevo paradigma y por lo tanto, deben de estar conscientes de que no será de un día para otro, mientras tanto deben considerarse y conocer las implicaciones del mismo.

El futuro del DO depende mucho del tiempo, como va avanzando en tendencias, innovación en tecnología, así como también en esfuerzo, para obtener esa actualización continua del DO y estar preparados para el futuro, y de este modo tener el conocimiento e información que les ayude a tener una mejor perspectiva del DO en las organizaciones.

LOS ENEMIGOS DEL DO

El DO tiene varios enemigos pues ya que todo no está perfecto en ello, por lo tanto, se considera como enemigo el síndrome de avestruz, al no afrontar las problemáticas que se presentan, nos hacen estar en desventaja y con el paso del tiempo nos hace ir en retroceso ante organizaciones cuya visión es hacia el futuro, entonces por lo tanto esto es un trabajo que se tiene que dedicar tiempo para ver resultados.

Otro de los enemigos del DO es la resistencia al cambio porque siempre que se requiera realizar un cambio habrá quien se oponga o se le dificulta mucho y no podrá aceptar la transformación realizada y esto puede ser uno de los mayores enemigos ya que esto lo detendrá todo. (Proscant, s.f.)



CONSEJOS RELACIONADOS CON EL EFECTO DEL DO EN EL MUNDO ACTUAL

Los consejos para tener un efecto bueno se basan en sentirnos satisfechos con lo que estamos realizando para que las organizaciones vean el cambio que se quiere hacer y así cada vez se implemente y se vean con la necesidad de aplicarlo en sus empresas.

Se les debe de dar la oportunidad a los integrantes y motivarlos con pensamientos de que ellos lo pueden lograr y realizar bien el trabajo y se les debe de estimular ya que de esa manera se obtendrán buenos resultados, porque ellos creerán en ellos mismos y serán capaces de realizar el trabajo.

Contar con trabajadores competitivos e innovadores, pues en la actualidad se tiene mucha competencia y lo que se necesitan son nuevas ideas, para que los procesos que se llevan a cabo sigan avanzando y así tener los retrasos e inconvenientes menos posibles.

CONSEJOS RELACIONADOS CON EL EFECTO DEL DO EN EL MUNDO ACTUAL

Gracias a la importancia y prioridad que se le da a la consultoría para el crecimiento y desarrollo organizacional, se pueden detectar todas las áreas de una organización, con el estudio que se realiza se puede observar con claridad cada detalle, bueno o malo, para así mismo darle prioridad y hacer un cambio para que el crecimiento y desarrollo se vea reflejado con buenos resultados y estabilidad organizacional. (Montufar, 2013).



SU IMPORTANCIA

La importancia de la consultoría, es la herramienta que permite que las organizaciones cuenten con bases sólidas, objetivas y confiables que facilitan la innovación en la empresa, fomentan el crecimiento de la organización, y busca el fortalecimiento de los procesos y rutinas con el propósito de ayudar a las empresas en la detección de áreas de oportunidad para que estas sean aprovechadas en la consolidación de sus operaciones. De este modo se considera pues, que el implementar una consultoría dentro de las empresas acarrea muchas oportunidades para lograr una mejor manera de trabajar, con mejores resultados a lo largo del tiempo y lograr hacer que sea una organización más competente.



EL IMPACTO EN LA EMPRESA Y SUS SISTEMAS

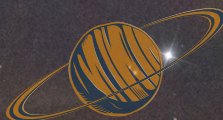
Depende mucho de cómo se encuentre la organización así será el impacto que se tendrá, si está muy desorganizada o se encuentran muchos problemas y fallas en ella pues su impacto será muy fuerte, ya que se organizara todo desde cero con soluciones para los problemas y se realizaran muchos cambios, pero todo será para que la organización esté bien implementada, que todos sus procesos, áreas y tareas estén especificadas para que todo funcione correctamente.

Con la información recabada en los párrafos anteriores, llegamos a la coincidencia de que la consultoría del desarrollo organizacional es muy importante en las empresas, ya que les es de gran ayuda para que estas vayan mejorando y se tengan mejores oportunidades.



CONCLUSIÓN

El DO emerge como una herramienta muy importante en el ámbito empresarial, ofreciendo un enfoque integral para impulsar el crecimiento y mejorar la manera en cómo se adaptan las organizaciones en un mundo de constantes cambios, optimización de procesos, reestructura empresarial y hasta realizando mejoras en la cultura organizacional son formas en las que el DO asiste a las organizaciones, construyendo equipos flexibles y eficaces que ayudan a las empresas no solo a sobrevivir, sino que también a lograr prosperar en un entorno sumamente competitivo.




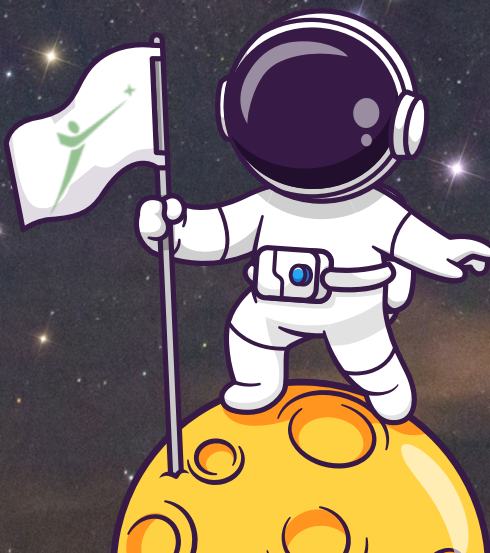
REFERENCIAS

 García, J. (2015). Desarrollo organizacional: Visión a futuro. (En línea) Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/desarrolloorganizacional-vision-a-futuro/>


 Guizar Montufar, R. (2013). Desarrollo organizacional: Principios y aplicaciones. Editorial Mc Graw Hill Education.

 Hernández, J. A., Gallarzo, M., & Espinoza, J. J. (2011). Desarrollo organizacional enfoque latinoamericano. Editorial Pearson.

 Proscant. (s.f.). Ventajas y desventajas del desarrollo organizacional. (En línea) Disponible en: <https://www.proscant.com/ventajas-y-desventajas-del-desarrollo-organizacional/>



LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO HERRAMIENTA PARA EL DISEÑO DE INTERIORES

 Lidia Silva Díaz, Ximena Ortiz López, Víctor Abraham Avilés y Dan Efraín Mancilla Hernández.

 Facultad de Arquitectura
 Plantel Moroleón



LA IA COMO HERRAMIENTA PARA SISTEMATIZAR PROCESOS

RESUMEN

La inteligencia es la capacidad que tiene el ser humano para pensar y resolver los problemas a los que se enfrenta día con día, cada ser humano tiene desarrollado un porcentaje de su capacidad intelectual, dicho porcentaje depende de que tanto explotes esa capacidad de aprender, conocer y descubrir nuevas cosas.

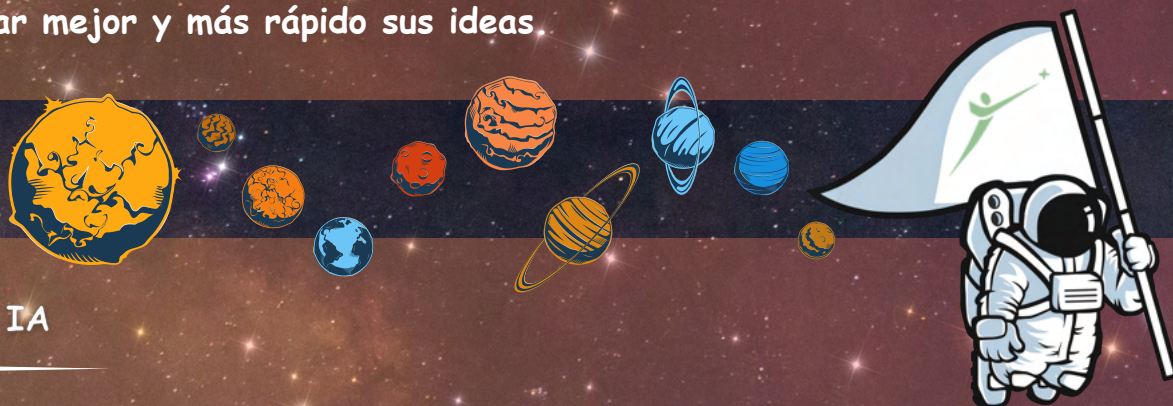
Lo artificial es algo que no está en su estado natural, algo que ha sufrido varias modificaciones para llegar a un resultado, algo creado y modificado, intervenido por el ser humano.

La inteligencia artificial es un algoritmo creado por el hombre para resolver problemas de manera inteligente y sistemática, así el humano puede ahorrar tiempo para realizar una investigación o realizar un trabajo, es una herramienta inventada para ayudar al ser humano y hacer que una computadora o sistema electrónico piense por sí solo y resuelva problemas que están dispersados en todas las carreras.

Por ende, se sabe que en la arquitectura existen diversas herramientas que nos ayuden a hacer el trabajo de un arquitecto más sencillo, como bien sabemos el arquitecto tiene que hacer una ardua investigación acerca del cliente para así saber sus necesidades y sus hábitos y poder diseñar conforme a esos requerimientos que los clientes



después de esa investigación, el arquitecto se dedica a diseñar en los diversos programas que existen en la actualidad como son el *AutoCad*, *Rhino*, *SketchUp*, *Revit*, entre otros programas de diseño, sin embargo el diseñar en estos programas puede tomar bastante tiempo y puede que también la inspiración del arquitecto no surja si no hasta que ha analizado la situación, los espacios y las demandas del cliente, una vez expuesto esto imagínate que exista una herramienta que sea capaz de potencializar el resultado y minimizar el tiempo para la concepción y creación de ideas, que sea un programa el cual, te haga mucho más fácil la elaboración de un proyecto arquitectónico con solo añadir unos parámetros, decirle que texturas necesitas, que acabados, el número de espacios y los espacios que necesitas, esto ya es una realidad gracias a los diferentes programas de inteligencia artificial que el ser humano ha creado para ayudarle al Arquitecto a desarrollar mejor y más rápido sus ideas.

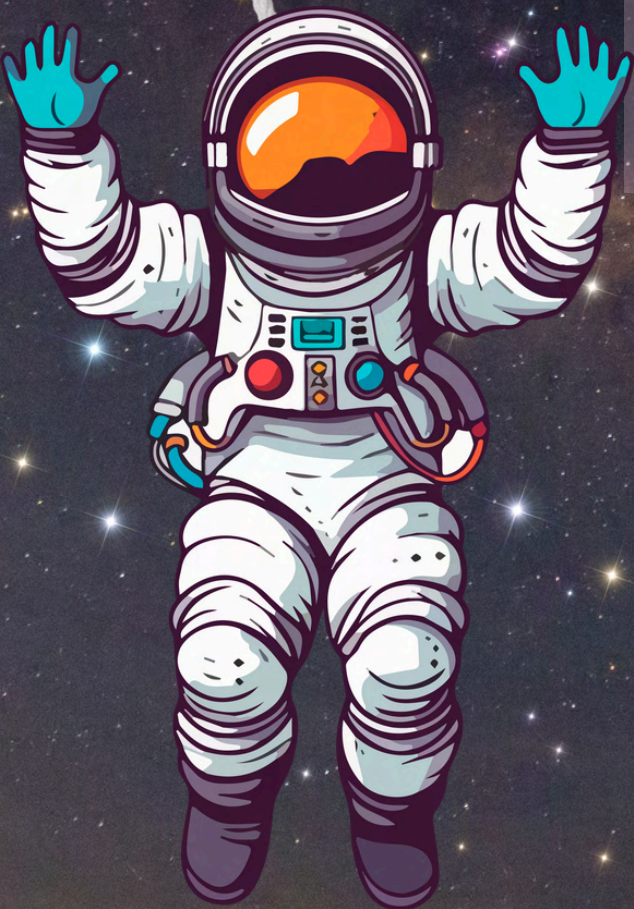


LOOKX IA

Una de las diversas aplicaciones que existen para llevar a cabo un diseño elaborado con inteligencia artificial es *LookX IA*, esta herramienta cuenta con un panel de control donde tienes opciones de subir una foto de inspiración o elaborar un diseño mediante el cursor del mouse, esta aplicación también desplaza un menú con varias opciones a elegir, como el tipo de cielo que quieres, que diseño quieres, un alzado, una planta, vista aérea, una fachada entre otras, te pregunta qué tipo de edificio y con qué características lo requieren, es decir, si se requiere un estilo minimalista, clásico, rústico, quieres cristal, cantera o piedra, ¿Qué tipo de edificio es? público, privado, social, ¿Qué función tendrá el edificio? Será un hospital, un parque, una escuela, un cementerio, ¿El edificio será horizontal o vertical?, tendrá un ambiente de vegetación, ciudad, calle, rural, entre otros filtros más avanzados que esta aplicación de la IA cuenta, algo que sí es de mencionar, es que este programa

de IA debe ser manipulado en el idioma inglés, y para un mejor resultado y más acertado es necesario saberlo bien y no usar el traductor, ya que existen palabras que no están correctamente usadas en algún contexto y la inteligencia puede arrojar resultados erróneos.

Esta herramienta es de gran ayuda para inspirarte y desarrollar un mejor proyecto ya que al generar posibles resultados, tú como arquitecto eliges lo que te guste más de cada uno y así empiezas a hacer un diseño propio inspirándote o partiendo de algún punto ya conciso y no empezar a diseñar a ciegas, sin mencionar que te ahorra una gran cantidad de tiempo que puede ser utilizado para otra cosa.



LA IMPORTANCIA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA ARQUITECTURA

La inteligencia artificial es una herramienta que ha cambiado la manera de pensar y de proyectar del arquitecto, funciona perfectamente e incluso puede hacer el trabajo más fácil, siempre y cuando los arquitectos y los humanos vean en él y lo cataloguen como lo que es: una herramienta para ayudarte en tus diseños. Las nuevas generaciones usan la inteligencia artificial en relación con la arquitectura, para complementar sus proyectos, darles un plus y explotar sus diseños e ideas al máximo.



La inteligencia artificial no puede reemplazar la inteligencia humana, pero puede mejorarla.

Abhijit Naskar.




CONCLUSIÓN.

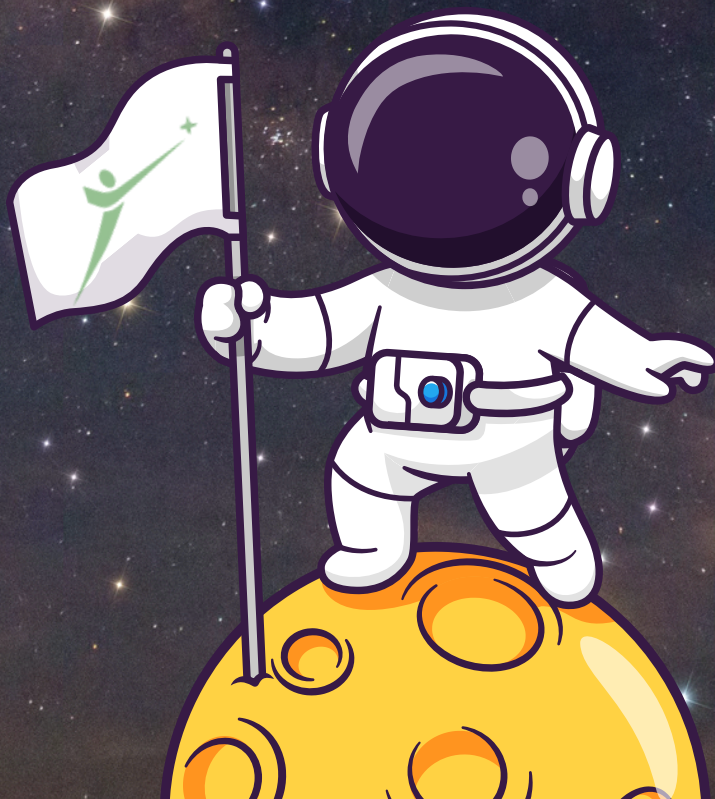
El arquitecto debe de explotar el potencial de esta nueva herramienta e implementarla en sus futuros proyectos para así elevar los mismos e ir de la mano con las distintas aplicaciones que van saliendo.

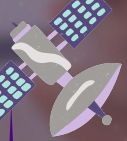
Pero también hay que recalcar que la IA no podría reemplazar al humano, ya que gracias a su imaginación y a su creatividad, la tecnología solo copia y toma referencias mediante la inserción de parámetros existentes, solo hay que saber dónde, cómo y cuándo aplicar estos parámetros para así, utilizar la IA como una herramienta de estudio y apoyo en el trabajo y no como una amenaza para los Arquitectos que están descubriendo la herramienta o asustados respecto a la incertidumbre que te causa el cambio y el uso de las nuevas tecnologías aplicadas en la arquitectura.

REFERENCIAS


 Naskarism. (2022, 1 abril). Humanizing Artificial Intelligence Abhijit Naskar at AILatam-Expocomer 2022, Panamá. (En línea) Disponible en: [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=wf48PF-IIIo>


 Valencia, N. (2024, 7 marzo). El impacto de la inteligencia artificial en la arquitectura en 2024 (y más allá). ArchDaily México. (En línea) Disponible en: <https://www.archdaily.mx/mx/1010103/el-impacto-de-la-inteligencia-artificial-en-la-arquitectura-en-2024-y-mas-alla>






La inteligencia artificial y su impacto en los medios de comunicación

 María Guadalupe Sánchez Regalado y Juana Pedraza Orozco.

 Facultad de Comunicación

 Plantel Moreleón



RESUMEN

La inteligencia artificial, desconocida hasta hace poco para la mayoría de la población y recientemente familiar para un pequeño porcentaje de ella, verdaderamente para uno muy pequeño, lo cierto es que hay que comenzar por describirla, la inteligencia artificial es un campo de la informática que está enfocado en crear sistemas que sean capaces de realizar tareas que en la vida cotidiana requieren de la inteligencia humana.

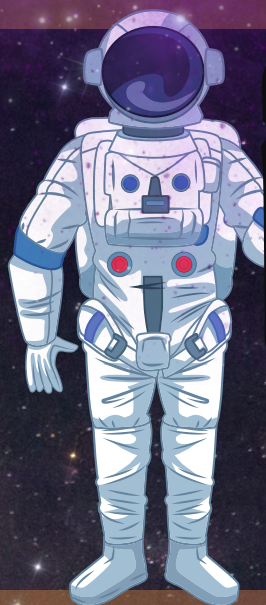
para mantener informada a la sociedad que tiene que avanzar a su ritmo para no quedarse estancada, pues lo mismo pasa con los diversos medios de comunicación, ellos también deben seguir un ritmo y aún más acelerado, la evolución de ellos es parte fundamental para su progreso, tienen que estar al tanto de las nuevas formas de informar, las tendencias, estrategias de venta, etc.

La IA llegó a cambiar la manera de ver el mundo, abrió una puerta enorme hacia el futuro y modificó los formatos, los tiempos y los estilos para informar para los medios de comunicación y por más ventajas y desventajas que podamos encontrar los medios tendrán que adaptarse a sus cambios, con sus altos y bajos porque la IA ha transformado la manera en la que

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO PARTE DE NUESTRA EVOLUCIÓN

El mundo continuará siempre en constante cambio, día tras día salen y llegan nuevas formas y plataformas

ahora somos capaces de interactuar con la tecnología y ha dado hincapié al progreso de la evolución de los medios.



Aunque la IA está avanzando rápidamente y es capaz de realizar muchas tareas que antes solo podían ser realizadas por seres humanos, es importante recordar que aún existen límites y áreas en las que la inteligencia humana es esencial (Citysem, 2023).

Así que, si nos basamos en estas declaraciones, la inteligencia artificial no desaparecerá, y si los medios de comunicación quieren sobresalir y sobrevivir tendrán que adaptarse a ella y sacarle el mayor de los provechos al tenerla a favor y no en contra.

Lo que es realmente cierto, es que lo que se conoce hoy en día como IA, no es el final de ella, pero tampoco su permanencia, debemos estar preparados para las IA que evolucionarán y vendrán después de las establecidas actualmente, pues el objetivo de la IA, es lograr que una máquina tenga una inteligencia de tipo general similar a la humana (López, 2024) y ese es el futuro para el que debemos estar preparados.

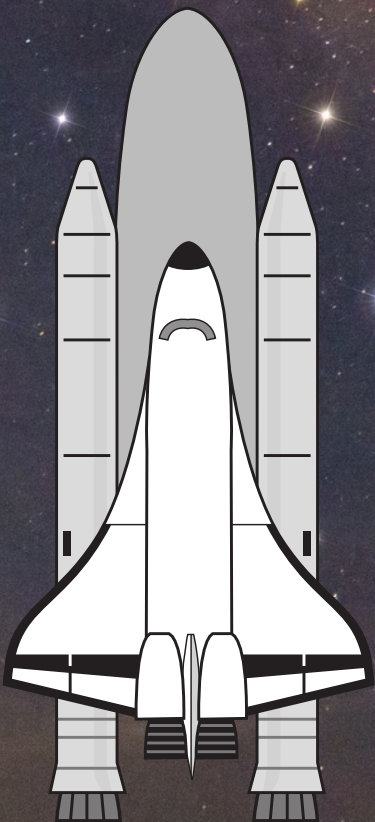
La verdadera finalidad de la IA, es preocupante, si es emocionante también, y los más pequeños que han crecido y están creciendo de la mano de la IA, son parte de ella y ella de ellos.

Las nuevas generaciones ya no concebirán un mundo sin la IA, y es importante resaltar que el mundo tampoco funcionaría ahora sin la IA, la sociedad y la inteligencia artificial, entre medios de comunicación, profesionistas y demás, no deben estar separados, contrariamente, deben de trabajar en equipo constante por el desarrollo de la humanidad misma, por la evolución el uso de la IA es un riesgo que se debe de tomar en favor del futuro.



LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La introducción de la inteligencia artificial en los medios de comunicación, es uno de los ámbitos en los que más ha generado impacto, y al mismo tiempo uno que está experimentado con una expectativa de su creciente papel dentro de los medios con sus desafíos y ventajas.



La integración de la IA en los medios de comunicación de todo el mundo ofrece una gran cantidad de oportunidades que ayudará a mejorar la calidad y la personalización de los contenidos creados, tanto informativos como de entretenimiento, además de ayudar con su eficiencia para llegar al público.

Algunos de los beneficios que se pueden ver con ayuda de la IA para los medios, sería también la protección de datos y la verificación de las fuentes de información, además de la detección de noticias falsas gracias a la capacidad de analizar enormes cantidades de información en menor tiempo y ayudando a mantener la credibilidad del medio que comparte la información.

Es simplemente comprender que como seres humanos no se es capaz aún de etiquetar fotos y videos para dividirlos en archivos y encontrarlos rápidamente, por lo que aquí es donde se le saca el mayor provecho a las herramientas que la tecnología nos brinda, como la IA generativa. (Sanguinetti, 2023)

Las cosas cambiarán dentro del periodismo y de cómo se hace, enfrentando a la interrogante si dejara a muchos sin desempleo, como será el periodismo cuando entre más al ámbito laboral.

Lo que no se deja de lado es sobre sus principales desafíos, primero con la creación de contenido falso de manera automática y que se cree es real, y después con la falta de ética y moral que se puede dar si no se revisa con cuidado lo creado y redactado por la IA.

La inteligencia artificial no tiene ninguna experiencia sobre lo que en verdad es la realidad, por lo que solo está en disposición de hacer lo que se le diga, de la mejor manera que ella encuentre, y por lo mismo se puede argumentar que no es perfecta o intachable puesto que al final está sujeta a nuestros juicios humanos, muchas veces imperfectos.



Nos ayuda a resolver problemas y realizar tareas de manera más eficiente y quizá sí, es una posibilidad el que gracias a ella también desaparezcan algunos puestos de trabajo, pero de la misma manera pueden generarse otros, como por ejemplo el editor de IA que se encarga de supervisar todo contenido creado por esta herramienta.

Por lo que, como profesionistas, periodistas, y expertos de la comunicación en medios, queda el prepararse para saber utilizar esta tecnología, saber sus ventajas y desafíos para sacar el mayor provecho, saber qué tareas son las más adecuadas que la IA realiza y cómo llevarlas a cabo, y con esto mismo no ser un recurso fácilmente reemplazable.

LA IA COMO HERRAMIENTA PARA MANIPULAR A LAS MASAS EN LOS MEDIOS

Desde las teorías que explican los funcionamientos de la comunicación, hasta lo que se puede percibir actualmente en cuanto al uso de los medios de comunicación, es interesante la manera en la que la información que se recibe a través de los medios puede mover a favor o en contra a los grupos de personas, conocidos también como masas, la capacidad que tiene una nota, una imagen, un audio, un video, etc.

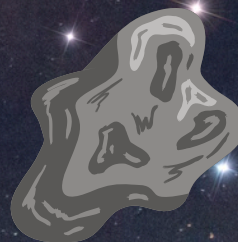
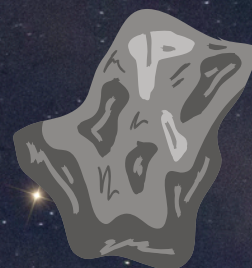
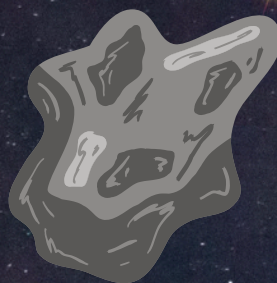
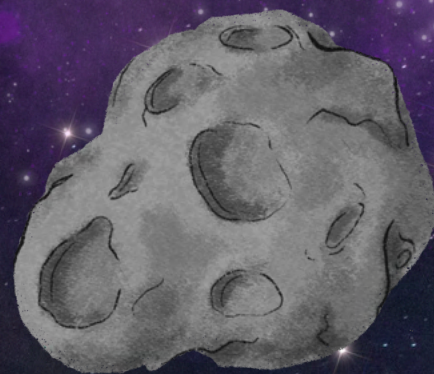
De unir grupos, dividir opiniones, de mover masas, para bien o para mal nunca dejará de ser impresionante.

A lo largo de la historia los medios de comunicación han usado herramientas y estrategias para manipular a las masas porque dentro de los medios se manejan fines publicitarios, económicos, políticos y demás. Aquí se mezclan emociones, aspectos económicos y todo tipo de acciones que te lleven a enganchar a un público objetivo. Si se cuenta con la ayuda de la IA, esto será un 90% más rápido y eficiente, considerando que no se dará únicamente una opción.

La sociedad evolucionará con las tecnologías y no hay marcha atrás al respecto "...Pero el mundo ha cambiado mucho y la modernidad ha convertido a los actuales medios de comunicación: televisiones, radios y periódicos (tradicionales u online), en verdaderas armas de manipulación masiva..." Melior (2024) es así como la IA debe aprender a verse, se debe de comprender que ya es parte de la sociedad y por ende de la evolución.

LOS RIESGOS DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Hablar de los riesgos de usar la IA se dirige o lleva a un tema enorme de abordar. Partiendo desde el punto en donde la IA es un tema relativamente nuevo para todos nosotros, pese a que está al alcance de todos, la mayoría de la



población aún no sabe con exactitud cómo funciona, en que puedes usarla y cuáles son sus consecuencias, cuáles van a ser los riesgos y cuáles serán los riesgos a los que se enfrentarán los medios de comunicación usando la IA.

El contenido no apto siempre será un riesgo grande para los medios, pues al no ser controlado no sabes a ciencia cierta qué será lo que al final se terminará arrojando y muchas de las veces, hay medios, como lo es *TikTok*, en el que el contenido no se verifica y es programado al utilizar la IA.


Si se observa desde un compromiso laboral, como se maneja en TV, y se deja alguna programación para que la IA haga el mayor trabajo o gran parte de él, o en todo caso, la responsabilidad total de hacerlo al momento y este por una u otra razón no funciona, estamos hablando de que serían pérdidas millonarias.


“...han advertido de los riesgos que se derivan de su aplicación en la profesión sin una reflexión previa respecto hasta qué punto debe de aplicarse y en qué sentido...” (EFE, 2024) pues no olvidemos que la IA ha sido creada al final de cuentas por humanos.


CONCLUSIÓN


La IA llegó a cambiar la manera de ver el mundo, abrió una puerta enorme hacia el futuro y modificó los formatos, los tiempos y los estilos para informar para los medios de comunicación y por más ventajas y desventajas que podamos encontrar los medios tendrán que adaptarse a sus cambios, con sus altos y bajos porque la IA ha transformado la manera en la que ahora somos capaces de interactuar con la tecnología y ha dado hincapié al progreso de la evolución de los medios.


REFERENCIAS

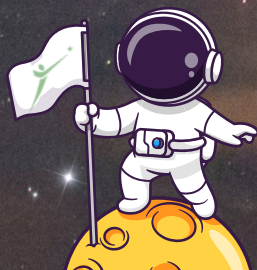
 Citysem (2023). La evolución de la inteligencia artificial y sus diferentes usos. (En línea) Consultado el 05 de abril de 2024, Disponible en: <https://citysem.es/evolucion-inteligencia-artificial/>

 EFE (2024) Expertos piden reflexionar sobre los riesgos del uso de la IA en medios de comunicación.(En línea) Consultado 06 de abril de 2024. Disponible en: <https://efe.com/ciencia-y-tecnologia/2023-05-31/expertos-piden-reflexionar-sobre-los-riesgos-del-uso-de-la-ia-en-medios-de-comunicacion/>

 Fundación Melior (2024). Medios de comunicación ¿Armas de comunicación masiva?(En línea) Consultado 06 de abril de 2024. Disponible en: <https://fundacionmelior.org/archivado/medios-de-comunicacion-armas-de-manipulacion-masiva/>


 López Mántaras Ramón (2024). El futuro de la IA: Hacia inteligencias artificiales realmente inteligentes.(En línea) Consultado el 05 de abril de 2024, Disponible en: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-futuro-de-la-ia-hacia-inteligencias-artificiales-realmente-inteligentes/>

 Sanguinetti, Pablo (2023). Inteligencia Artificial en periodismo: oportunidades, riesgos, historias. (En línea) Consultado el 06 de abril de 2024. Disponible en: <https://www.cuadernosdeperiodistas.com/inteligencia-artificial-en-periodismo-oportunidades-riesgos-incognitas/>



La influencia y manipulación de los medios de comunicación en la conducta y percepción de la realidad

 Ariana Villagómez García.

 Facultad de Comunicación

 Plantel Moreleón

RESUMEN

Los medios de comunicación permiten estar informados, saber qué pasa en los diferentes lugares de la comunidad, del estado, del país, incluso del mundo, así como también, buscan educar y entretener, pero la sociedad se ve afectada e influenciada constantemente por estos medios, modificando el estilo de vida, las costumbres, la manera de pensar y de actuar.

Los medios de comunicación en la sociedad tienen una gran influencia en las ideas, opiniones, forma de actuar, hábitos, costumbres y cambios en la sociedad, constituyéndose como una herramienta persuasiva que permite a la sociedad mantenerse informada con los diferentes acontecimientos que suceden, pero también generando necesidades implícitas con su uso.

IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación han estado presentes siempre en la vida diaria, informando de cada acontecimiento importante de la historia de la humanidad, que permiten conectar con información relevante de la historia, su obtención de información así como su difusión esto desarrollando la interacción social.

La importancia de los medios de comunicación no solo reside en el hecho que son medios para interactuar y estar informados, sino que también juega un papel muy importante en la interacción social y en la opinión pública desempeñando una gran importancia en el conocimiento de la realidad así como también en su manipulación de la perspectiva de la realidad, formando parte de la cotidianidad.

Se nos presentan algunas técnicas de desinformación que es importante mencionar como, por ejemplo:

- **Sobresaturación de información:** Difusión masiva de noticias falsas para que la atención del público gire en torno a ellas en lugar de a la información que puede afectar los intereses de un sujeto en particular. Esta parece muy importante porque la podemos situar cotidianamente en la actualidad, a lo que se conoce como las "cortinas de humo".
- **Omisión:** Presenta versiones fragmentadas de los hechos. (Romero y Muñoz, 2012).

Esta desinformación lleva existiendo desde que los medios de comunicación comenzaron a existir, incluso hace muchos años antes era muy común que la sociedad estuviera muy desinformada sin embargo, no se daban cuenta sobre esta situación de manipulación.

REACCIÓN SOCIAL

La reacción social se entiende como la respuesta formal o informal de la población ante una situación específica y como era de esperarse hace algunos años los medios de comunicación fueron nuevos y la sociedad no estaba preparada para un cambio de tal magnitud.



“En los últimos años se ha dado a conocer sobre hechos violentos protagonizados por menores que han explicado la razón de sus acciones diciendo que pretendieron hacer lo mismo que vieron hacer en una película de cine o en una película vista en la televisión. Como ejemplo valga el caso del adolescente canadiense que secuestró a un vecino suyo de sólo siete años de edad, se lo llevó a un lugar apartado y allí le mató, le apuñaló y, una vez muerto, le prendió fuego y, no teniendo bastante con ello, recogió con un recipiente la grasa que destilaba de aquella macabra hoguera y acto seguido se la bebió, tal como había visto hacer en 'Muñeco diabólico III', en la creencia de que, bebiendo aquel elixir mágico, podría volar como el protagonista de su película favorita.”

(Quesada, Monsterrat. 1998)





Los medios de comunicación al formar una parte importante de la sociedad y sus transformaciones, toman una porción de la realidad y generan información a partir de sus propios intereses y de este modo construyen percepciones de la realidad en la sociedad.

IMPACTO DE LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD.

Esta influencia se produce de diferentes maneras, ya que al existir diferentes tipos de factores que influyen o afectan el comportamiento para los medios de comunicación es más fácil persuadir y manipular, podemos estar conscientes o no de esta manipulación.

"Las personas creemos, o queremos creer, que lo que pensamos es decisión propia y que no estamos influenciados por nada, ni nadie, pero lo cierto es que la publicidad está estudiada y preparada para apelar directamente a las emociones de las personas a través de los sonidos, imágenes y discursos atrayentes." (Pérez Melania, 2017).

En realidad, solo se ve lo que los medios de comunicación quieren que veamos y una vez que imponen alguna ideología está claro que predominará y será muy difícil sacarla de las mentes de los espectadores, convirtiéndose en medios de manipulación o generadores de pánico social.

MANIPULACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCALES EN MOROLEÓN Y URIANGATO

La manipulación impartida por los medios de comunicación siempre ha existido y a través de esta los habitantes de los municipios de Moroleón y Uriangato se autoimponen cosas que no necesitan pero que se hacen como consecuencia a beneficio de los medios de comunicación locales.

“El periodismo ha convivido desde sus inicios con la mentira interesada, la deformación o manipulación de noticias. Ello ha tenido como consecuencia mediata o inmediata una cierta pérdida de credibilidad.” (Javier Mayoral, Sonia Parratt, Monserrat Morata, 2019).

Un periódico de Moroleón llamado Al Día donde la mayoría de publicaciones se trataban de notas rojas donde se tenía títulos muy llamativos, esto por la razón de que las personas de estos municipios compraban este periódico ya que se creaba morbo con la información aunque en muchas de las ocasiones estos se trataba de información falsa.

Dentro del canal Vive 11 había una amplia programación abriendo paso a la manipulación de la sociedad ya que dentro de este canal quien menos pagaba era de quien más se hablaba, ya fuera de administraciones, presidentes, partidos políticos e incluso de equipos de fútbol, incluso surgían comentarios de sobre las notas que eran transmitidas y que incluso de ellas dependían las elecciones electorales, lo que claramente no era verdad, pero tal era la influencia que se quería emitir en este medio, que pareciera que todo tenía un sentido verídico.

En las elecciones de 2012 en el municipio de Uriangato, se enfrentaba el profesor Luis Ignacio Rosiles del Barrio del PAN contra Miguel González del PRI, donde el partido político del PAN invirtió gran cantidad de dinero a su campaña política, tanto que esto influyó en el canal Vive 11 donde se hablaba del carisma del candidato convirtiéndose en el favorito del municipio de Uriangato, pero el candidato del PAN al entrar al cargo como presidente terminó con el apoyo económico hacia el canal de televisión y con ello el apoyo y la buena

imagen que tenía como persona y profesional que los habitantes del municipio tenían de él.

Llegando así a la conclusión del impacto que los medios de comunicación tienen sobre la opinión pública y como de un momento a otro nos hacen cambiar de perspectivas y de opiniones acerca de algún tema, de alguna persona o de una situación ya que a lo largo de los años y con bastantes pruebas de que la sociedad ha sido manipulada durante muchos años por los medios de comunicación no quedan dudas de la gran influencia que tienen los medios sobre la forma de pensar, sentir y actuar de la sociedad.

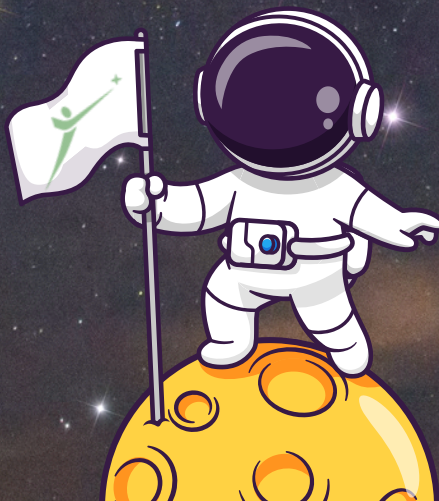
REFERENCIAS

 Javier Mayoral, Sonia Parratt, Monserrat Morata (2019). Desinformación, manipulación y credibilidad periodística: una perspectiva. (En línea). Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/66267/4564456552453>

 Pérez Melania (2017). Manipulación de los medios de comunicación. (En línea) Disponible en: <https://redsocial.rededuca.net/manipulacion-de-los-medios-de-comunicacion>

 Quesada Monsterrat (1998) p. 03. Violencia mediática y reacción social. (En línea) Disponible en: https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/download/1440/4120_p.03

 Romero y Muñoz (2012) *La manipulación de los medios de comunicación.* (En línea) Disponible: https://revistas.uaz.edu.mx/index.php/MemUni/article/download/1900/1551_01



Cultura de cancelación y sus implicaciones sociales

Cinthia Gisele León Ornelas y
Karlos Kevin Márquez Granados

Facultad de Comunicación

Plantel Paraísos

RESUMEN

En la era digital contemporánea, la evolución de la comunicación ha trascendido los límites físicos y temporales, llevando consigo cambios profundos en la forma en que nos relacionamos, compartimos información y construimos identidades. Las redes sociales han emergido como protagonistas principales en este escenario, moldeando no solo la manera en que nos comunicamos, sino también nuestra percepción del mundo y de nosotros mismos. En este contexto, la teoría de los dos pasos nos ofrece un marco conceptual para comprender cómo las ideas y opiniones se difunden y se consolidan en las redes digitales, destacando la influencia de líderes de opinión y la importancia del sentido de pertenencia en la conformación de identidades en línea.

Sin embargo, esta evolución no ha estado exenta de controversias. Junto con las oportunidades que ofrecen las redes sociales, han surgido fenómenos preocupantes, como el juicio de valor público y la emergencia de lo que se conoce como la cultura de la cancelación. Este fenómeno, caracterizado por la rápida condena y ostracismo de individuos o grupos debido a comportamientos considerados inaceptables según las normas sociales predominantes, plantea serias implicaciones para nuestra sociedad.



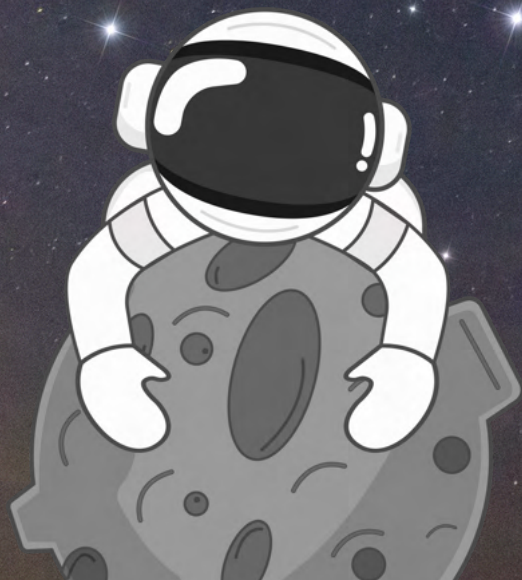
ANÁLISIS DE LA CULTURA DE LA CANCELACIÓN

Este proyecto de investigación se propone explorar a fondo la cultura de la cancelación y sus implicaciones sociales. A través de un enfoque multidisciplinario, examinamos su evolución, llegada e implementación en la sociedad contemporánea. Se analizó la evolución de la comunicación, centrándonos en el papel fundamental de las redes sociales y la teoría de los dos pasos. Además, se exploró el concepto de sentido de pertenencia y su influencia en la construcción de identidades en entornos digitales.

Nos adentraremos en la llegada e implementación de la cultura de la cancelación, examinando el comportamiento colectivo que la sustenta, su impacto desde la psicología social y la creciente responsabilidad socio-digital que plantea para individuos y comunidades.

Se presentaron los resultados de encuestas realizadas para entender mejor las actitudes y percepciones de las personas frente a la cultura de la cancelación, proporcionando una visión más completa de este fenómeno y sus ramificaciones en la sociedad contemporánea.

A través de este artículo, esperamos contribuir al entendimiento crítico de la cultura de la cancelación y promover el diálogo informado sobre cómo enfrentar sus desafíos y construir una sociedad digital más inclusiva y respetuosa.



EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Este artículo se basa principalmente en la visión detallada que tiene el autor Brendon V. Ridge sobre el origen y la pronta evolución de las redes sociales y los diferentes enfoques que se le ha dado con el paso del tiempo, además de complementarse con la Teoría de Dos Pasos de Elihu Kats y Paul Lazarsfeld que aporta una propuesta hacia la influencia y desarrollo de los medios de comunicación en la formación de opiniones y actitudes a través de líderes de opinión.

Extendiendo los temas y desarrollándose bajo un mismo enfoque, logramos analizar en conjunto temas como el Sentido de Pertenencia, pero desde enfoques totalmente diferentes a lo que ya sabemos, por ejemplo, en este tema complementamos la teoría original de Maslow, pero Kim Samuel enfoca esta misma teoría con otra nueva técnica y estrategia incluso un nuevo enfoque.



Todo esto y más, va desglosando poco a poco los conceptos de “juicio de valor” y “cultura de cancelación” todo desde medios digitales y masivos como lo son las redes sociales. Y es de esto que se trata todo el proyecto, entender qué queremos decir los jóvenes en redes sociales, qué poder tiene eso que decimos y sobre todo las consecuencias que traen consigo ciertas opiniones y con qué intención las estamos expresando.



El proyecto es muy interesante porque va desarrollado a personas jóvenes de la comunidad universitaria de UDL, consideramos que es un reto entendernos, pero definir y conceptualizar las acciones que la mayoría podría decir que es un “momento” hasta cierto punto pasajero y “por diversión”, podría convertirse en un excelente caso de estudio, como en este caso.

REDES SOCIALES

Comencemos por conocer de dónde proviene este término y por qué se ha vuelto tan relevante en nuestras vidas. Pocos recuerdan cómo éramos antes de las redes sociales, lo interesante de este proyecto es que es realizado por dos personas que pertenecen a diferente época, una de ellas (Gisele) creció junto con las redes sociales y Karlos vivió ese cambio generacional de existir sin ellas y pasó a depender de ellas, casi en su totalidad.

Recordemos que en este punto el internet era una cosa un tanto nueva para la mayor parte del mundo, por lo cual, cuando analizamos la historia de las redes sociales nos podemos dar cuenta de las complicaciones que algunos de los sitios pioneros enfrentaron. Entre estos problemas encontramos que los primeros usuarios no tenían muchos amigos que tuvieran perfiles sociales y ellos no estaban interesados en conocer extraños.

Parecería un cliché, pero muchos de estos problemas se resolvieron con paciencia, por qué lo mencionamos, sencillamente tenías que aguardar e indagar detenidamente para hacer clic con alguien incluso lo que muchos llaman ahora tirar labia lo suficiente hasta que fuera parte de un grupo o coincidieran en pensamientos con otra persona.

La introducción de sitios como MiGente y Match.com permitieron a los usuarios crear lazos personales, profesionales y perfiles de citas en línea; hoy en día es difícil pensar en un sitio como Facebook o Twitter exclusivo a un solo grupo social, pero esto no detuvo a las primeras redes.

Lo que es cierto es que sin estas redes no tendríamos Facebook, Twitter, o LinkedIn. Estos sitios, aunque relativamente pequeños, fueron cruciales en la historia de las redes sociales. En el caso del lanzamiento de Facebook "marcó un punto de inflexión en la historia de redes sociales, lo que comenzó como una plataforma exclusiva para estudiantes universitarios pronto se expandió a nivel mundial convirtiéndose en la red social más grande y dominante hasta la fecha"¹

Todo esto conlleva una responsabilidad muy grande, lo expresaba Karla Vega en su artículo sobre el surgimiento de las redes sociales donde refiere a que "las redes sociales se crearon para mantener a personas conectadas", pero también en ese mismo artículo resalta la responsabilidad y la ética en el uso de las redes sociales. Resaltamos y enfatizamos en la reflexión sobre el impacto de nuestras acciones en línea, cómo podemos utilizar y a través de qué forma la práctica y función de comunicarnos con los demás.

¹ Brendon V. Ridge. El origen y evolución de las redes sociales: un vistazo histórico a su desarrollo. Disponible en: <https://www.mediummultimedia.com/social-media/como-fue-el-origen-y-evolucion-delas-redes-sociales/#:~:text=El%20surgimiento%20de%20las%20redes,usuarios%20C%20su%20popularidad%20fue%20ef%3%ADmera>. Octubre 18 del 2023. [s.p.]

TEORÍA DE DOS PASOS

En el tejido social, los líderes de opinión emergen como figuras destacadas cuya influencia se extiende más allá de su círculo inmediato. Según la perspectiva de Lazarsfeld y Katz, estos líderes son individuos que ejercen una notable influencia debido a su estatus de expertos y su reputación como fuentes confiables de información. Esta definición implica un conjunto específico de atributos: carisma, reconocimiento y representación efectiva de los intereses del grupo. Además, se subraya la necesidad de un profundo conocimiento especializado en los temas tratados, así como la habilidad para comunicar ideas de manera clara y persuasiva. Como se menciona en el texto, un líder de opinión "debe de conocer los asuntos de forma profunda y especializada" y ejercer su influencia mediante una "retórica directa y no demasiado formal".²

Los políticos, periodistas, expertos en diversos campos y los llamados "influencers" en redes sociales son ejemplos claros de líderes de opinión en diferentes contextos.

Esta diversidad de figuras refleja la evolución del concepto a lo largo del tiempo y su adaptación a los cambios tecnológicos y sociales.



² Elihu Katz y Paul Lazarsfeld. Teoría de dos pasos. Disponible en: <https://mediosfera.wordpress.com/2014/02/13/teoria-de-dos-pasos/>. febrero 13 de 2014. [s.p.]

Como indica el texto, "Existen varios ejemplos, en diversos campos, de lo que se puede considerar hoy un líder de opinión".³

En la era de las redes sociales, los líderes de opinión han adquirido una relevancia aún mayor. Plataformas como Instagram, YouTube, Twitter y TikTok han proporcionado a estos individuos un escenario global para compartir sus ideas y conectar con audiencias de todo el mundo.

Los influencers digitales, que cuentan con grandes seguidores en estas plataformas, ejercen una influencia significativa en la opinión pública y en las decisiones de consumo.

Según un artículo de Forbes sobre el marketing de influencers, "el 89% de los profesionales de marketing dice que el ROI (retorno de inversión) de las campañas de influencers marketing es igual o mejor que otras formas de marketing". Esto refleja la creciente importancia de los influencers en el panorama del marketing digital y la sociedad en general. Su capacidad para generar contenido atractivo y relevante les ha convertido en figuras clave en campos como la moda, la belleza, el fitness, la tecnología y muchos más.

SENTIDO DE PERTENENCIA E IDENTIDAD EN REDES SOCIALES

El sentido de pertenencia ha sido un tema central en la psicología desde hace décadas, y su importancia continúa resonando en la sociedad contemporánea.

³IDEM

Abraham Maslow, con su influyente "Teoría de la Motivación Humana" publicada en 1943, desempeñó un papel crucial al situar la pertenencia en el centro de su jerarquía de necesidades humanas. Maslow destacó la necesidad humana de conexión y aceptación interpersonal como una de las necesidades fundamentales, junto con la alimentación, la ropa, el refugio y la seguridad física.

Como lo indica el texto, Maslow colocó la "pertenencia", definida como la necesidad humana de conexión y aceptación interpersonal, en una posición privilegiada en su jerarquía. Existe un creciente reconocimiento de que la pertenencia es crucial no solo para el bienestar emocional, sino también para la salud física, el discurso social saludable, e incluso nuestros sistemas económicos.

Las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram se han convertido en escenarios donde los individuos pueden crear y mantener sus perfiles, compartiendo aspectos de sus vidas y conectándose con otros usuarios. En este sentido, estas plataformas actúan como espejos digitales donde los usuarios pueden reflejar y experimentar con diferentes facetas de su identidad.

"Cada usuario puede ocupar su lugar" en estas comunidades virtuales, presentando distintas versiones de sí mismo según el contexto y la audiencia.⁴

CULTURA DE CANCELACIÓN

Caracterizada por la rápida condena y exclusión de individuos por comportamientos considerados inaceptables, ha tenido un incremento en las redes sociales; si bien es cierto que la rendición de cuentas y la denuncia de comportamientos perjudiciales son importantes para promover una sociedad más justa y equitativa, la cultura de la cancelación también puede llevar a la intolerancia y a la falta de espacio para el perdón y la reconciliación, incluso a la escucha o comunicación asertiva por parte de las personas relacionadas.



⁴ Vanessa Renau Ruiz, Ursula Oberst, Xavier Carbonell Sánchez. Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social. Vol. 43, núm. 2. Barcelona, España, septiembre 2013. p.160.

“Fenómeno que demuestra la facilidad con la que ciertos contenidos considerados problemáticos se difunden rápida y fácilmente a través de plataformas digitales, generando respuestas comunitarias poco positivas” es así como⁵ ellas definen y conceptualizan el término de cultura de la cancelación. Y es que se refiere a la acción de desmeritar la opinión de alguien, nuevamente analizando tu juicio de valor y como mencionamos antes, con poca empatía.

En resumen, la cultura de la cancelación en las redes sociales es un fenómeno complejo que plantea importantes cuestiones sobre la libertad de expresión, la justicia social y la dinámica del poder en línea. Si bien algunos autores advierten sobre los peligros de la exclusión y el linchamiento virtual, otros sostienen que la cancelación puede ser una herramienta legítima para combatir el discurso de odio y la injusticia.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

La cultura de la cancelación es un fenómeno social en el que un individuo o grupo es criticado públicamente en redes sociales. Con base en este concepto, se obtuvieron los siguientes resultados:

Demografía de los encuestados: La mayoría de los participantes en la encuesta son adultos jóvenes, con una representación considerable de ⁴la generación milenio. Esta distribución demográfica sugiere que los encuestados están inmersos en el uso de tecnologías digitales y redes sociales, lo que puede influir en su familiaridad y participación en la cultura de cancelación. Es importante considerar cómo esta demografía puede influir en las actitudes y comportamientos hacia la cancelación en línea.

Prevalencia de Instagram: Los resultados revelan que Instagram es la red social más utilizada por los encuestados, seguida de Facebook. Este hallazgo contradice la suposición inicial de que Facebook, siendo una plataforma más establecida, sería la principal arena para la cancelación. El predominio de Instagram como plataforma para la cultura de cancelación resalta la importancia de considerar las dinámicas específicas de cada red social al analizar este fenómeno.

⁵ Vizcaíno, Arantxa, De Casas Patricia y Macarena Parejo-Cuellar. Cultura de la cancelación. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/366272318culturadelacancelacionrestauracionviolacion.revisioncriticadeldramainterpersionalentreinfluencers>. [s.p.]

Motivos de cancelación: Uno de los hallazgos más destacados es que el acoso y la agresión son los principales motivos por los cuales los encuestados han participado en actos de cancelación. Esto sugiere que la cultura de cancelación puede ser utilizada como una herramienta para exponer y combatir comportamientos perjudiciales en línea.

Percepción de la cultura de cancelación: Aunque más de la mitad de los encuestados consideran que la cultura de cancelación es poco común, una proporción significativa aún cree que es común o muy común.

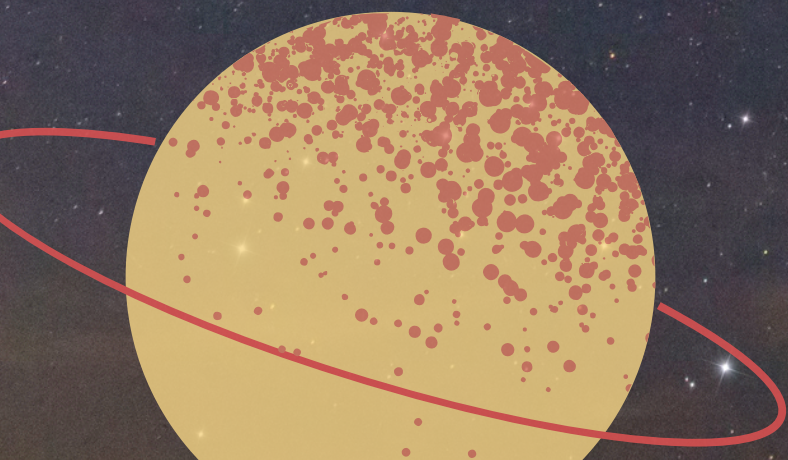
Actitud hacia la cultura de cancelación: La mayoría de los encuestados expresaron una actitud favorable hacia la cultura de cancelación, considerándola como una herramienta útil y necesaria para abordar comportamientos problemáticos en línea. Sin embargo, también es importante reconocer que una proporción significativa de encuestados se mostraron indiferentes hacia la cultura de cancelación o expresaron una actitud crítica hacia ella.

Los resultados de la encuesta proporcionan una visión multifacética de la cultura de cancelación, desde su prevalencia y motivaciones hasta su percepción y actitud entre los encuestados. Estos hallazgos subrayan la importancia de continuar investigando y debatiendo este fenómeno en evolución, así como de fomentar un uso responsable y ético de las redes sociales en la era digital.

CONCLUSIÓN

La investigación sobre la cultura de cancelación y sus implicaciones sociales proporciona una visión profunda de cómo las interacciones en redes sociales están influyendo en nuestras percepciones, comportamientos y relaciones.

Desde su surgimiento en plataformas como Twitter hasta su expansión a través de diversas redes sociales, la cultura de cancelación ha emergido como un fenómeno de gran relevancia en el panorama digital contemporáneo.




Esta comprensión no sólo arroja luz sobre cómo la sociedad maneja el disenso y los comportamientos considerados inaceptables, sino que también plantea importantes interrogantes sobre la libertad de expresión, la justicia social y la dinámica del poder en línea. A través de un análisis detallado de las normas éticas en las redes sociales, el cambio social que implica expresar una opinión y la responsabilidad de nuestras acciones en línea, esta investigación contribuye significativamente al debate sobre la cultura de cancelación.




En conclusión, los resultados de la encuesta muestran que la cultura de la cancelación es un fenómeno relevante en las redes sociales, especialmente en plataformas como Instagram, y que genera opiniones diversas en la sociedad. Es importante seguir investigando este tema para comprender mejor sus implicaciones y desarrollar estrategias para promover un uso más positivo y constructivo de las redes sociales.



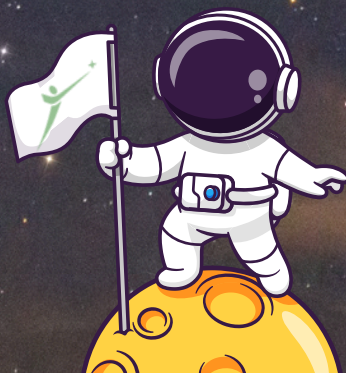
REFERENCIAS

 Brendon V. Ridge, El origen y evolución de las redes sociales: un vistazo histórico a su desarrollo. (En línea) Disponible en: [https://www.mediummultimedia.com/social-media/como-fue-el-origen-y-evolucion-delasredessociales/#:~:text=El%20surgimiento%20de%20las%20redes,usuarios%20C%20su%20popularidad%20fue%20ef%20%C3%ADmera.%20Octubre%202018%20del%202023.%20\[s.p.\]](https://www.mediummultimedia.com/social-media/como-fue-el-origen-y-evolucion-delasredessociales/#:~:text=El%20surgimiento%20de%20las%20redes,usuarios%20C%20su%20popularidad%20fue%20ef%20%C3%ADmera.%20Octubre%202018%20del%202023.%20[s.p.])

 Elihu Kats y Paul Lazarsfeld. Teoría de dos pasos. Disponible en: <https://mediosfera.wordpress.com/2014/02/13/teoria-de-dos-pasos/>. febrero 13 de 2014. [s.p.]

 Vanessa Renau Ruiz, Ursula Oberst, Xavier Carbonell Sánchez. Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social. Vol. 43, núm. 2. Barcelona, España, septiembre 2013. p.160.


 Vizcaíno Arantxa, De Casas Patricia y Macarena Parejo-Cuellar. Cultura de la cancelación. (en línea) Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/366272318culturadelacancelacionrestauracionyviolacion.revisioncriticadeldramaintersocialentreinfluencers>. [s.p.]






Oportunidades y desafíos de la contaduría pública en el camino hacia la revolución digital

 Vanessa Zavala Avalos, Jackelin Guillen Zavala y Daniel Ramírez Ortiz

 Facultad de Contaduría Pública

 Plantel Morelón



LA ADAPTACIÓN A LA TECNOLOGÍA

RESUMEN

En la historia nunca antes se habían presenciado tantos cambios desde la revolución industrial aunque, si se analiza bien la revolución digital ha avanzado más y de forma aún más rápida y notoria, en las últimas décadas la tecnología ha progresado de forma que ha cambiado las industrias, el comercio, y en general la forma de trabajo del sector público y privado, lo cual, sigue cambiando de forma constante porque no ha terminado y todos los cambios que se han hecho hasta ahora se seguirán modificando, lo que facilitará aún más la forma en que hacemos las cosas en la actualidad.

La adaptación a la tecnología pudo no haber sido fácil para algunas personas, pues se puede ver aún hoy en día que hay personas que no se sienten cómodas haciendo uso de algunos dispositivos electrónicos, eso se puede ver más en personas mayores porque para las nuevas generaciones no hay ningún inconveniente por el hecho de que toda su vida han estado en contacto con la tecnología de alguna u otra forma, por lo que también les es mucho más fácil aprender a utilizar nuevos programas o aplicaciones.

La evolución de la tecnología ha avanzado a un ritmo más rápido y generando un mayor impacto en las últimas décadas, tal cambio no solamente se puede detectar en el

ámbito laboral, sino que se puede ver en todos los aspectos, desde el hecho de necesitar el teléfono móvil para hacer un sinfín de actividades durante todo el día y siempre tenerlo cerca, la tecnología y todo lo que involucra ha llegado a ser algo imprescindible hasta cierto punto, en la vida del ser humano y todo lo que la tecnología implica, es decir, redes sociales, plataformas para comprar, plataformas de entretenimiento, trabajo, ejercicio en línea, aprender nuevas cosas, tutoriales educativos, clases virtuales, etc.

LA TECNOLOGÍA COMO HERRAMIENTA DE USO COTIDIANO Y PROFESIONAL

El uso de la tecnología puede ser algo controversial dependiendo de la finalidad con la que se utiliza, puede ser que muchas veces no se utilice de forma que genere algún beneficio y al contrario llegue a perjudicar a las personas, debido a que muchas veces se puede consumir información inapropiada o que genere confusiones, incluso información falsa, pues en el internet no todo lo que se encuentra es real o confiable, sin embargo, si se utiliza de forma consciente sobre lo que se busca se puede convertir en un muy buen aliado y una herramienta de gran utilidad facilitando la realización de muchas actividades.

El uso de la tecnología y la adaptación a cada aspecto de la vida humana cada vez se ha hecho de forma más natural que las nuevas generaciones no pueden imaginar la vida sin el uso de la tecnología y no solo las personas jóvenes pueden pensar eso sino que desde la pandemia por Covid 19, todos los grupos de personas de todas las edades llegaron a depender de alguna herramienta tecnológica en más de una ocasión, y a partir de ese momento hasta la actualidad difícilmente se podría volver a vivir sin el uso de las herramientas tecnológicas que se utilizan en la actualidad.

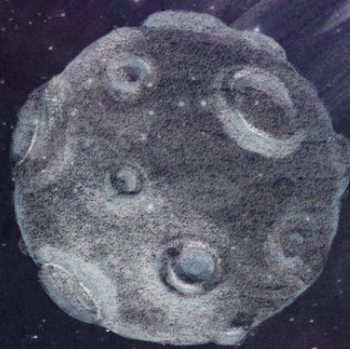
Por esa razón, la Contaduría Pública como la mayoría, si no es que todas las profesiones han evolucionado y cambiado la manera de desarrollarse, estos cambios además de permitir a los contadores adaptarse a las nuevas necesidades y seguir el ritmo de la tecnología, también permiten realizar el trabajo de una forma mucho más sencilla en comparación a como se hacía unas décadas atrás en las que se realizaba todo el trabajo de forma manual y con todos los registros hechos en papel.

El uso de la tecnología no solo ayuda a realizar el trabajo de forma más rápida y automatizada, sino que además se puede realizar con mayor eficiencia y precisión lo que resulta ser de gran utilidad con el uso de programas que se alimentan con datos y una vez introducidos al sistema es mucho más fácil analizarlos y ordenarlos para poder interpretar la información contable y financiera lo que permite un buen análisis e identificación de los datos para saber la situación de la empresa, además, es útil para la toma de decisiones.



RELACIÓN DE LA CONTADURÍA PÚBLICA CON LA TECNOLOGÍA

Así como, la tecnología se ve como un aliado para la carrera algunos creen que representa una amenaza, debido a que se cree que la Contaduría como profesión dejará de existir en algún futuro o tal vez no tenga tanta demanda como lo tiene en la actualidad, pues como se sabe las páginas como el SAT presentan muchos datos de manera automática precargada para la realización de las declaraciones, con el paso del tiempo



será todo de forma más automática en comparación a como lo es hoy en día, y no es que los contadores como muchas personas creen, solamente se encarguen de enviar declaraciones, la carrera es algo subestimada por muchos y la verdad es que abarca mucho más que eso.

En consecuencia de esa posible amenaza los contadores deben estar siempre en actualización constante, ya que se debe contar con el conocimiento y capacidad de adaptarse a los avances tecnológicos y una vez teniendo conocimientos actualizados se pueden emplear nuevas herramientas de trabajo que ayudarán a realizar el trabajo de una forma más sencilla y a su vez, poder hacer uso de la tecnología para el beneficio propio además de brindar un buen servicio a los clientes y tener la capacidad de competir en el mundo cambiante por la revolución digital.



La contabilidad debe ir evolucionando de tal forma que siga el ritmo de la tecnología con la finalidad de innovar y entrar a la era digital modificando cada uno de sus aspectos o de lo contrario puede llegar a ser algo obsoleto con el paso del tiempo, pero también al emplear la tecnología en la mayoría de los aspectos de la vida es importante saber de los posibles riesgos que se pueden presentar, ya que como es tan común tener todo tipo de datos en dispositivos electrónicos muchas veces se puede ser susceptible a caer en situaciones de fraudes, estafas, robos de información, extorsiones y muchas otras situaciones desagradables a las que a veces se puede ser vulnerable, por eso se deben tener controles de seguridad y siempre estar atento al manejo de datos e información importantes.

LA TECNOLOGÍA COMO ÁREA DE OPORTUNIDAD

En el camino hacia la revolución digital se han visto muchos cambios y también una brecha entre lo físico y lo digital, un claro ejemplo de eso es el hecho de que se ha perdido la costumbre de llevar a la mano lápiz y

papel para escribir cosas que se necesite recordar o tomar nota y si se analiza más a profundidad eso hasta llega a afectar la escritura de las personas pues pierden la práctica.



“Cada vez son más frecuentes los días en que las actividades pueden realizarse totalmente por medio de las plataformas digitales y a distancia. Basta con analizar cada tarea en particular y tratar de acoplarse a las herramientas tecnológicas al alcance, para encontrar una mejor solución en su aplicación y desarrollo”.

C.P. y M.I. Miranda Sánchez. (2019)


El uso de la tecnología no necesariamente se tiene que ver como algo bueno o malo, incluso como oportunidades y desafíos simplemente es algo inevitable que tarde o temprano hace evolucionar y en relación con la contaduría se puede utilizar como una herramienta de trabajo que permite mejorar como profesional y a su vez adaptarse a las nuevas necesidades y desafíos que se presentan, además de poder tener capacitación constante y crecimiento continuo al profesional.


CONCLUSIONES

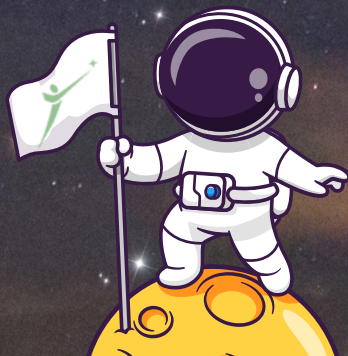
La Contaduría Pública como profesión no se ve amenazada por la revolución digital al menos no de forma que deje de existir, sin embargo, si se ven obligados los contadores a la constante capacitación para seguir el ritmo al que la tecnología avanza, pero no hace alguna diferencia a que si no avanzará la tecnología, debido a que, en si para la mayoría de las carreras hay que tener capacitación y actualización constante porque siempre hay avances y nuevos descubrimientos que muchas veces ayudan a realizar el trabajo de forma más eficiente, rápida y acertada, por lo cual el uso de la tecnología en la profesión se ve más como una herramienta de gran importancia la cual se ha implementado tanto su uso que al día de hoy es casi imposible imaginar trabajar sin el apoyo que brinda ya que ha llegado a ser un gran aliado.

REFERENCIAS


 C.P. y M.I. Miranda Sánchez José César. (2019) Socio Director en GPM Contadores y Auditores, S.C. y BHR México en B.C.S. La Contaduría Pública y el uso de la tecnología. Consultado 01-04-2024 (en línea) Disponible en: <https://www.auditool.org/blog/auditoria-externa/la-contaduria-publica-y-el-uso-de-la-tecnologia>


 Espitia Melo, Nathalia Catalina, Desafíos en la profesión contable frente a la inteligencia artificial, Universidad Cooperativa de Colombia, páginas 15 - 16 (Bello, 2021), consultado 01-02 2024, (en línea) Disponible en: <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/533e8e61-8cae-4c65-8f4e-da9664a0cb65/content>

 Generación Anáhuac, La influencia de la tecnología en nuestra vida cotidiana, Red de Universidades Anáhuac, consultado: 16-02-2024, (en línea) Disponible en: <https://www.anahuac.mx/generacion-anahuac/la-influencia-de-la-tecnologia-en-nuestra-vida-cotidiana>



Análisis sobre el impacto de la inteligencia artificial en el campo de la contabilidad financiera

 Yajahira G. Martínez, Saúl Bautista, Rocío Bedolla y Assur García G.

 Facultad de Contaduría Pública

 Plantel Moroleón

RESUMEN

La contabilidad ha estado presente desde la antigüedad, en la época primitiva se llevaban cálculos sencillos, pero poco a poco fue evolucionando, con la edad media y la época de la iglesia los sacerdotes fueron parte de un papel muy importante al implementar nuevos métodos para la contabilidad, con el tiempo surgió una nueva era con la llegada de la revolución industrial y se necesitaron nuevos métodos para llevar los registros de sus inventarios y ganancias. La profesión de contador fue cada vez más necesaria, desde las épocas antiguas hasta la actualidad.

ANTECEDENTES DE LA CONTABILIDAD MODERNA

Hasta hace unas décadas la contabilidad fue tradicional y se llevaba a tinta y papel, todo era manual y escrito en libros contables, sin embargo, con el constante avance tecnológico, se les exigió a los contadores actualizarse, sin más remedio volvieron a evolucionar su manera de trabajar y empezaron a digitalizarse.

No ha sido sencillo, la contabilidad también tiene presencia en la organización, gestión y control dentro de los sectores públicos y privados de las entidades, los contadores tienen el reto de comprender y manejar los programas que han surgido, los softwares y los sistemas se volvieron herramientas complejas, exigiendo a estos profesionistas que se capacitaran para adaptarse al cambio.

Hasta el día de hoy todo contador siempre debe actualizarse, tomar cursos y estar al día con los constantes cambios que ocurren con el avanzado mundo digital, aquel que no se actualice se vuelve obsoleto. La contabilidad manual prácticamente se ha vuelto solo la base de datos que alimenta a la contabilidad digital que es la que le interesa a hacienda.

Con la transformación digital, el desarrollo de programas, los CFDI, los estados financieros, la globalización, y la constante evolución, es inevitable que todo se digitalice, claro que son herramientas que buscan mejorar la forma de trabajar y ayudan con la toma de decisiones, con la recopilación de datos, el proceso, y el análisis de la información de forma más precisa, se vuelve más eficiente la forma de trabajar.

García Semanate, J.D. (2022) habla sobre la automatización de procesos contables:

"La automatización de procesos contables es solo un paso más para la automatización de todos los procesos de las pequeñas y grandes empresas, con la finalidad de optimizar tiempo y recursos."

Hoy en día los contadores se han adaptado a la era digital, pero están por enfrentar un nuevo cambio que puede revolucionar nuevamente su forma de trabajar, con la implementación de la inteligencia artificial.

HABILIDADES Y ADAPTACIÓN DEL PROFESIONAL CONTABLE

Se cree que la profesión de un contador es simplemente ser bueno con los números y llevar cuentas, eso es un mito, el contador no solo debe ser bueno con los números, debe ser un profesional que será capaz de adaptarse al constante cambio y siempre mantener un comportamiento adecuado ante cualquier situación.

Tiene habilidades que debe desarrollar constantemente, como su inteligencia emocional, el controlar sus emociones y comportamiento, para mantener el control en situaciones de mucho estrés que siempre son constantes, tener la capacidad de siempre sobrellevar los retos que se le imponen.

Hasta hace pocos años la contabilidad tradicional como se mencionó antes, era muy compleja, y tenía que ser muy cuidadosa y específica, todo era a máquina y a mano, llevaban libros y registros contables en papel, no cualquiera se volvía un contador, prácticamente era una pesadilla, era una profesión que exigía mucho compromiso y dedicación, cualquier simple error causaba mucho desgaste de tiempo, por eso casi nadie quería esa profesión, es por ello que una de las virtudes de los contadores es su inteligencia emocional y su capacidad para sobrellevar los retos y adaptarse, cumplir con su trabajo y ser responsables.

Con el cambio de la era digital, prácticamente todos se volvieron parte de él, no existe persona en el mundo que no esté en contacto con la tecnología, todos tienen acceso de algún modo a ella, y casi todos pasan su mayor tiempo ahí, no fue distinto para los contadores, cuando aparecieron las computadoras y los softwares contables prometieron ser una maravilla y sonaba extraordinario el uso de ella para ayudarles con maravilloso el uso de ella para ayudarles con las difíciles tareas de los contadores.

Sin embargo, no todo fue color de rosa, no contaban que cambiaría por completo su forma que conocían de trabajo, se volvió una herramienta al ser su forma para llevar la contabilidad, volviéndose un reto para que aprendieran a usarla y capacitarse, de este modo la contabilidad que ellos conocían se volvió obsoleta y su manera de trabajar cambió totalmente.



Díaz Bonnet, A.M. (2020) Realizó una Síntesis sobre el "adquirir los conocimientos necesarios para desarrollarse en este vertiginoso mundo laboral y contar con las habilidades tecnológicas que le permitirán tener un mejor y mayor impacto positivo en cualquier área."

Ahora, están por enfrentar una nueva era, la Inteligencia Artificial, aunque aún falten años para implementarse y desarrollarse por completo, los contadores deben mantener la mente abierta a que es una posibilidad muy grande que tarde o temprano también formará parte de la contabilidad y tal vez será indispensable para las nuevas normativas y leyes que surjan con el tiempo.

EL CONTEXTO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL CONTABLE

Con la transformación digital los contadores son más capaces actualmente y es motivo de siempre estudiar y adquirir conocimientos que lo hagan cumplir con sus obligaciones, y con ella se implementan los softwares de seguridad contra el robo de información, la situación de la empresa se puede consultar en tiempo real,

los datos recopilados son más accesibles a la hora de consultarlos.

ICAEW (2024) habla de la transformación digital en la contabilidad es la integración de la tecnología en el proceso contable.

La implementación de la inteligencia artificial no significa que el trabajo del contador sea reemplazado, al contrario, se trata de mejorar los procesos contables, la tecnología y la automatización no están para quitarle el trabajo a nadie, solo son herramientas de apoyo para mejorar, y para ayudar a los contadores de manera más eficaz y disminuyendo los errores, generando grandes beneficios tanto para las empresas como los clientes.

El impacto ha hecho que se vean obligados a evolucionar al mismo tiempo que avanza la tecnología ya que al final siempre van a preferir un servicio innovador y más actualizado y que les genere confianza.

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN LA PRÁCTICA CONTABLE

Las herramientas digitales son indispensables hoy en día para el contador, con el desarrollo de programas contables como COMPAQI, entre otros, exige que siempre estén al día y capacitándose con las novedades y actualizaciones, para cumplir con las especificaciones de las normativas que la ley exige.


Con la digitalización, al llevar los registros contables en las bases de datos se vuelven más accesibles y comprensibles, y con la ayuda de los programas la información puede ser consultada en tiempo real para la toma de decisiones, la tecnología se volvió fundamental, ayuda a llevar tanto un mejor control y organización de la información y está constantemente mejorando la seguridad contra el robo de información.

CONCLUSIÓN

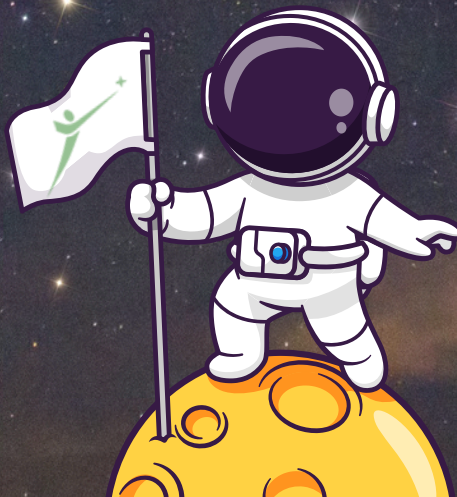
Con el constante cambio ya se están implementando programas desarrollados como la inteligencia artificial con el objetivo de ayudar a los contadores a realizar tareas repetitivas que al contador le quitan tiempo valioso que puede aprovechar para realizar otras actividades que requieran de su atención como asesorías o auditorías, puede volverse una forma más eficiente de trabajar, actualmente se está desarrollando cada vez más la Inteligencia Artificial para que se vuelva parte de la vida laboral del contador, es una posibilidad muy próxima a suceder.

REFERENCIAS

 Díaz Bonnet, A.M. (2020). Impacto de la digitalización en las competencias del Contador Público. Directora del Programa de Contaduría Pública, y profesora de tiempo completo Instituto Tecnológico Autónomo de México. (En línea) consultado: 29/02/2024. Disponible en: <https://contaduriapublica.org.mx/2020/02/01/impacto-de-la-digitalizacion-en-las-competencias-del-contador-publico/>

 García Semanate, J.D. (2022). La automatización de procesos contables es solo un paso más para la automatización de todos los procesos de las pequeñas y grandes empresas, con la finalidad de optimizar tiempo y recursos. Universidad San Buenaventura de Cali. (En línea). Consultado 26 febrero 2024. Disponible <https://actualicese.com/automatizacion-de-procesos-contables>

 ICAEW (2024). Transformación digital en contabilidad el enfoque innovador de ICAEW. (En línea). Fecha de consulta 05 de febrero 2024. Disponible en: <https://fastercapital.com/es/contenido/Transformacion-digital-en-contabilidad--el-enfoque-innovador-de-ICAEW.html>



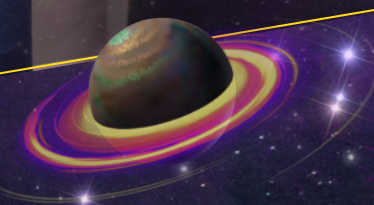


Análisis de la implementación de la inteligencia artificial como herramienta para la confección textil

Adriana González Guerrero, Daniela Fortuno Jiménez y Felipe Aguilera Bibián.

Facultad de Diseño Gráfico

Plantel Moroleón



RESUMEN

Actualmente la era digital está cada vez más presente en la cotidianidad de nuestras vidas, tanto en lo laboral como en el escolar, la sociedad tiene la necesidad de implementar estas nuevas herramientas para poder llevar a cabo sus actividades.

Aunque los avances tecnológicos nos ayudan a que nuestras labores sean más sencillas, no siempre se utilizan de una manera adecuada, llegando así a manipularse de una manera incorrecta y sin representar un aporte a los conocimientos. Con los cambios que sufrió la sociedad en años pasados, la mayoría se vieron en la necesidad de que la tecnología estuviera presente, y con las implementaciones de las inteligencias artificiales se ha logrado un gran avance, para esto es necesario saber con exactitud qué es la inteligen-

cia artificial (IA) y cuál es el uso adecuado que se le debe de dar antes de comenzar a utilizarla.

¿QUE ES UNA IA?

La IA es una herramienta de trabajo que ha tomado fuerza e importancia con los avances de la sociedad, generando así formas de trabajo dinámicas, nos proporciona maneras de resolver otros trabajos, genera ayuda para resolver problemas que lleguen a ser complicados para el usuario.

Si bien la IA es una nueva herramienta diseñada para que se pueda implementar en distintas áreas.

Ha demostrado resultados favorecedores ya que cuenta con creatividad y aprendizaje que recopila a través del internet, pero pese a que ha logrado "igualar" al humano, se debe contemplar que esta puede ser inexacta y que jamás podrá reemplazar al conocimiento y mano de obra humana. Es importante tener en cuenta estos factores para poder comprender un poco más cómo es su funcionamiento y cómo podemos aplicarla en nuestra vida diaria.

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA AL DISEÑO TEXTIL

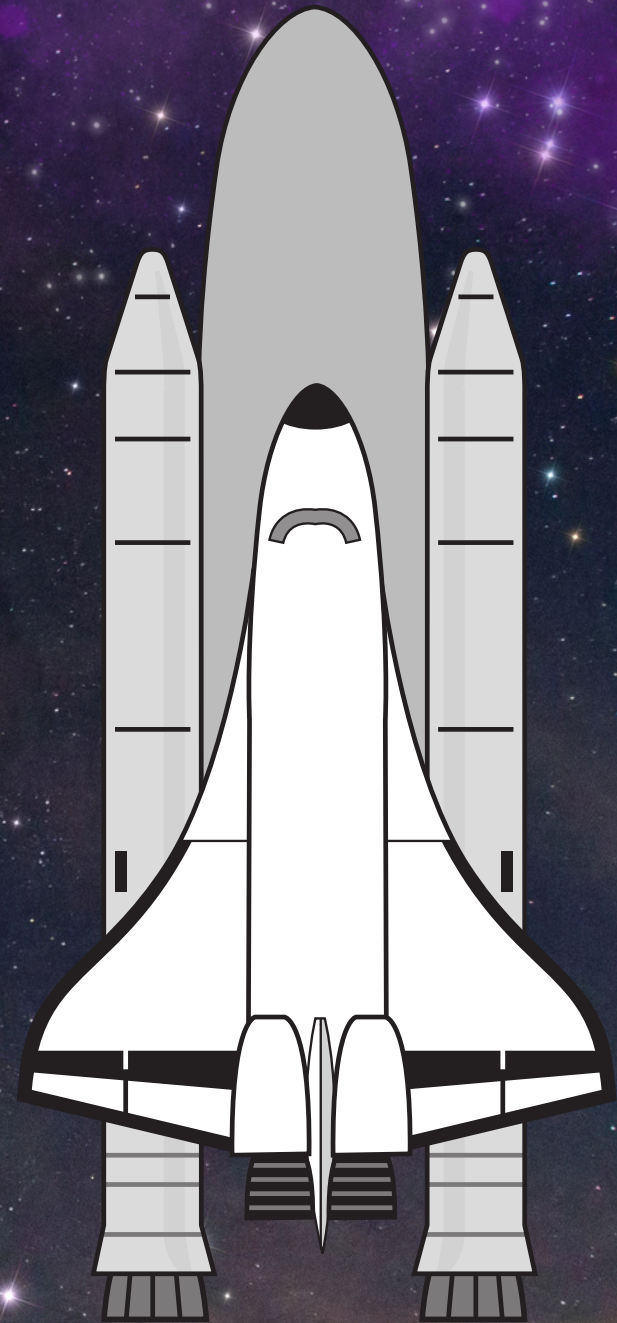
En la actualidad la inteligencia artificial ha ido tomando fuerza en el campo laboral, hoy en día es más común escuchar hablar de ella y cómo facilita el realizar actividades utilizándose. Se ha convertido en una herramienta revolucionaria inclusive en la industria textil, esto más notable en los diseños que actualmente se pueden observar en la industria textil, en cómo se está fabricando y como mejora sus procesos de fabricación al momento de implementarla.

"La inteligencia artificial en la industria textil puede parecer una realidad muy lejana. Sin embargo, ahora, más que nunca, es posible contar con la ayuda de la tecnología para aportar más asertividad, automatización, productividad y calidad al mercado". (Delta Máquinas texteis, 2023)

Además de poder ayudar en la elaboración de los diseños, esta contribuye a que las prendas se corten de una manera correcta para que así, sus diferentes estampados estén exactamente donde el fabricante quiere, optimiza el cómo será su colocación y minimiza la cantidad de tiempo que se lleva al realizar cada diseño.

Con la ayuda de la IA es posible la identificación y la adaptación sobre las nuevas tendencias en la industria de la moda, con las herramientas adecuadas se puede llegar a una óptima automatización de diseños variados que se pueden generar con ella, a medida que la IA avanza en el mundo, esta va tomando cada vez más significado en el diseño textil, tomando en cuenta todo esto, los fabricantes de ropa irán aceptando el utilizar la inteligencia artificial como herramienta de gran utilidad en su día a día, así que para empezar en invertir en soluciones inteligentes es necesario acudir al apoyo de un diseñador gráfico que ayude a orientar sobre el uso de la IA y así esta pueda implementarse en el negocio.

Sin ayuda de un diseñador podría hacerse mal uso de la IA y esto produciría plagios, diseños mal resueltos y repetidos, entre otros muchos, por esto es que se debe conocer la gran importancia de las diferentes funciones y aplicaciones que ofrece a la industria textil. Teniendo en cuenta todo esto, al hacer un uso correcto de la IA se permite que el sector textil crezca de una manera considerable, ya que se está enfocando más que nada en una necesidad básica que es la vestimenta, sin dejar de la lado las tendencias y los patrones que se guían de cada diferente colección y así, ésta se irá incorporando.



Al integrarse en las creaciones de diseños tanto en prendas como en un negocio, representa el futuro y la sostenibilidad, conciencia ambiental y tecnología para construir un segmento de moda que satisfaga tanto las necesidades de los consumidores, además de las del medio ambiente.

"La industria textil no está alejada de la incorporación y adaptación de la IA en sus procesos. Pues, es un sector que debe mantenerse en constante actualización para responder y cubrir necesidades de la población". (SANPER, 2023).

VENTAJAS DE LA UTILIZACIÓN EN LA IA PARA UN DISEÑADOR GRÁFICO

Para los diseñadores gráficos la inteligencia artificial ayuda a generar imágenes de una manera más rápida, aprovechando al máximo las herramientas que la IA ofrece, poco a poco se está convirtiendo cada vez más en una herramienta de uso común para los diseñadores, ya que permite que al realizar tareas algo tediosas, la IA las resuelva de una manera rápida y eficaz. Los diseñadores gráficos pueden usarla para ahorrar tiempo y esfuerzo.

Tenemos en cuenta que la IA no reemplaza la creatividad humana, sino más bien que ésta la amplifica, ayudando así con sus herramientas y diferentes funciones con las que cuenta, tiene la capacidad de analizar grandes conjuntos de datos para así identificar tendencias emergentes en diseños, colores y tipografías. Sus algoritmos de la inteligencia artificial pueden generar contenido automáticamente, desde diseños simples hasta ilustraciones complejas.

Esta automatización no solo ahorra tiempo, sino que también brinda oportunidades para la experimentación creativa.

A medida que la IA se va convirtiendo en una herramienta esencial en el campo del diseño se debe de tener en cuenta cuestiones éticas importantes, los diseñadores deben considerar como la automatización afecta a la originalidad de su trabajo. La falta de comprensión hacia la IA puede hacer que tengan dificultades para adoptarla y aprovecharla al máximo, se ha convertido en una herramienta funcional en el mundo del diseño, transformando la manera en como teníamos el concepto de diseño hasta ahora, sin embargo como mencionamos, surgen desafíos que deben de abordarse de manera profesional ya que la IA no garantiza que los diseños recopilados sean totalmente originales, es necesario estar bien informado sobre el funcionamiento de la IA y sus aplicaciones.

“La inteligencia artificial, es una tecnología transformadora que está teniendo un impacto significativo en la forma en que las empresas operan y compiten. Sin embargo, la implementación de la IA en una empresa no es algo que se pueda hacer de la noche a la mañana. Requiere un cambio cultural profundo y una transformación en la forma en que las empresas piensan y trabajan”. (Roció González, 2023).

AVANCES EN LA INDUSTRIA TEXTIL IMPLEMENTANDO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO HERRAMIENTA

Como anteriormente mencionamos la inteligencia artificial lleva un proceso complejo que el sector textil debe mantener en constante actualización para poder cubrir las necesidades que los consumidores requieren, al implementar la IA como herramienta en la confección textil permitirá la creación de sistemas y gestionará el proceso de las tareas llevando a cabo un orden de control en sus procesos de producción.



Con este avance de tecnología es necesario que los negocios comiencen a utilizar estas herramientas de diseño que ayuden a que la producción sea más rápida y eficiente. Con ayuda de la IA los diseñadores gráficos pueden comenzar a crear diseños que se complementen con ella generando modelos de acuerdo a la tendencia del momento.

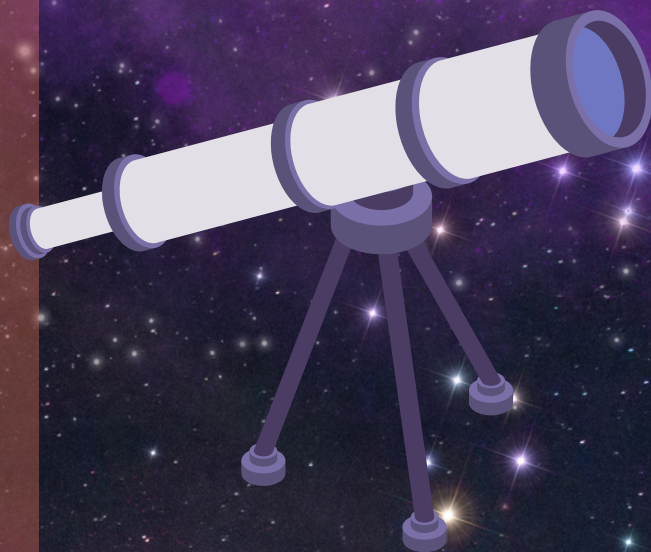
“En la actualidad, el uso de la inteligencia artificial se ha convertido en un factor decisivo que puede dar pie a ventajas competitivas para crear valor añadido y nuevas experiencias para el consumidor en el mundo empresarial” (Ángela Fernández Gómez, 2020).

CONCLUSIÓN

La integración de la inteligencia artificial en el diseño gráfico está llevando a la creatividad humana a nuevas alturas, desde la personalización a escala, hasta la automatización, transforma la forma que concebimos y creamos el arte visual.

Los diseñadores pueden comenzar con una creación generada por IA y luego refinar y personalizar el diseño según sus necesidades específicas, y de esta manera, fusionando la capacidad con la sensibilidad humana.

Los diseñadores deben de considerar como la automatización afecta a la originalidad y autenticidad de su trabajo, además de que existe la responsabilidad de asegurar que los trabajos generados con la IA no estén plagiando algún otro. A medida que continuamos explorando y conociendo nuevas posibilidades de esta tecnología, es esencial mantener un equilibrio entre la innovación y la ética, garantizando que la creatividad humana siga siendo el núcleo de nuestra expresión visual mientras aprovechamos el poder de la inteligencia artificial para amplificar nuestras capacidades creativas.



REFERENCIAS



Big Data Magazine. (2023, 16 de febrero). Falta de conocimiento en el funcionamiento de la Inteligencia Artificial (IA). (En línea). Consultado el 07/02/2024. Disponible en: <https://bigdatamagazine.es/la-falta-de-comprension-uno-de-los-retos-de-las-empresas-para-implantar-la-ia#:~:text=Falta%20de%20comprensi%C3%B3n%3A%20La%20IA,aprovechar%20al%20m%C3%A1ximo%20sus%20capacidades>.



Delta Máquinas Têxteis. (2023). Avances en la industria textil de Moroleón con la Inteligencia Artificial (IA). (En línea). Consultada: 01-02-2024. Disponible en: <https://deltamaquinastexteis.com.br/es/inteligencia-artificial-en-la-industria-textil-que-podemos-esperar-en-los-proximos-anos/>



Delta Máquinas Têxteis. (2023) Inteligencia artificial en la industria textil: ¿Qué podemos esperar en los próximos años?. (En línea). Consultado el: 31/01/2024. Disponible en: <https://deltamaquinastexteis.com>



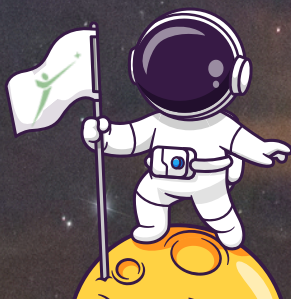
Galeón Comunicación. (2024). Aporte del conocimiento del diseñador gráfico para la manipulación de la Inteligencia Artificial (IA). (En línea). Consultada: 06-02-2024. Disponible en: <https://www.galeoncomunicacion.com/inteligencia-artificial-en-el-diseno-grafico/>



Gómez Fernández Ángela. (2020). *El uso de la inteligencia artificial en la toma de decisiones de marketing en el sector textil de retail y e-commerce.* (En línea). Consultado el 03/02/2024. Disponible en: <https://acortar.link/vDgyo>



Gráfica. (2019, 02 de julio). *Inteligencia artificial y diseño: un mix cada vez más habitual.* (En línea). Consultado: 02/02/2024. Disponible en: <https://grafica.info/inteligencia-artificial-y-diseno-un-mix-habitual/#>



El impacto generado por el diseño gráfico en las campañas políticas para las elecciones 2024

María Guadalupe Martínez Lara, Brayan Manuel Flores Martínez, Litzy Janeth Orozco Madrigal y Priscila Jiménez Parra.

Facultad de Diseño Gráfico

Plantel Moroleón

RESUMEN

Las campañas políticas son esa oportunidad que tienen todos los candidatos o partidos electos para persuadir al pueblo mediante una diversidad de acciones acordes a los reglamentos establecidos, donde dan a conocer sus propuestas, postura y hacen hincapié en que son la mejor opción para representarlos. Estas son sumamente vitales pues con ellas, logran informar y tener la atención del público.

La propaganda ha ocupado un lugar importante a lo largo de la historia, ya que tenía una suma importancia para cualquier conflicto que se presentaba, pues desde entonces es la herramienta de comunicación que da a conocer mediante diferentes medios un conjunto de propuestas, las cuales pueden ser desde temas políticos, hasta temas culturales.

Esta trae consigo un objetivo definido, el cual es influir en los pensamientos y las opiniones de la sociedad.

PUBLICIDAD POLÍTICA CREATIVA

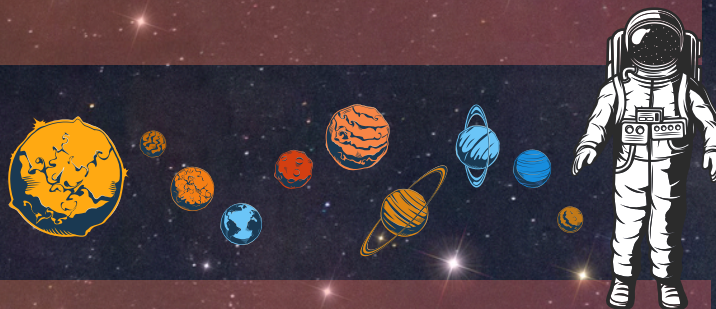
La publicidad política no es más que una herramienta la cual pretende influir en las masas e introducir a las mismas personas a realizar una acción, en este caso, conseguir el voto de los espectadores para su partido político. Pero la propia publicidad tiene como objetivo principal comunicarse con su público para demostrar ser el mejor candidato a elección.

“De la misma forma que el arquitecto debe saber de estructuras y procesos de construcción antes de iniciar un trabajo o el músico debe dominar su instrumento antes de hacer una buena interpretación, el asesor político precisa manejar conceptos de *marketing*, publicidad, psicología política, etc., como requisito para poder producir una campaña efectiva.” (Florez, 2020)

La creatividad suele ser indispensable para cualquier ámbito, ya que esta genera un plus, impulsa a innovar y ser diferentes al resto, marcando una gran diferencia, haciendo resaltar a quien hace uso de esta.

No causa el mismo impacto la publicidad política que se generaba en la antigüedad sobre las elecciones, a la publicidad que hay hoy en día, donde cada vez cuenta con más interacción con el público meta. No se debe contar con un gran capital, un periodo grande de tiempo o un candidato con ciertas características.

MARKETING POLÍTICO EFECTIVO



Se debe definir la historia de vida del candidato, es decir, destacar las partes de dicha historia que quieran mostrarse, momentos de dificultades y de éxitos, donde se resaltan características admirables del personaje político, se debe recordar que las campañas electorales hacen uso del factor sentimental. Cuando se trabaja con una marca, el diseñador hace uso del “*mix marketing*”, el cual, se compone de cuatro variables, las cuales son utilizadas como herramientas para posicionar la marca de forma efectiva, estas son el producto, precio, plaza y promoción.

En este caso, si se adapta esta estrategia, el producto sería el candidato, el precio al tratarse de lo que se paga por obtener el producto, en el caso político, este sería el voto, la promoción es la campaña política, y la plaza, sería los diferentes lugares donde se lleva a cabo la campaña, ya sean medios de comunicación tradicionales, redes sociales o lugares físicos.

Otra herramienta que es importante que sea aplicada por el diseñador, es el análisis y segmentación de mercado. Esta permite tener en claro el sector de la sociedad al que se quiere atraer.

“Es un elemento esencialmente económico ya que permite decidir cómo invertir los recursos en aquellos segmentos que resulten de más interés para el candidato o el partido”. (Mier-Terán, s.f., p.4)

Los colores y los *slogan* son de suma importancia. El diseñador debe trabajar con ambos aspectos, para crear un impacto tal, que cuando las personas vean un color o escuchen una frase, lo primero que piensen sea el candidato, incluso sin ver la foto o el nombre de este mismo, ni el logotipo del partido al que pertenece.

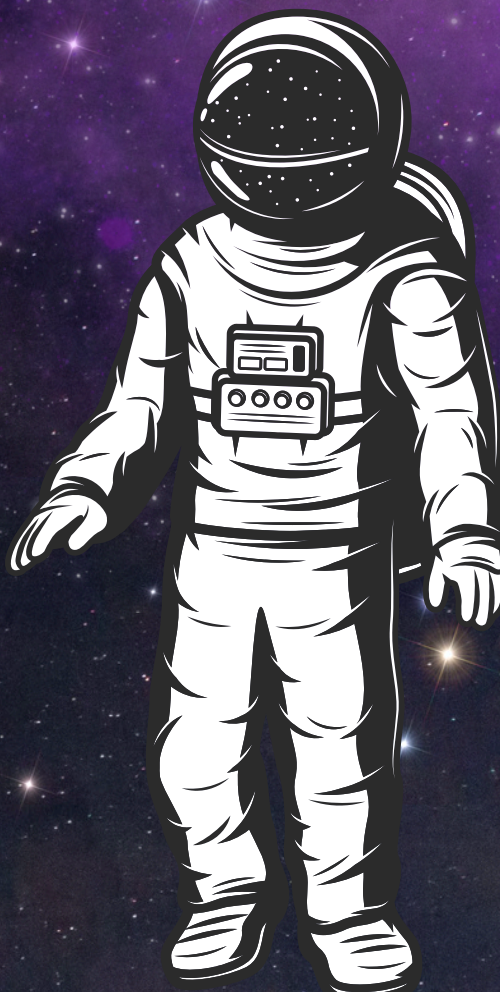
INTELIGENCIA ARTIFICIAL

La inteligencia artificial (IA) se ha convertido en una de las herramientas tecnológicas de mayor uso en los últimos años. Por lo tanto, se puede suponer que será inevitable que se utilice en las próximas campañas electorales futuras.

La principal función para la que ha sido utilizada la IA en años anteriores es la recolección de datos e información. Con estos datos se puede saber la tendencia entre los votantes.

Entonces, el diseñador puede realizar sus mensajes de una manera más óptima para que llegue a la sociedad y se capte la atención de manera positiva o negativa, según sea el caso más conveniente.

La IA genera imagen y video, con el fin de ahorrar tiempo y costos por parte de los políticos. Sin embargo, también se entiende que una buena campaña política no se sostiene solo con



el uso de gráficos. Esos gráficos deben estar relacionados con la imagen que el político quiere transmitir.

"La inteligencia artificial (IA) será un recurso potente para el diseño e implementación de campañas políticas durante los procesos electorales en marcha en México, sobre todo porque hay evidencia de que, cuando se decide el voto, intervienen más las emociones que el razonamiento". (Badilla, 2024)

Así pues, se puede pensar que el uso de las IA en elecciones futuras será mayor al visto en años previos, o como lo vimos en las campañas de este 2024, pues si bien los algoritmos ya existían en las redes sociales, con la implementación de IA se han visto potenciados en su eficacia y eficiencia a la hora del desarrollo de una campaña política. El apelar a las emociones se ha vuelto más sencillo gracias a estas bases de datos, siendo que es más difícil mentir sobre los intereses ante un registro electrónico que en una encuesta.

La comunicación es la base para realizar cualquier diseño, durante las campañas electorales abunda la contaminación visual por el exceso de propaganda en las calles, la atención del público y el tiempo que se toman para voltear a ver la propaganda es muy corto, por ejemplo, los espectaculares que se colocaron en las carreteras tiene que ser planeados y diseñados para verse a largas distancias y contener mensajes cortos y claros que el espectador pueda leer y comprender en un lapso muy corto de tiempo.

Es importante dar un motivo por el cual tendrías que votar por el partido, se suele inclinar por el lado emocional y el objetivo es atrapar al público, reforzar el mensaje principal del partido mediante imágenes, discursos y textos buscando mostrar el lado más real y cercano. La Junta Central Electoral es el organismo encargado de supervisar toda la propaganda política que se coloque antes, durante y después de las campañas electorales, cuidando que esta no dañe las propiedades privadas ni monumentos públicos, así como al medio ambiente.

Tanto en la mayoría del territorio mexicano se tiene muy poco conocimiento sobre las regulaciones en permisos de colocación de publicidad, por lo tanto, es importante que el diseñador gráfico conozca los reglamentos del tipo de publicidad que se realiza, así como los reglamentos particulares de colocación de la zona para evitar que la propaganda sea retirada o se aplique una multa.

CONCLUSIONES

El diseñador gráfico es una pieza clave dentro del área política y esto se puede demostrar con el simple uso de la creatividad como herramienta para las campañas políticas. La principal herramienta a utilizar en las próximas campañas políticas, además de la IA, serán las redes sociales, ya que anteriormente ya han sido indispensables para el éxito de algunas gubernaturas, además de que son un medio de difusión efectivo, del cual el diseñador puede hacer uso para difundir imágenes, frases o canciones que ayuden a que el candidato permanezca relevante durante las campañas.

REFERENCIAS



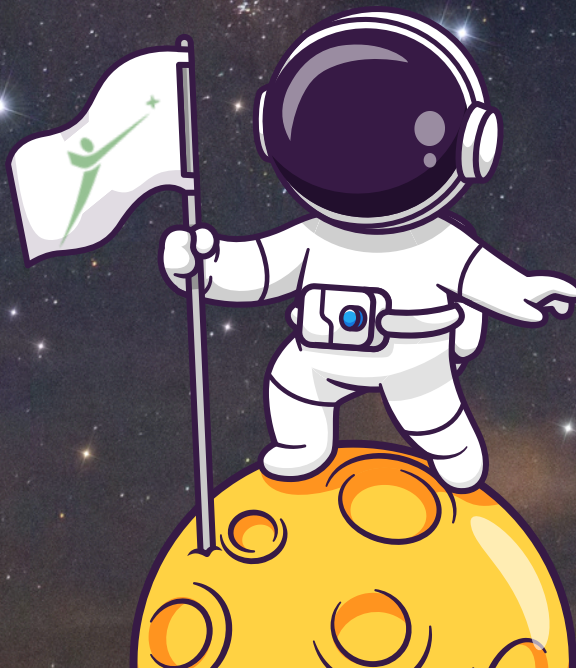
Badilla Diego. (2024). Inteligencia artificial y campañas negras, la tentación para candidatos en el proceso electoral 2024. El economista. (En línea). Disponible en: <https://www.economista.com.mx/politica/Inteligencia-artificial-y-campanas-negras-la-tentacion-para-candidatos-en-el-proceso-electoral-2024-20240128-0017.html>



Florez Morris Mauricio. (2019). Creatividad: clave del éxito en publicidad política por televisión. (En línea). Disponible en: <https://www.florez-morris.com/post/2019/09/10/creatividad-clave-del-exito-en-publicidad-politica-por-televisión>



Dr. Mier-Terán Juan José. (s. f.). Curso: Marketing Político y Electoral, Segmentación y posicionamiento, Departamento de marketing político y electoral. UCA. (En línea). Disponible en: <https://druidadelmarketing.com/wp-content/uploads/2018/06/Marketing-Politico-Tema-4-def.pdf>

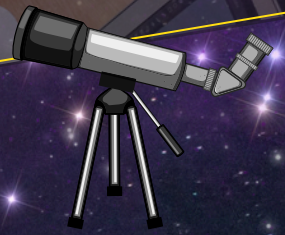


Subestimación de la práctica laboral de los diseñadores gráficos

 Gema García, Karla Jimena García, Brenda Isabel Rico y Alexis Calderón.

 Facultad de Diseño Gráfico

 Plantel Moreleón



RESUMEN

La economía en Moreleón - Uriangato gira en torno a lo textil, lo cual permitirá al diseño gráfico participar como actor crucial en el éxito empresarial y que este sector prospere. Debido a que la región es reconocida por esta actividad y representa más del 90% de la actividad económica local, el diseño gráfico debe usarse no solo para dar estética, sino como una herramienta fundamental para elevar las marcas existentes y que estas puedan competir en un mercado que cada día es más globalizado y digital.

Esto permitiría que la actividad laboral de los diseñadores gráficos aumente y se desarrolle adecuadamente dentro de su área, permitiendo el crecimiento en conjunto de ambas ramas.

Esta trae consigo un objetivo definido, el cual es influir en los pensamientos y las opiniones de la sociedad.

EL DISEÑO GRÁFICO EN LA REGIÓN

Gracias a que existe una relación estrecha entre ambas industrias el diseño gráfico puede prestar sus servicios multitarea a la industria textil sirviendo como apoyo promocional de los servicios que una empresa textil puede brindar a otros desde la elaboración de la tela hasta la realización de prendas terminadas.

El diseño gráfico no solo puede generar logotipos, sino que también cumple con el conocimiento requerido para realizar actividades publicitarias en línea que permiten la visibilización de las marcas a las regiones y targets deseados por las empresas que utilicen los servicios de un diseñador gráfico.

Al mismo tiempo que existe una gran ventaja ante el uso de los servicios de un diseñador estos mismos enfrentan grandes desafíos que demeritan la profesión.

“Cuando se hace referencia al diseño gráfico en la actualidad, se tiene en cuenta el auge que ha experimentado esta carrera, aunque puede que haya sido infravalorada con el surgimiento de programas que facilitan la creación de elementos “sin la ayuda de un profesional”. Sin embargo, el valor del diseñador gráfico está en ser capaz de crear o modelar un mensaje visual y comunicar el concepto de una compañía mediante elementos gráficos.” (Rosas Bayona Deloris Leidy, et al., 2021)

De forma que la mayoría de los posibles clientes, no contratan a un diseñador que comprenda cómo funciona el proceso de la creación de una identidad para las marcas y así mismo no se toman el tiempo de conocer a qué se dedican los diseñadores y no comprenden el amplio desarrollo que puede causar una buena identidad.

OPORTUNIDADES LABORALES Y DESAFÍOS

A pesar de tener opciones de trabajo, incluyendo el autoempleo, los diseñadores enfrentan un desafío en cuanto a la estabilidad laboral y la valoración de su trabajo. Por otra parte, a pesar del avance de la tecnología e inteligencias artificiales y que muchos consideran amenaza para la profesión, el resultado debe ser procesado siempre por la mano de un artista o diseñador según sea su caso, ya que la mano humana siempre debe intervenir de alguna manera para lograr un resultado que atraiga a los clientes perfectos, según sea el caso.

“El diseño gráfico es un proceso tanto intelectual como creativo, son necesarios conocimientos previos y pensamiento crítico y analítico. Los artistas gráficos tienen la misión de encontrar la solución más apropiada, atractiva y efectiva al problema que se plantea.” (Ramírez-Paredes et al., 2017)


CONCLUSIÓN

Gracias a la continua inversión en tecnología y la creciente demanda de los servicios de diseño para crear toda una promoción alrededor de la región y su trabajo, así mismo el desarrollo económico y diversificar las oportunidades y targets de las empresas textiles.

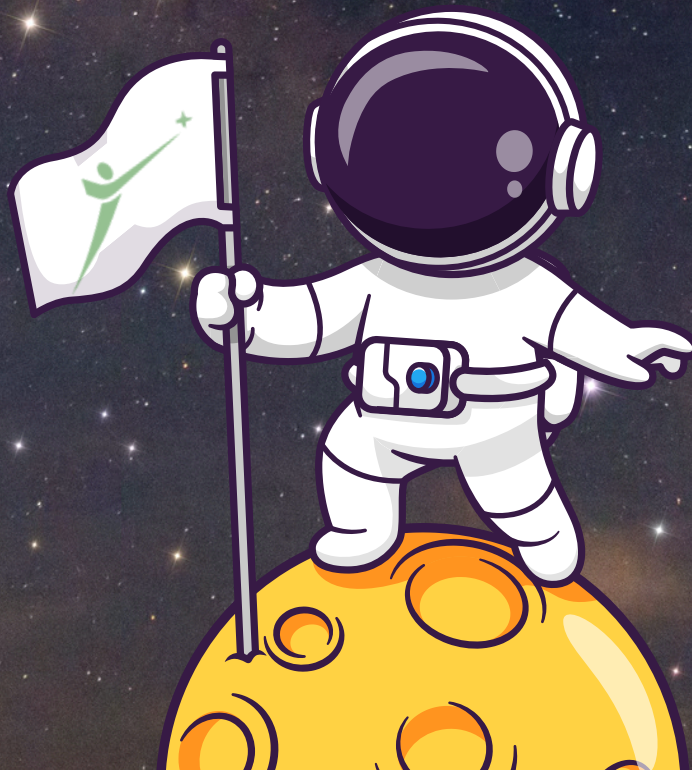
Por lo que el diseño gráfico no solo es una profesión en auge y desaprovechada, sino que esta misma es un elemento crucial en el desarrollo económico y la competitividad empresarial en la zona.

Así mismo se deben desarrollar estrategias para que los mismos diseñadores sepan cómo revalorizar su trabajo y dar a conocer las actividades que realizan al público en general, así como los beneficios que se pueden recibir ante la contratación de un profesionalista.

REFERENCIAS


 Ramírez-Paredes, K. G., Villar-García, M. G., & Maldonado-Reyes, A. A. (2017). Escenario actual del diseño gráfico en el ámbito de la investigación en México. Uaemex. Mx. (En línea). Disponible en: <https://legadodearquitecturaydiseno.uaemex.mx/article/view/9250>


 Rosas Bayona Deloris Leidy, Serrano Velásquez, Brahamley Saray. (2021). Análisis de las causas de la subestimación del diseñador gráfico [Fundación de Estudios Superiores Comfanorte]. (En línea). Disponible en: <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/871/693>




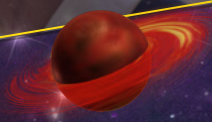


El impacto de los riesgos psicosociales en la salud y bienestar de los colaboradores y su relación con la productividad

 Yoana Gallardo y Fernanda Cárdenas.

 Facultad de Psicología Organizacional

 Plantel Paraísos



RESUMEN

Con la presente investigación analizaremos la relación de los riesgos psicosociales con la salud laboral y bienestar, así como su impacto en la productividad. También se identificarán y explicarán los factores riesgos psicosociales, las condiciones físicas e intangibles que presentan en las organizaciones.

Hoy en día los factores de riesgo psicosocial son uno de los principales factores que afectan la productividad en las organizaciones. Conocer acerca de la salud mental y los riesgos psicosociales a los que nos enfrentamos, ampliará nuestros conocimientos y nos ayudará a prevenirlos o evitarlos. Además, conoceremos las causas y las condiciones que presentan estos factores psicosociales en el trabajo.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN PARA ANALIZAR EL IMPACTO DE LOS RIESGOS PSICOSOCIALES

Para la realización de esta investigación consultamos la información requerida en libros de texto de temas relacionados al: estrés laboral, salud laboral, factores que influyen en la productividad, inteligencia emocional en el trabajo, entre otros. Así mismo, consultamos sitios web del Instituto Mexicano del Seguro Social, El Diario Oficial de la Federación, La Organización Mundial de la Salud, etc.

Utilizamos el método deductivo de un procedimiento de hechos observados, partimos de un pensamiento de razonamiento general y lógico, hasta los hechos más específicos.

La presente investigación está basada con la fuente de datos mixtos, que integra documentación de diversos libros relacionados con las teorías que abarcan las problemáticas de la investigación, por otro lado, se abordará la investigación de campo a través de un cuestionario dirigido a los colaboradores de una empresa.

La siguiente información se dio a conocer de manera descriptiva y explicativa, para profundizar el impacto que los factores psicosociales en la productividad. De manera cualitativa a través de la observación y razonamiento se pueden explicar los factores psicosociales a los que se enfrentan en el área de trabajo, y de manera cuantitativa el nivel o grado de afección, que se puede presentar en los colaboradores de la empresa.

Para lograr analizar y profundizar acerca del tema se llevó a cabo la aplicación de encuestas en una empresa de manufactura la cual cuenta con 25 colaboradores, en dicha encuesta se profundizó acerca del nivel de estrés que presentan actualmente al realizar sus actividades laborales día a día y si este mismo impacta en su vida personal.

Para la investigación de campo se utilizó el "Test de Estrés Laboral" el cual permite conocer, en qué grado el trabajador padece síntomas asociados al estrés.

Este test fue publicado y aprobado por el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), el cual se debe aplicar de manera cuatrimestral dentro de las organizaciones para prevenir, que los trabajadores presenten síntomas de estrés que traen consigo consecuencias severas para la salud.



El test de estrés laboral está estructurado por doce preguntas formuladas de manera general, que son evaluadas a través de la escala Likert con seis niveles de opción de diferente grado. También contiene la parte de la escala de resultados con sus diferentes definiciones del grado de nivel de estrés.

Los colaboradores deberán contestar en test, de acuerdo a los numerales que se presentan del 1 al 6, siendo 1 el nivel más bajo y 6 el nivel más alto.

Permite conocer en qué grado el trabajador padece los síntomas asociados al estrés.

Instrucciones:
De los siguientes síntomas, selecciona el grado experimentado durante los últimos 3 meses de acuerdo al semáforo presentado.

	1 Nunca	2 Casi nunca	3 Pocas veces	4 Algunas veces	5 Relativamente frecuente	6 Muy frecuente
Imposibilidad de conciliar el sueño.	1	2	3	4	5	6
Jaquecas y dolores de cabeza.	1	2	3	4	5	6
Indigestiones o molestias gastrointestinales.	1	2	3	4	5	6
Sensación de cansancio extremo o agotamiento.	1	2	3	4	5	6
Tendencia de comer, beber o fumar más de lo habitual.	1	2	3	4	5	6
Disminución del interés sexual.	1	2	3	4	5	6
Respiración entrecortada o sensación de ahogo.	1	2	3	4	5	6
Disminución del apetito.	1	2	3	4	5	6
Temblores musculares (por ejemplo tics nerviosos o parpadeos).	1	2	3	4	5	6
Pinchazos o sensaciones dolorosas en distintas partes del cuerpo.	1	2	3	4	5	6
Tentaciones fuertes de no levantarse por la mañana.	1	2	3	4	5	6
Tendencias a sudar o palpitaciones.	1	2	3	4	5	6

Revisa cuál es el color que más se repite en tus resultados (o suma cada número seleccionado) y ubica el resultado de acuerdo a la siguiente tabla:

Sin estrés (12)	No existe síntoma alguno de estrés. Tienes un buen equilibrio, continúa así y contagia a los demás de tus estrategias de afrontamiento!
Sin estrés (24)	Te encuentras en fase de alarma, trata de identificar el o los factores que te causan estrés para poder ocuparte de ellos de manera preventiva.
Estrés leve (36)	Haz conciencia de la situación en la que te encuentras y trata de ubicar qué puedes modificar, ya que si la situación estresante se prolonga, puedes romper tu equilibrio entre lo laboral y lo personal. No agotes tus resistencias!
Estrés medio (48)	
Estrés alto (60)	Te encuentras en una fase de agotamiento de recursos fisiológicos con desgaste físico y mental. Esto puede tener consecuencias más serias para tu salud.
Estrés grave (72)	Busca ayuda

*Adaptado del Cuestionario de Problemas Psicosomáticos (o CPP)



Fuente:

Instituto Mexicano del Seguro Social. s.f. Test estrés laboral. (En línea) Disponible en: <https://www.imss.gob.mx/sites/all/statics/salud/estreslaboral/Test-Estres-Laboral.pdf>.



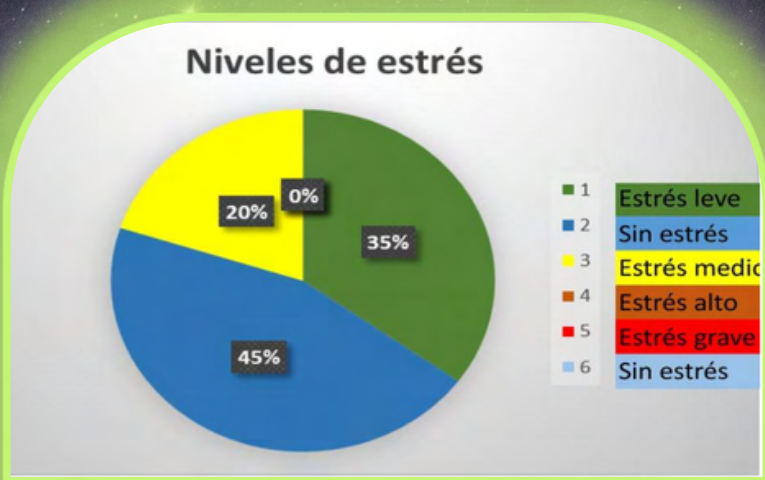
“Los grados de colores son utilizado por los aplicadores para detectar nivel de estrés en el cual se encuentran los colaboradores de la organización”.

RESULTADOS ARROJADOS

La aplicación del test de estrés laboral se realizó en la organización de manufactura Tarimas Romo, es una empresa dedicada a la venta y reparación de tarimas de madera en medidas estándares y personalizadas, actualmente Tarimas Romo cuenta con 25 trabajadores, 3 a nivel administrativo y 22 en nivel operativo. La aplicación se realizó a 20 colaboradores de nivel operativo.

Los resultados del grado de estrés en los colaboradores de Tarimas Romo se presentan de manera muy moderada, ya que el 45% de los colaboradores se encuentra en la fase alarmante, y están a tiempo de identificar los factores que causan estrés para así, generar estrategias de acción preventivas.

Mientras el 35% y el 20% deben tener más consciencia sobre lo que deben modificar dentro de sus áreas de trabajo, ya que si la situación en la que se encuentra se sigue prolongando afectan su equilibrio laboral y personal pasando a la fase de agotamiento, lo que puede poner en riesgo la salud.



A consideración que el 80% de los colaboradores que trabajan en la empresa de Tarimas Romo respondieron al test de estrés laboral, se obtuvo un amplio panorama de la situación de estrés de los colaboradores dentro de su área de trabajo.

De 20 personas que respondieron al test, 9 se encuentran en estado de sin estrés, pero en la fase alarmante lo que se considera que deben comenzar a detectar los factores o situaciones que les provoca angustia o desesperación, porque es una manera preventiva de evitar que el estrés pueda presentarse en mayor grado. También se considera que es una empresa con un entorno laboral saludable, ya que busca el bienestar y la protección de la salud de los trabajadores, de igual manera deben generar acciones estratégicas para mantener a sus colaboradores en la fase (sin estrés), y mejorar sus áreas de oportunidad, generando un ambiente de trabajo de cero riesgos.

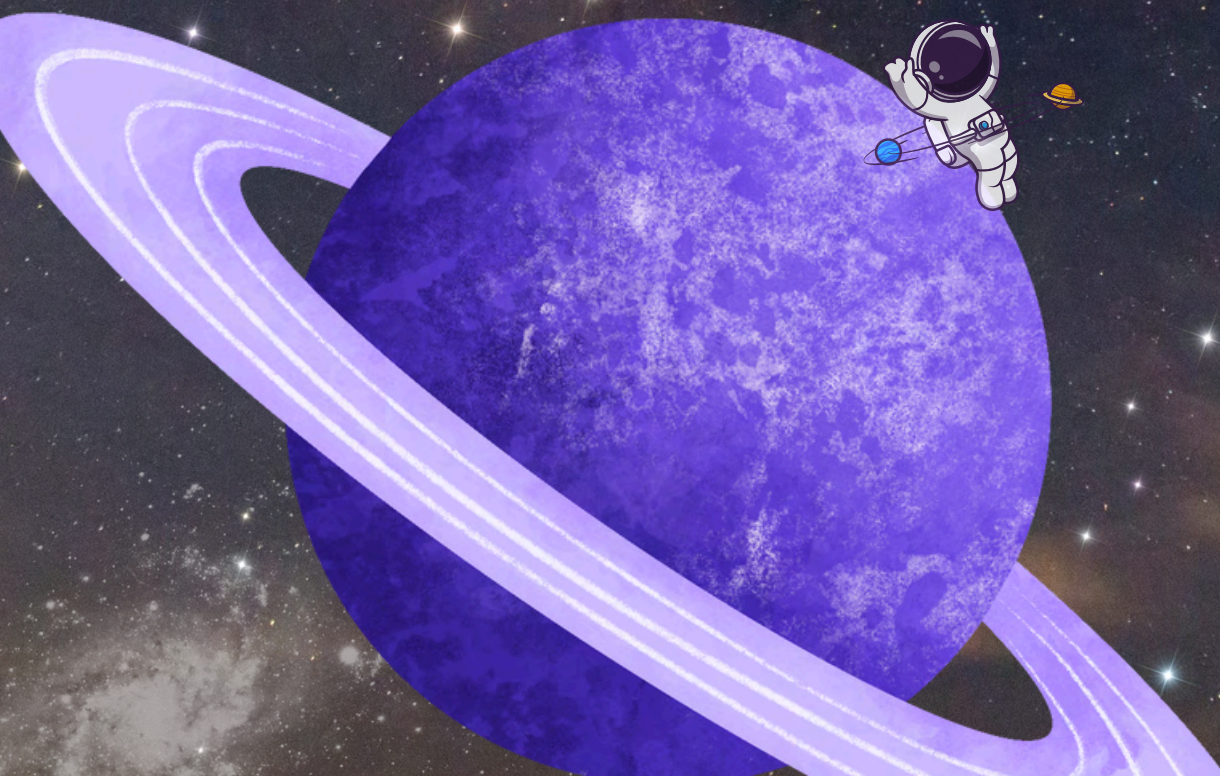
Mientras que 7 personas se encuentran en fase de estrés leve, mostrando que deben ser más conscientes de las situaciones a las que se exponen, se considera que la empresa debe implementar actividades de relajación y descanso durante la jornada laboral y realizar cursos relacionados con la inteligencia emocional, que les ayuden a controlar las situaciones estresantes.

Dichos resultados, no son tan alarmantes pues no se encuentran aún casos en donde el estrés haya generado alguna enfermedad o alguna otra consecuencia, sin embargo, no es necesario tener un índice de alarma para comenzar a crear estrategias que sean de apoyo para controlar algún episodio de estrés por más mínimo que sea.

CONCLUSION

Es importante tomar las medidas necesarias para lograr controlar y reducir los niveles de estrés que presentan hoy en día, todo esto con la finalidad de evitar riesgos o consecuencias mayores para la salud de los colaboradores quienes son el principal activo para que las empresas puedan funcionar.

Cabe mencionar, que el estrés no es algo que se deba satanizar, pues sentir o experimentar estrés es una reacción fisiológica normal, sin embargo la intensidad y la recurrencia con la que se experimenta es la que puede provocar severos problemas.



CONSEJOS RELACIONADOS CON EL EFECTO DEL DO EN EL MUNDO ACTUAL

Gracias a la importancia y prioridad que se le da a la consultoría para el crecimiento y desarrollo organizacional, se pueden detectar todas las áreas de una organización, con el estudio que se realiza se puede observar con claridad cada detalle, bueno o malo, para así mismo darle prioridad y hacer un cambio para que el crecimiento y desarrollo se vea reflejado con buenos resultados y estabilidad organizacional. (Montufar, 2013).

La importancia de la consultoría, es la herramienta que permite que las organizaciones cuenten con bases sólidas, objetivas y confiables que facilitan la innovación en la empresa, fomentan el crecimiento de la organización, y busca el fortalecimiento de los procesos y rutinas con el propósito de ayudar a las empresas en la detección de áreas de oportunidad para que estas sean aprovechadas en la consolidación de sus operaciones. De este modo se considera pues, que el implementar una consultoría dentro de las empresas acarrea muchas oportunidades para lograr una mejor manera de trabajar, con mejores resultados a lo largo del tiempo y lograr hacer que sea una organización más competente.



EL IMPACTO EN LA EMPRESA Y SUS SISTEMAS

Depende mucho de cómo se encuentre la organización así será el impacto que se tendrá, si está muy desorganizada o se encuentran muchos problemas y fallas en ella pues su impacto será muy fuerte, ya que se organizará todo desde cero con soluciones para los problemas y se realizaran muchos cambios, pero todo será para que la organización esté bien implementada, que todos sus procesos, áreas y tareas estén especificadas para que todo funcione correctamente.

Con la información recabada en los párrafos anteriores, llegamos a la coincidencia de que la consultoría del desarrollo organizacional es muy importante en las empresas, ya que les es de gran ayuda para que estas vayan mejorando y se tengan mejores oportunidades.



CONCLUSIÓN

El DO emerge como una herramienta muy importante en el ámbito empresarial, ofreciendo un enfoque integral para impulsar el crecimiento y mejorar la manera en cómo se adaptan las organizaciones en un mundo de constantes cambios, optimización de procesos, reestructura empresarial y hasta realizando mejoras en la cultura organizacional son formas en las que el DO asiste a las organizaciones, construyendo equipos flexibles y eficaces que ayudan a las empresas no solo a sobrevivir, sino que también a lograr prosperar en un entorno sumamente competitivo.



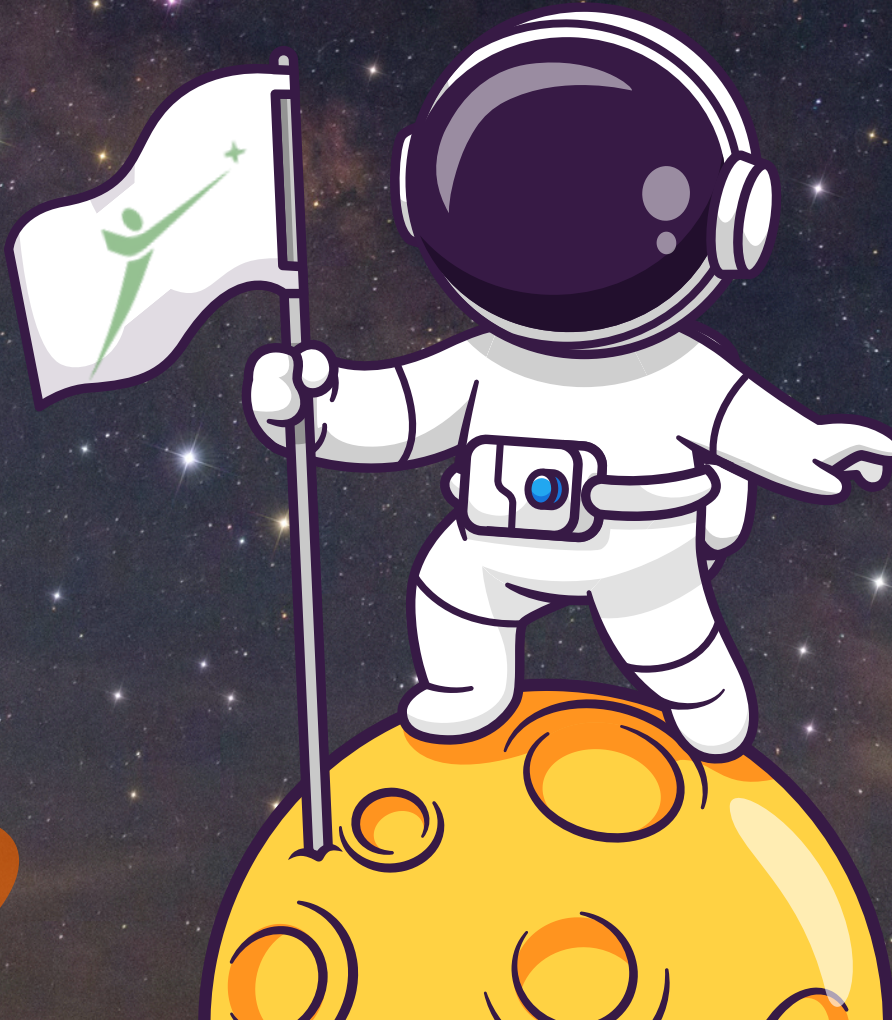


REFERENCIAS

 Instituto Mexicano del Seguro Social. s.f. Test estrés laboral. (En línea)

Disponible en:

<https://www.imss.gob.mx/sites/all/statics/salud/estreslaboral/Test-Estres-Laboral.pdf>.



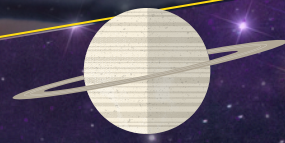


La formación del Onboarding y su importancia en el ámbito laboral

María Fernanda Espinoza López, Miriam Lucero Sánchez Lara y Lizbeth Estephany Murillo Padilla.

Facultad de Psicología organizacional

Plantel Paraísos



RESUMEN

En este artículo, se abordó el impacto que genera el proceso de *onboarding* en las organizaciones, la importancia de su implementación; así como diversas características que lo conforman y cómo es este proceso. Este concepto "*Onboarding*" existe desde los años 80's pero no ha hecho relevancia en su implementación en las organizaciones, muchas de ellas aún no conocen ni siquiera en qué consiste este concepto y mucho menos el cómo implementarlo, cuáles ventajas tiene su aplicación, cuáles son los tipos de *onboarding* y sus tendencias.

Actualmente este proceso ha generado un mayor impacto en las organizaciones, ya que se interesan más en conocer a que se refiere este término, las empresas tienen interés en conocer en qué consiste este proceso, porque ha generado un mayor "ruido".

Por esta razón, el proceso de *onboarding* se implementa cada vez más en los procesos de Recursos Humanos con el objetivo de poder ayudar a los nuevos colaboradores a realizar de manera exitosa una integración y así mismo generar una retención de personal para evitar una rotación temprana de personal, por falta de desconocimiento sobre perfiles y puestos de trabajo, falta de desconocimiento de la filosofía y mística empresarial.

ONBOARDING COMO PROCESO ORGANIZACIONAL DE PERTENENCIA

El proceso de *onboarding* hace que los colaboradores sientan que no son un "recurso" sino son un "activo" valioso para la empresa, generando un sentido de pertenencia, inyectando e impactando los valores de la cultura empresarial.

Es importante no solo fomentar este proceso como parte fundamental de la organización, sino también el mantenerlo para poder ver el impacto generado a largo plazo y los beneficios que conlleva este proceso.

Con este artículo de investigación queremos determinar el cómo influye una implementación eficaz del *onboarding* en los colaboradores, así como, analizar el impacto de este proceso en las organizaciones y examinar las consecuencias de no realizar un plan de *onboarding*.

Para lograr este objetivo, diseñamos una herramienta de investigación para analizar cómo se practica en la actualidad, conocer la apreciación de especialista en Desarrollo Organizacional sobre el impacto de la formación *onboarding* en las empresas. Concluyendo con una explicación al lector sobre el impacto que genera un programa de *onboarding* en las empresas.

MÉTODO A IMPLEMENTAR

La metodología que se implementó en este artículo de investigación es Deductivo/Analítico/Comparativo.

- Método deductivo: ya que partimos de una investigación en general a una específica.
- Método analítico: analizamos partes que conforman nuestra investigación.
- Método Comparativo: se contrastaron dos escenarios (periodo de tiempo).

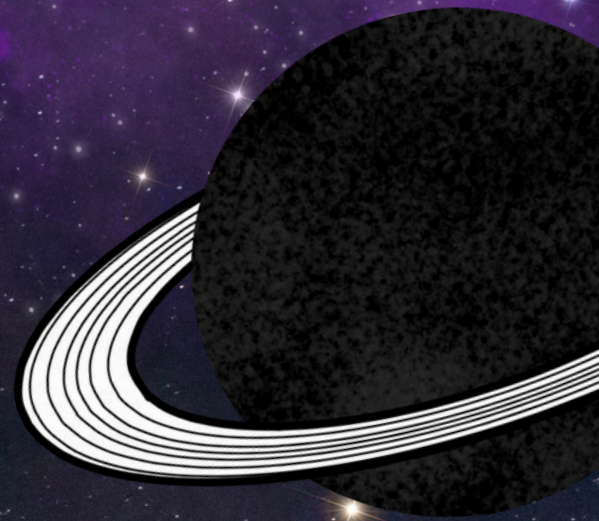
Así mismo utilizamos un marco teórico y conceptual. Con investigación mixta, documental y de campo (entrevistas y encuestas).

La técnica que se aplicó fue cuantitativa, ya que se aplicaron encuestas y entrevistas para conocer lo que algunos expertos opinan en el tema.

La correcta aplicación del *onboarding* en las Organizaciones trae muchas ventajas y beneficios para la empresa y para los colaboradores en general.

El *onboarding* es un proceso que pretende acelerar la integración efectiva del capital humano en las empresas, este proceso tiene como objetivo principalmente el orientar a los nuevos colaboradores, ayudarles a incorporarse y adaptarse a la cultura empresarial a la que se enfrentan por primera vez, y de esa manera, adoptar la filosofía de la misma.

En el ámbito empresarial la primera impresión, el sentido de pertenencia en los colaboradores y reducir el índice de rotación de personal son aspectos importantes, por lo que las empresas empiezan a implementar procesos de *onboarding*. Pero ¿Cómo se maneja el proceso de *onboarding* actualmente? ¿En la vida cotidiana, este proceso se pondrá en práctica? ¿Qué opinan los expertos en área de capital humano acerca del *onboarding* y su implementación? ¿Cómo llevarán a cabo los expertos el proceso de *onboarding*? ¿Será de la misma manera la implementación de *onboarding* que proponen los autores con la versión de los expertos en al área?



Con la finalidad de conocer todos aquellos cuestionamientos e inquietudes, se decidió aplicar una entrevista (imagen 1) a dos profesionales expertos en el área de Capital Humano y Desarrollo Organizacional.

La entrevista con el Lic. Carlos Vargas, se aplicó de manera presencial, ya que pudimos narrarle las preguntas y a la par, él nos iba contestando cada uno de los cuestionamientos y preguntas efectuadas. (Imagen 2).

Mientras que la entrevista de la Lic. Myrna Domínguez fue vía online, donde se le hizo llegar las preguntas y ella las respondió de manera objetiva y clara.

Los expertos tienen características en común, ambos son consultores, cuentan con Maestría en Desarrollo Organizacional, son catedráticos de la Universidad de León, cuentan con más de diez años de experiencia en el área, además de estar en constante actualización con respecto al capital humano.

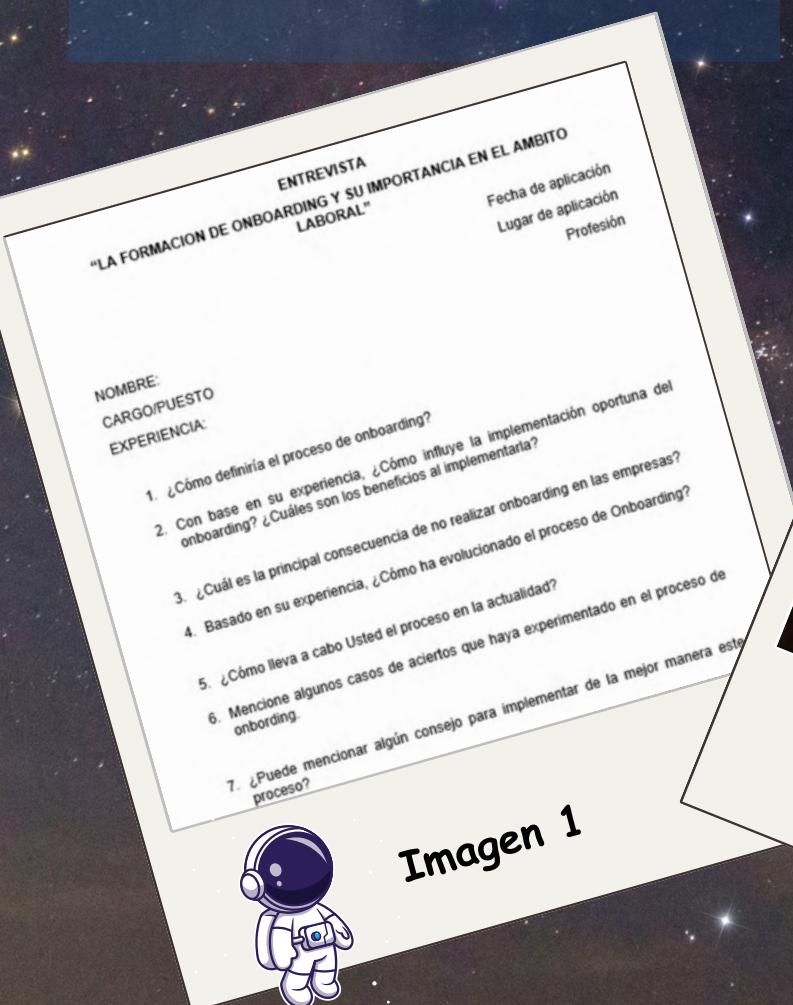
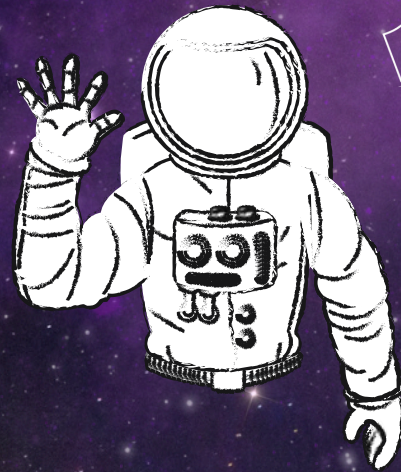


Imagen 1



Imagen 1



En la siguiente imagen se hace la comparación de ambos expertos, donde menciona su cargo actual, tiempo de experiencia y su preparación académica.

Nombre del experto	Cargo/ Puesto	Tiempo de experiencia	Preparación académica
Myrna Angélica Domínguez Hernández	Consultor	10 años	Lic. Psicología Organizacional Mtra. Desarrollo Organizacional
Carlos Ernesto Vargas Rodríguez	Consultor	18 años	Lic. Psicología Organizacional Mtro. Desarrollo Organizacional

Gracias a los datos obtenidos en las entrevistas aplicadas, podemos comparar lo que algunas de las teorías vistas anteriormente, algunos autores citados, y ciertos conocimientos previos con lo que, actualmente, dos expertos en el área nos comparten con base en su experiencia.

A diferencia de las teorías, la Lic. Myrna Domínguez nos habla sobre el *onboarding* como "un proceso que tiene la finalidad de agilizar la incorporación de nuevos colaboradores y su adaptación", mientras que el Lic. Carlos Vargas nos menciona que "es un proceso de socialización integral donde se le ayuda al colaborador a tener una buena introducción en la organización" y es que esta parte es importante ya que previamente algunas teorías nos mencionan que es un proceso técnico, de aprendizaje, donde el colaborador aprende y conoce sus funciones y perfil de puesto.

Actualmente las organizaciones, viven el proceso de *onboarding* como una oportunidad de ayudar al colaborador a sentirse adaptado a una nueva cultura organizacional, y es que es verdad que si una persona no se siente perteneciente, es muy complicado que pueda rendir en el ámbito laboral.

Es por esta razón que discrepamos un poco con lo que algunos autores mencionados anteriormente en las teorías dicen que es *onboarding*, porque ellos lo perciben como una oportunidad de inducción al colaborador, pero centrándose más en el ámbito técnico e informativo.

Muchas de las ocasiones que suelen confundir las empresas el proceso de *onboarding* y que en su lugar lo suplen con una mera inducción, lo que hace que los colaboradores se sientan abrumados con la cantidad de información recibida en los primeros días de prueba. Ni siquiera se empieza con la adaptación, el hablarles acerca de la historia y filosofía de la empresa de una manera dinámica y práctica, si no que a su vez, se suple esta parte con tediosas presentaciones llenas de texto, largos videos hablando sobre la fundación de la empresa, etc.

Debemos enamorar en los primeros minutos al colaborador, mostrándole de manera práctica, los valores de la empresa, la cultura y ambiente organizacional y la mejor forma de lograrlo es la práctica, mostrándoles día con día de manera vivencial.

De nada nos sirve hablarles de lo increíble que es la empresa, de las increíbles instalaciones, los incentivos, bonos, mostrarles una bella oficina si día con día se vive de manera contaría, si diariamente nos enfrentamos a un estrés y ni tiempo hay para ayudar al colaborador, si solo le acompañamos en la adaptación un mes y después le abandonamos, el proceso de *onboarding* va más allá de 1-3 meses después de la contratación, es un proceso a largo plazo donde día con día debemos fortalecer al colaborador, ayudarle en este nuevo reto de pertenecer a una nueva empresa.

Algún punto importante donde tanto los autores mencionados como los expertos opinaban de manera similar es la parte de las consecuencias de la **NO APLICACIÓN** de este proceso.

Nos mencionan que de no llevar a cabo un proceso de onboarding las consecuencias son nada favorables para la empresa, algunas consecuencias mencionadas similares fueron: baja productividad y alta rotación, ausentismo laboral, falta de productividad.

Los resultados que obtuvimos de las entrevistas nos han ayudado a corroborar y fortalecer la teoría que nosotras teníamos sobre el *onboarding*, creemos también que es tal vez la nueva era en la que vivimos, pero al principio nos preguntamos si lo que nosotros pensábamos sobre el *onboarding* era correcto, puesto que los autores opinaban diferente, pero al seguir investigando y con lo que los expertos nos mencionaron, ahora comprobamos que tenemos que estar actualizados siempre, que las generaciones van cambiando y con ello sus necesidades.

El platicar con expertos en el área nos abre el panorama con una nueva visión sobre el *onboarding*, además de darnos algunos consejos como: "Siempre hacer un proceso de *onboarding* a la medida de acuerdo a las necesidades, características de la organización e involucrar a la alta gerencia".

CONCLUSIONES

Las conclusiones obtenidas fueron las siguientes:

- 1.El *onboarding* es algo más que un simple término o práctica. El *onboarding* es un proceso que requiere tiempo y dedicación, que acompaña al colaborador en diferentes etapas de su desarrollo dentro de la empresa.
- 2.La inducción y el *onboarding* suelen ser usados como sinónimos, pero ahora, gracias a la información se logró identificar que son procesos diferentes. La inducción es un proceso más informativo y superficial, sirve para orientar a los colaboradores. Mientras que el *onboarding* es un proceso más de aprendizaje, técnicas y que lleva una metodología más compleja.



3.El *onboarding* bien ejecutado trae muchas ventajas a la organización que logra emplear este proceso, ya que nos ayuda a minimizar la incertidumbre que experimenta el colaborador al ser nuevo en la empresa. Ayuda a disipar aquellas dudas que se generan desde el día uno de la contratación hasta que el colaborador ya lleva de dos a cuatro meses dentro de la empresa.

4.La no implementación de este proceso trae consecuencias nada favorables para la empresa, y si se aplica de la manera correcta será todo lo contrario.

5.Siempre se debe estar actualizado en temas importantes para la empresa, constantemente nos enfrentamos a cambios en los que es fundamental adaptarse y tener resiliencia, y a su vez estudiarlos para su aplicación en la empresa.

6.El *onboarding* ofrece un nuevo panorama a los colaboradores ante la incertidumbre, una mayor flexibilidad.

7. Existen diferentes tipos de *onboarding*, y cada uno puede adecuarse dependiendo las necesidades de la empresa, para ello es importante conocer esta parte, para poder elaborar un "traje a la medida" para cada empresa, dependiendo de sus características y necesidades.



REFERENCIAS



Arreola, Sofía. Onboarding y Cultura Organizacional. (Estudio realizado con colaboradores del área de servicio al cliente de la empresa Cinépolis de las sucursales ubicadas en la cabecera de Quetzaltenango. Tesis para obtener el grado en Psicología Industrial/ Organizacional. Quetzaltenango. Enero 2021. Total hojas 72.



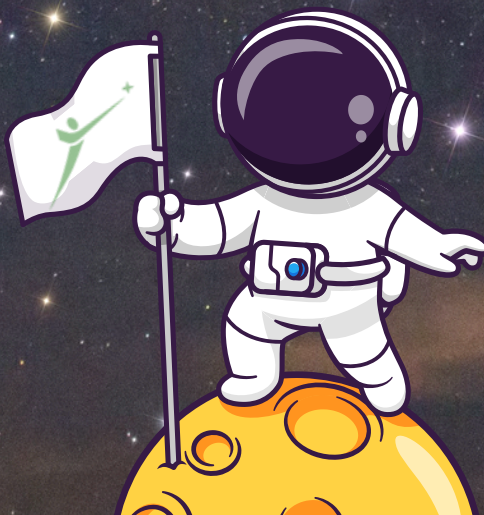
Sánchez Estrella, Nancy María. "Programa de Onboarding como Estrategia para una exitosa integración y desarrollo de competencias en los colaboradores de la Dirección General del Catastro Nacional". Tesis para obtener el grado de Maestría en Gerencia de Recursos Humanos. Santo Domingo, República Dominicana. Diciembre 2021. (h.17). Total hojas 116.



Talent Street, Equipos y Talento. (2018, septiembre 07). Onboarding, la importancia de generar un efecto wow en el nuevo empleado. (En línea). Consultado el 15 de febrero del 2024. Disponible en: <https://www.equipsytalento.com/talentstreet/noticias/2018/10/11/onboarding-la-importancia-de-generar-un-efecto-wow-en-el-nuevo-empleado/2753/>



Universidad. ECOTEC. (2023, noviembre 24). Buenas prácticas de la Gestión del Talento Humano: Clave de Éxito para el Desempeño de los colaboradores. (En línea). Consultado el 19 de marzo del 2024. Disponible en: <https://doi.org/10.21855/librosecotec.105>



Análisis de la influencia del estrés y su impacto en el desempeño laboral y salud de los trabajadores en las empresas del sur de Gto

Ximena Mascott Ledesma, Ana Valeria Rodríguez Hernández y
Martín Osiel Flores Cerrato.

Facultad de Psicología Organizacional

Plantel Moroleón

RESUMEN

El desempeño laboral es un aspecto fundamental en cualquier entorno laboral, ya que no solo determina la capacidad de un individuo para llevar a cabo sus responsabilidades, sino también su contribución al éxito general de la organización. Además de la eficacia, la calidad y la eficiencia en la ejecución de tareas asignadas, el desempeño laboral abarca una serie de habilidades blandas, como la comunicación efectiva, el trabajo en equipo y la capacidad de adaptación a los cambios.

también facilita la toma de decisiones relacionadas con la asignación de recursos, la capacitación y el desarrollo profesional. Asimismo, proporciona una base objetiva para la identificación de talentos y el reconocimiento del mérito, lo que contribuye a fomentar un ambiente laboral motivador y satisfactorio para todos los miembros del equipo.

“El Departamento de Recursos Humanos juega un papel crucial en la gestión del desempeño laboral al establecer y mantener procesos claros y transparentes de evaluación, proporcionar retroalimentación constructiva y apoyo para el crecimiento profesional de los empleados. Además, el diseño e implementación de sistemas de incentivos y reconocimiento basados en el desempeño laboral puede servir como un poderoso estímulo para aumentar la productividad y el compromiso de los trabajadores.”
(Aldrin Velázquez 2024)

EL DESEMPEÑO LABORAL

Una evaluación exhaustiva del desempeño laboral no solo permite identificar fortalezas y áreas de mejora en cada empleado, sino que

El desempeño laboral no solo es un indicador de la capacidad individual de un empleado, sino también un factor determinante en el éxito y la competitividad de una organización en el mercado. Por lo tanto, su evaluación y gestión adecuadas son esenciales para garantizar el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo de cualquier empresa.

RELACIÓN ENTRE EL ESTRÉS Y EL DESEMPEÑO LABORAL

“La Organización Mundial de la Salud asegura que los principales factores provocadores de estrés laboral en las empresas y sus trabajadores son las extenuantes jornadas laborales, el ritmo de trabajo, las características del puesto (tareas aburridas o actividades monótonas, entre otras), la participación del empleado en toma de decisiones y el manejo del control o autoridad”. (Pluxee 2023)

El estrés puede afectar el desempeño laboral, esto afecta el rendimiento y la capacidad para completar las tareas y funciones asignadas, lo que genera errores de procedimiento y una reducción de la eficiencia, esto puede impactar al resto del equipo de trabajo. Actualmente, grandes estándares sufren de estrés laboral y con un alto índice después de pandemia todo esto debido al recorte de personal que hubo y que teniendo la comodidad por parte de los dueños en cuestión de salarios es más cómodo brindar más actividades a personal ya contratado es decir que la tarea que realizaban 4 personas muy cómodamente se reduce a 2 o incluso 1, esto provocando márgenes de error enormes reduciendo la productividad, y aumentando otros aspectos tales como el ausentismo frecuente, las altas tasas de rotación de empleados y teniendo como consecuencia que la formación de empleados sea más difícil así como el fomento a un buen ambiente laboral.

SUPERACIÓN DEL ESTRÉS LABORAL

A medida que pasa el tiempo el estrés laboral es uno de los temas principales en las zonas ya que es entendible que cada quien elige su nivel de estrés y cómo tomárselo por qué así como puede ser algo extremo y llevarnos al límite en casos determinados, también existe la posibilidad de tener responsabilidad sin dejar de lado que sea un tema de suma importancia pero no a manera de afectarnos física ni mentalmente.

Existen formas inevitables de reducir a llegar a este extremo tales como saber trabajar en equipo, promover la buena alimentación y ejercicio, alentar el descanso y pausas en turnos, administrar el tiempo, creación de planes de trabajo, promover una buena comunicación, etc. Pero también existen cosas que se tienen que respetar como el simple hecho de respetar tu trabajo y saber de decir que no a situaciones que sobre pasen tu trabajo en la empresa como cosas que no correspondan a tu puesto de trabajo inicial.



¿CÓMO MEDIR EL DESEMPEÑO LABORAL?

Para hacer una evaluación completa y adecuada de los empleados es necesario que los programas de desempeño se lleven a cabo por lo menos anualmente. Así, se podrán corregir a tiempo los errores detectados.

La evaluación de desempeño en las empresas depende, generalmente, del departamento de Recursos Humanos que está compuesto por un gerente, el director, técnicos expertos y responsables del área que está a prueba.

“Las pruebas de desempeño se realizan con el objetivo de motivar al trabajador para que de esta manera, disminuyan las malas prácticas y debilidades de la empresa y aumente la productividad laboral”. (Ecoembes, 27 diciembre 2023).

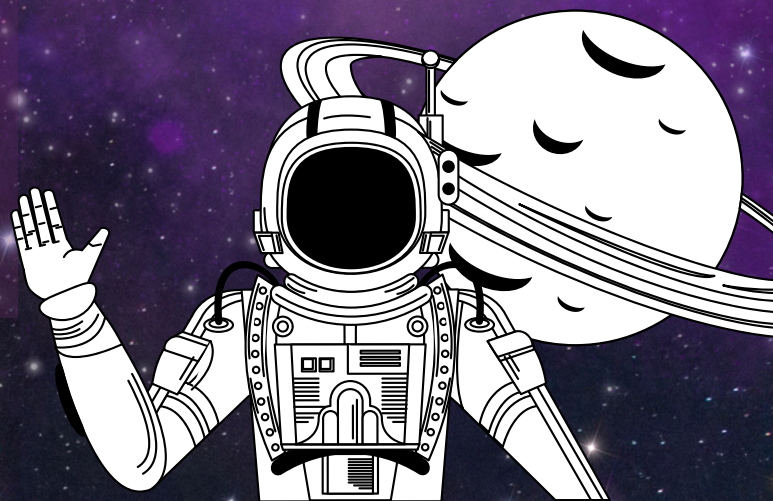
Existen algunos métodos que las empresas llevan a cabo para la evaluación de empleados:

- Programar una reunión cara a cara entre el empleado y el supervisor directo para llevar a cabo una reflexión.

- Control de la calidad del trabajo.
Los empleados que completan las tareas y los proyectos a tiempo cumplen con sus estándares de rendimiento laboral. Controla si las tareas realizadas cumplen las normas, si las actitudes negativas están afectando a la calidad del trabajo o si los empleados saben cómo fijarse objetivos.
- La prueba de desempeño realizada por el jefe del departamento, ya que es quien conoce al empleado y el empeño que pone en las actividades que realiza diariamente.
- Una autoevaluación donde el empleado califica su desempeño y ofrece propuestas para mejorarlo.
- Prueba de desempeño laboral por parte de los compañeros del puesto. Esto ofrece a los directivos la oportunidad de recopilar datos valiosos sobre su personal desde la perspectiva de las personas que trabajan con ellos y tienen una perspectiva diferente. Una revisión por pares debe ser anónima para que el personal pueda expresar sus comentarios e impresiones con honestidad.



- Encuestas para empleados donde califiquen el trabajo del director del área.
- Prueba realizada por el cliente en la que evalúa el trabajo que realizan los empleados con los que trata directamente



CONCLUSIÓN

Abordar el estrés laboral de manera proactiva no solo beneficia a los empleados, sino también a las organizaciones en su conjunto. Un personal menos estresado tiende a ser más productivo, comprometido y saludable, lo que puede traducirse en un mejor desempeño empresarial y una mayor satisfacción laboral.

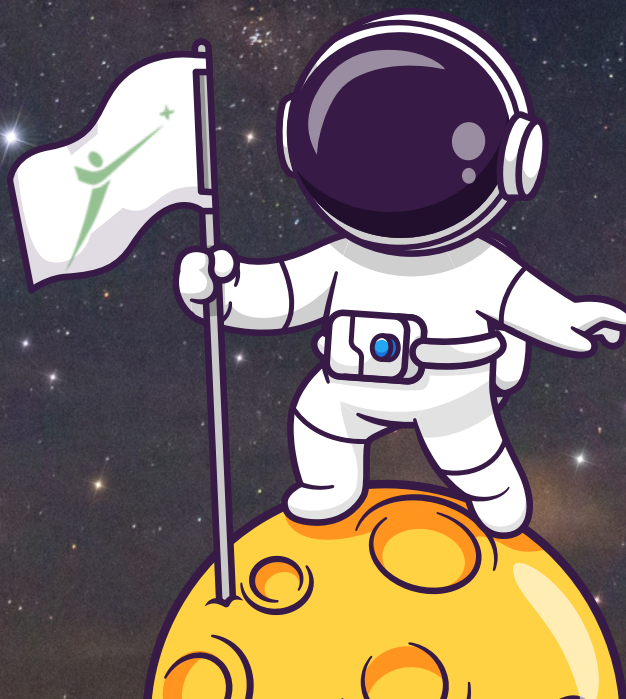
Si bien el estrés laboral puede ser un desafío significativo, entender su naturaleza y tomar medidas para abordarlo puede conducir a entornos de trabajo más saludables y productivos. La clave está en identificar las causas subyacentes y adoptar enfoques preventivos que promuevan el bienestar de los empleados y la prosperidad de la organización.

REFERENCIAS

 Aldrin, Velázquez. (2024). Desempeño laboral: qué es, cómo medirlo y mejorarlo. (En línea). Disponible en: <https://www.questionpro.com/blog/es/desempeño-no-laboral/>

 Ecoembes. (2023). La evaluación del desempeño laboral. (En línea). Disponible en: <https://ecoembesempleo.es/evaluaciondesempeno-laboral/>

 Pluxee. (2023). Efectos del estrés laboral en las empresas y sus trabajadores. (En línea). Disponible en: <https://www.sodexo.com.mx/blog/efectos-delestres-laboral/>



MENTES CONVOCATORIA



REQUERIMIENTOS

- ▶ El tema del artículo es libre, derivado de un proyecto de investigación vigente
- ▶ El escrito debe ser inédito
- ▶ Incluir nombre completo de su autor (es), grado que cursa, facultad y plantel
- ▶ Letra Arial 12 pts. Con un interlineado de 1.5
- ▶ Se sugiere dividir el texto en apartados o secciones con subtítulos en negrita
- ▶ Archivo en procesador de textos de extensión .doc
- ▶ Citas textuales y referencias en estilo APA
- ▶ Las imágenes serán de uso permitido y dando referencia de ellas (gráficos, esquemas, fotografías) se integran en el texto para conocer su ubicación y de igual forma, se envían por separado en archivo formato PNG para su procesamiento y diseño editorial
- ▶ Incluir bibliografía consultada en sistema de citación APA

La Universidad de León por medio del departamento de Investigación, convoca a nuestros alumnos interesados en publicar en la revista semestral **MENTES**.

Favor de enviar al siguiente contacto :



Lic. Carolina Caballero



acaballeroh@universidaddeleon.edu.mx



477-251 05 45 ext. 1610

