

Tema 3. Tópicos integrados a la administración

Introducción

Starbucks es conocido mundialmente por su delicioso café y gran variedad de productos, entre ellos: 2 el café del día (americano), capuccino, expresso americano, café mocha, vainilla latte, frappuccinos, té, jugos, pasteles, emparedados, etc. También es conocido por sus agradables y cómodas tiendas en las que hay acceso a Internet y sillones que te hacen sentir en casa; además hay mesas en las que puedes tener reuniones de trabajo. Por otro lado, es una empresa socialmente responsable que apoya la economía de sus proveedores de café; respeta su cultura y les valora como personas con distinta percepción del mundo. A través de su programa Community Service Programme lleva a cabo, a nivel mundial, acciones para ayudar a comunidades y al medio ambiente.

Es una organización que sirve café en más de 10,000 tiendas en todo el mundo. Con relación a su cultura organizacional busca el crecimiento de sus empleados en todos los sentidos; como se menciona en su página web: “Por 7° año consecutivo Starbucks fue certificado por el Great Place to Work Institute como una de las mejores empresas para trabajar 2013, en la categoría de 500-5,000 colaboradores, obteniendo la posición #14 de un total de 100 empresas que ingresaron al ranking” (Starbucks.com.mx, 2014).

Starbucks es un ejemplo de empresa global con una cultura organizacional sólida y responsable socialmente. A través del estudio de este tema aprenderás sobre estas funciones de la administración.

Subtema 1. La globalización y los cambios en la fuerza laboral

Hace años, adquirir productos extranjeros como textiles, alimentos y productos del hogar sólo era posible viajando hasta el país de origen o pidiéndole a un amigo que te lo enviara, lo cual implicaba un costo considerable. En cambio, ahora esta situación ha cambiado radicalmente, muchos de estos productos o artículos están disponibles en los centros comerciales a precios accesibles, aun siendo importados.

Adicionalmente a la importación y exportación de productos, existen innumerables empresas que operan en muchos países, por ejemplo Mc Donald’s ya vende sus productos en China y eso hubiera sido impensable hace 10 años. BMW construye sus autos en Estados Unidos y es una empresa alemana. Las ventas de Avon son de casi el 80% en el extranjero y es una empresa norteamericana.

Innovación con propósito de vida.

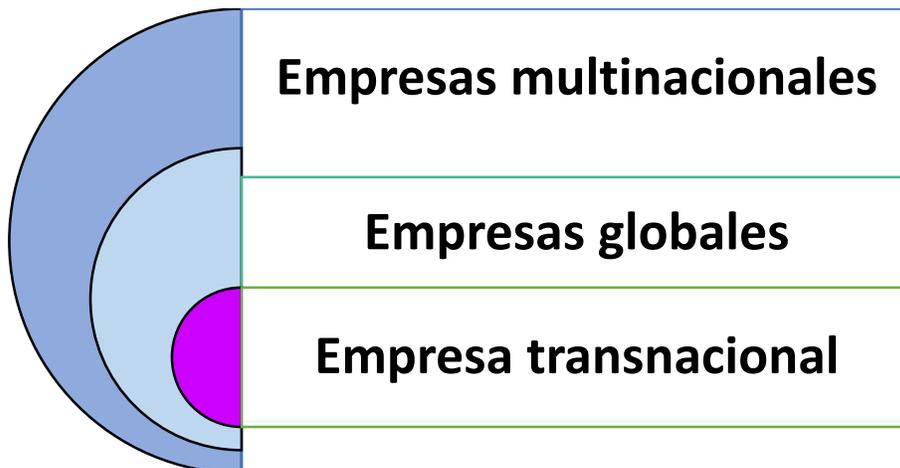
¿Qué es la globalización?



La globalización se da cuando las empresas intercambian bienes y servicios con clientes de otros países o cuando utilizan talento gerencial o técnico más allá de sus fronteras. También pueden ser financieramente globales cuando utilizan fuentes financieras o recursos de procedencia extranjeros.

Para que se lleven a cabo los negocios globales se pueden presentar **diferentes tipos de organizaciones internacionales** y la empresa multinacional que tiene participación en diversos países puede caer en alguna de las siguientes categorías (Robbins, et al., 2013):

Tipos de organizaciones internacionales



- **Empresas multinacionales**
Son empresas que tienen participación en otros países pero donde los dueños no intervienen en las decisiones administrativas. Esto permite a la organización desarrollar sus propias estrategias, dependiendo del país en el que se establezca, adaptándolas al mercado en el que opera pero cumpliendo con los objetivos indicados por la organización.

Innovación con propósito de vida.

El caso de Cemex y sus filiales podría ejemplificar este tipo de empresas donde cada filial puede tomar sus propias decisiones de acuerdo con el país donde se encuentren localizadas y sólo reportan a la central sus progresos.

- **Empresas globales**

Son empresas que en que la administración y todas las decisiones están centralizadas en el país de origen. Este tipo de actividades hace que la empresa origen sea la que desarrolle todos los puntos clave a ejecutar en la organización y por lo tanto, los países en los que se encuentra, solamente se encargan de operar sin tomar alguna decisión. Un claro ejemplo de esto son las tiendas Apple distribuidas en el mundo, que se encuentran siempre dirigidas por su base en California, Estados Unidos.

- **Empresa transnacionales o sin fronteras**

Son empresas que en lugar de definir un país en el que va a operar distribuye en diversos lugares alguna actividad o toma de decisión para que se sientan todos integrados y no piensen que existe una centralización en algún país. La minera Rio Tinto podría ejemplificar este tipo de empresas ya que el poder se encuentra distribuido a lo largo del globo con diferentes actividades, donde cada parte juega un papel importante al momento de tomar decisiones en la misión global de la empresa.

Por ejemplo, IBM ha organizado su operación en grupos industriales en distintos países en lugar de concentrar todo en un solo país.

¿Cómo se vuelven globales las organizaciones?

Para que la empresa pueda expandirse a diversos países tiene diferentes opciones de crecimiento y participación global, veamos la siguiente gráfica ilustrativa:



Adaptado de Robbins, S., Decenzo, D. y Coulter, M. (2013).

Inversión global mínima

En el esquema se puede observar que la opción que requiere de menor inversión global es el **sourcing (outsourcing)** que implica que la empresa va a obtener diversos recursos de otros países pero a precios más económicos y para poder ser más competitivos en general.

Por ejemplo, hay hospitales en Estados Unidos que contratan radiólogos en India para que interpreten sus tomografías computarizadas.

Exportación e importación

Una vez que está en posición de competir a nivel internacional, si se dedica a la producción, entonces continuará con el siguiente paso que será comenzar con la **exportación** de productos incluyendo la fabricación y venta de los mismos para ampliar su conocimiento por el resto del mundo; incluirá el considerar

la **importación** de materiales necesarios para aumentar la eficiencia de la empresa y hacer más competitivos sus precios ante el mercado global.

Ahora que si la empresa está dedicada a un servicio para ofrecer sus productos de manera internacional puede realizarlo por medio de **licencias y franquicias** y mediante acuerdos y contratos de uso de su marca, tecnología o especificaciones de productos y lograr que la empresa sea conocida a nivel internacional. Un ejemplo de franquicia puede ser Subway o KFC. Un ejemplo de licencia sería el permiso de producir una cerveza alemana en México, como sucede con Budweiser.

Inversión global significativa

Como parte de la evolución global la empresa pueden empezar a desarrollar lo que conocemos como **alianza estratégica** con otra empresa para compartir recursos y conocimientos para el desarrollo de nuevos productos, por ejemplo, el caso de la producción de motores para jet de parte de General Electric y Honda. O bien de una **joint venture** (acción donde las dos empresas formarán una nueva para desarrollar un proyecto específico); o si política económica lo permite, entonces la instalación de una **subsidiaria extranjera** que se puede administrar como una organización multinacional o global.

Como puedes observar, independientemente del tipo de participación que desee tener, siempre será un reto ingresar y para que la empresa pueda perseguir sus objetivos es importante tener presente que es necesario evaluar los siguientes factores cuando se trata de **administración en un entorno global** (Robbins, et al., 2013):

Factores de la administración en un entorno global



1. Entorno político-legal

Si las empresas desconocen el entorno político y las leyes del país en el que desean participar, podrían encontrar dificultades al ser diferentes a las del país de origen. La situación política del país es un componente clave para tomar la decisión de permanecer o no permanecer en un país; recuerda el caso de CEMEX en Venezuela.

2. Entorno económico

Aquellos países que están en vías de desarrollo y contemplan la inversión extranjera como un factor clave para el crecimiento de su país darán mayores facilidades de instalación a empresas extranjeras en comparación con aquellos que cuentan con una estabilidad económica. Estos elementos los debes de tomar en cuenta al momento de decidir invertir ya que la empresa podría obtener beneficios que no encontraría en otro lado.

3. Entorno cultural

Culturalmente hablando, para algunas naciones la percepción que los empleados tienen de la organización está relacionada con las tradiciones que ellos van adoptando en la empresa. En algunas culturas la relación entre los diversos niveles de mando es importante; el sentirse parte de la empresa les ayuda a contribuir en el logro las metas, en definir la forma en la que van a colaborar entre ellos, esclarecer cómo se integran los equipos de trabajo y el desempeño que deben de tener. Por esto es imprescindible estudiar este tipo de situaciones que podrían marcar el éxito o fracaso de un establecimiento en el extranjero.

El gran reto de la administración en un entorno global radica en que se deben analizar detalladamente y a profundidad cada uno de los factores para poder tener una visión correcta del escenario y a la vez una participación a nivel global que garantice el éxito de la organización sin importar la locación.

Subtema 2. Responsabilidad social

Responsabilidad social: ¿desempeño y ganancias?

Recientemente habrás notado que en algunos anuncios publicitarios, las organizaciones incluyen un sello con las siglas **ESR**, esto significa que es una **Empresa Socialmente Responsable**, pero ¿qué quiere decir esto?

Para comprender este término partirás de la definición que comparten Robbins, et al. (2013) sobre **responsabilidad social**: “**es la intención de un negocio, más allá de sus obligaciones legales y económicas, para hacer las cosas correctas y actuar de modo que beneficie a la sociedad**”. Esto quiere decir que una empresa en la actualidad no va a estar solamente preocupada por tener ingresos, sino que considerará y estará pendiente de lo que la ley o sus empleados requieran; aquellas empresas que se están comprometiendo con su entorno también favorecen al mismo.

Quizá te preguntes ¿es bueno o malo considerar la responsabilidad?, analiza algunos puntos que evalúan los puntos a favor y en contra:

A favor	En contra
Expectativas públicas: La opción pública apoya a las empresas que persiguen metas económicas y sociales.	Violación a la maximización de utilidades: Las empresas son socialmente responsables sólo cuando persiguen sus intereses económicos.
Utilidades a largo plazo: Las empresas socialmente responsables tienden a tener utilidades a largo plazo más seguras.	Debilitamiento del propósito: Las empresas al perseguir metas sociales diluyen la finalidad principal: la productividad económica.
Obligación ética: Las empresas deben ser socialmente responsables debido a que las acciones responsables constituyen lo correcto.	Costos: Las empresas no cubren sus costos y alguien tiene que pagar por ellos cuando realizan acciones socialmente responsables.
Imagen pública: Las empresas pueden crear una imagen pública favorable si persiguen metas sociales.	Demasiado poder: Las empresas tienen mucho poder ya y si persiguen metas sociales tendrán aún más.

<p>Mejor entorno: La participación de las empresas puede ayudar a resolver problemas sociales difíciles.</p>	<p>Falta de habilidades: Los líderes de empresa carecen de las habilidades necesarias para abordar problemas sociales.</p>
<p>Desalienta una mayor regulación gubernamental: Las empresas al volverse socialmente responsables pueden esperar menor regulación gubernamental.</p>	<p>Falta de rendición de cuentas: Las empresas no cuentan con líneas directas para rendir cuentas por las acciones sociales realizadas.</p>
<p>Equilibrio de responsabilidad y poder: Las empresas tienen mucho poder y es necesaria la misma cantidad de responsabilidad para equilibrar ese poder.</p>	
<p>Intereses de los accionistas: La responsabilidad social mejorará el precio de las acciones de una empresa en el largo plazo.</p>	
<p>Posesión de recursos: Las empresas tienen los recursos necesarios para apoyar proyectos públicos y caritativos que necesiten asistencia.</p>	
<p>Superioridad de la prevención sobre el remedio: Las empresas deben abordar los problemas sociales antes de que se agraven y su solución resulte más costosa.</p>	

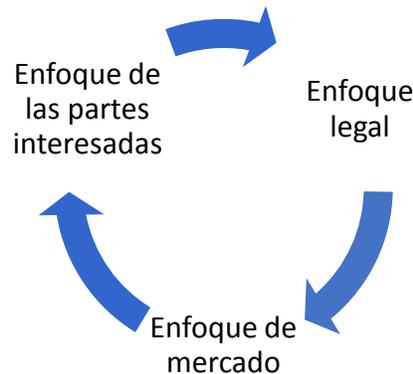
¿A favor o en contra de la responsabilidad? Adaptado de Robbins, S., Decenzo, D. y Coulter, M. (2013).

Piensa en la situación que se presentó en marzo del 2011 para la Estación de Energía Nuclear *Fukushima Daiichi* en Japón debido al azote de un tsunami. De acuerdo con reportes, la empresa no cumplía con los estándares y requerimientos necesarios estipulados por el gobierno nipón, lo que ocasionó una crisis no sólo para la nación japonesa sino a nivel mundial debido al peligro latente que representaba la contaminación por radiación. ¿Consideras que la empresa estaba comprometida socialmente? Sin duda la respuesta sería negativa ya que los reportes apuntan a la falta de mantenimiento, prevención, capacitación y cumplimiento de las normas de seguridad necesarias por parte de la empresa.

Esta catástrofe, considerada como una de las peores del mundo, atrajo sin duda la atención de autoridades a nivel mundial sobre el control del gobierno japonés sobre este tipo de empresas que pueden resultar un peligro mundial.

Ahora la pregunta principal sería ¿es necesario llegar a situaciones extremas para que las empresas apoyen desde ahora a sus empleados, al ambiente, a su país? Partiendo de la necesidad de que las empresas sean más conscientes sobre el efecto que tienen sus ejercicios en el medio ambiente se presenta el concepto de **administración verde**; aunque es un concepto relativamente joven existen diversos enfoques sobre este concepto:

Enfoques de la administración verde



- **Enfoque legal**
Las organizaciones realizan lo que se pide legalmente, cumplen con las normas, leyes y reglamentos. Es la manera más elemental con la que las organizaciones se comprometen en relación a su medio ambiente.
- **Enfoque de mercado**
Las empresas no solamente cumplen con lo que la ley determina sino que además tratan de buscar/producir productos que sean amigables con el medio ambiente.
- **Enfoque de las partes interesadas**
El concepto es un poco más global ya que se espera que se puedan cumplir todas las demandas ambientales que sean presentadas por todas las partes involucradas como son los empleados, proveedores, clientes, gobiernos o la comunidad.

Todos estos enfoques se pueden ver en el día a día de muchas empresas, a diferentes niveles e incluso para diferentes mercados pero sin duda son afectados también en gran parte por la toma de decisiones de la dirección, si impulsar o no a la empresa tras cierto enfoque.

Para finalizar este subtema te compartimos cinco estrategias que los emprendedores pueden emplear para que estos programas de responsabilidad social sean auténticos y poderosos (SoyEntrepreneur Magazine, 2014):

Ideas de crowdsourcing	Utiliza herramientas digitales para comprometer a los empleados a que tengan nuevas ideas. Pregúntales qué quieren que la empresa haga por la comunidad. Luego usa esas opiniones para crear una cultura de responsabilidad social que sea más inclusiva, democrática y participativa.
Haz una lista de tus clientes	Usa las redes sociales, <i>newsletters</i> o publicaciones para generar interés y reunir apoyo. Los consumidores esperan que las empresas carguen todo el peso. Cuando una compañía alinea su misión con la responsabilidad social corporativa, los clientes y socios de negocios se suben al mismo barco. No tengas miedo de pedirles a los otros que se unan a tu causa.
Asóciate con otras organizaciones	Asóciate con las empresas sociales como <i>Odyssey Teams</i> y las organizaciones sin fines de lucro que están usando modelos de negocios agresivos para hacer frente a una serie de problemas.
Combina la filantropía y el entrenamiento corporativo	Inyecta filantropía en los eventos corporativos y en el entrenamiento. Hazlo una parte integral sobre cómo la empresa opera, aprende y crece. No te pierdas de la oportunidad para dar y crecer al mismo tiempo.
Crea algo que dure	Impresiona a tus clientes al crear un programa de responsabilidad social que se sostenga por sí mismo y que sea diseñado para hacer un cambio social significativo en un largo periodo de tiempo.

Subtema 3. Ética organizacional

Cuando en una organización se hacen recortes de personal siempre hay rumores y las personas se ponen ansiosas y temerosas de ser el siguiente en la lista. Algunos de ellos empiezan a cambiar su comportamiento, por ejemplo, si antes era una persona conflictiva ahora es una persona callada y dócil; si antes era un elemento que siempre se vestía mal ahora se preocupa mucho por su arreglo personal; los que antes eran los últimos en llegar y los primeros en irse ahora son muy puntuales en su llegada y los últimos en salir. ¿Crees que esta situación es ética?; si todo mundo lo hace, ¿es ético?

De acuerdo con la definición de Robbins, et al., (2013), “**ética es el conjunto de reglas o principios que definen la conducta correcta o incorrecta**” y están basados en principios, valores y creencias que definen las buenas o malas decisiones y comportamientos.



Las decisiones con base en la ética administrativa

Para comprender mejor cómo se lleva a cabo la toma de decisiones éticas es necesario conocer las tres diferentes **perspectivas éticas**:

Perspectiva utilitaria de la ética	Las decisiones éticas se toman sólo en función de sus resultados o consecuencias. Su meta es proporcionar el mejor bien al mayor número de personas.
Perspectiva de la ética basada en derechos	Las decisiones éticas se toman con el fin de respetar y proteger libertades y privilegios individuales. Su meta es evitar interferir con los derechos de otros que pudieran verse afectados por la decisión.
Perspectiva de la ética basada en la teoría de la justicia	Las decisiones éticas se toman con el fin de hacer cumplir las reglas de manera justa e imparcial. Su meta lograr la igualdad, justicia e imparcialidad en la toma de decisiones.

Perspectivas éticas. Adaptado de Robbins, S., Decenzo, D. y Coulter, M. (2013).

Independientemente de cuál perspectiva sea la más adecuada, las personas tomarán decisiones con base en su experiencia, la cuestión ética a la que se enfrente, personalidad, cultura organizacional, etc. y también con base en ciertos **factores** que determinan comportamientos éticos e inmorales, entre estos se encuentran los siguientes (Robbins, et al., (2013).

Factores que determinan comportamientos éticos e inmorales

Etapas	Descripción/subetapas	Descripción
Etapas de desarrollo moral	Las personas pueden ser afectadas en su comportamiento ético dependiendo de influencias externas y del punto de vista de cada uno de los individuos; se pueden identificar diversas etapas:	<ul style="list-style-type: none"> • Preconvencional: para que una persona haga las cosas de manera correcta o incorrecta dependerá de las consecuencias que conlleve para él ante un medio externo. Por ejemplo, dentro de los bancos, los responsables de caja entregarán el dinero completo si de ello depende el recibir su salario completo. • Convencional: se tienen estándares separados

		<p>entre lo que la persona espera y lo que el resto de las personas o el grupo espera de ella. En este caso se requiere simplemente cumplir con las expectativas del resto, la razón por la que hay empleados que aunque no están de acuerdo con el comportamiento o acciones de otros empleados, realizan las mismas actividades para no tener problemas con el resto.</p> <p>Principios: independientemente de la opinión de las autoridades con las que colaboran, cada uno de los individuos define sus valores morales.</p>
Características individuales	<p>Las personas tienen sus propios valores con los cuales cada una está convencida sobre lo que es o no correcto; al momento en el que ingresan en la organización los individuos irán definiendo si cambiará o no sus valores dentro de la organización. Por ejemplo, las personas que son invitadas o presionadas para realizar un fraude y prefieren, retirarse de la empresa siguiendo sus principios en vez de los de la organización.</p>	
Variables estructurales	Enfoque contemporáneo	<p>La teoría de sistemas considera que la organización está integrada por diversas partes, las cuales están interrelacionadas entre sí y pueden o no ser afectadas por el medio ambiente interno o externo.</p>

Innovación con propósito de vida.

		También considera el enfoque de contingencias que parte de que cada empresa es diferente, enfrenta diversas situaciones y requiere una dirección acorde a la organización.
	Cultura de la organización	La cultura organizacional se transmite a diversos niveles por lo que las personas pueden saber lo que se espera de ellas en la organización.
	Intensidad del problema	El impacto que tienen las acciones que se realizan dentro de una organización es importante dimensionarlo; por ejemplo, colaborar en algún fraude dentro de la organización contra llevarse algún artículo de oficina a su casa; ambos actos tendrán sus consecuencias y un impacto dentro de la organización.

Factores que determinan comportamientos éticos e inmorales. Adaptado de Robbins, S., Decenzo, D. y Coulter, M. (2013).



Desde el punto de vista ético, todos estos factores están siempre presentes en toda toma de decisiones, para cada actividad dentro de la organización, y así mismo cada decisión tendrá efectos y consecuencias (positivas o negativas) que afectarán a la empresa. Es vital que los colaboradores y gerentes midan estas consecuencias para poder tomar las opciones más adecuadas y éticamente correctas ya que también la

Innovación con propósito de vida.

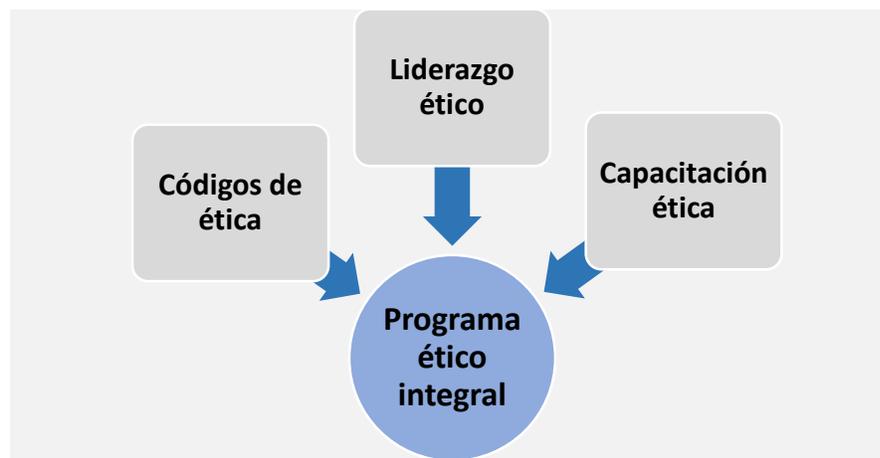
magnitud de las consecuencias
juegan un papel importante para
la empresa y quien toma la
decisión.

¿Cómo pueden promover los gerentes la conducta ética?

Hemos revisado las perspectivas y factores que influyen en la forma en la que las personas toman decisiones éticas dentro de la organización (y también fuera de ella), y es un hecho que la ética es un término muy ambiguo pues está afectado por términos intangibles que es muy difícil medir y muchas veces identificar. Debido a esto es importante que las organizaciones promuevan el comportamiento ético entre sus miembros, situación que debe de iniciar en la cima; esto se puede hacer a través de liderar con el ejemplo, ligar las metas con la evaluación del desempeño; contratar personal con altos y comprobables estándares éticos, etc.; sin embargo estos esfuerzos no son suficientes. Es necesario crear un **programa ético integral**.

A continuación te presentamos **tres formas en las que se puede crear este programa**:

Formas para crear un programa ético



1. Códigos de ética	Los valores fundamentales de una organización y las reglas éticas que espera sigan gerentes y empleados no gerenciales se expresan en un documento formal. Debe ser muy específico como para guiar a los miembros de la organización en lo que se supone deben hacer pero lo
----------------------------	--

	<p>suficientemente generales como para permitir la libertad de criterio. Su eficacia depende de si la gerencia los apoya e inserta dentro de la cultura corporativa y del trato que se dé a quienes los infrinjan.</p>
2. Liderazgo ético	<p>Los líderes deben de ser un modelo ético a seguir en palabras y acciones dentro y fuera de la organización. Implica:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser un buen modelo a imitar por ser ético y honesto. ✓ Decir siempre la verdad. ✓ Evitar ocultar o manipular información. ✓ Estar dispuesto a admitir las propias fallas. ✓ Compartir sus valores personales comunicándolos con frecuencia a los demás empleados. ✓ Enfatizar los valores compartidos importantes de la organización o del equipo. ✓ Utilizar el sistema de recompensa para que todos rindan cuentas con respecto a los valores.
3. Capacitación ética	<p>Las empresas llevan a cabo seminarios, talleres y programas de capacitación en los que promueven el comportamiento ético. Por ejemplo, Yahoo tiene un módulo de capacitación de 45 minutos donde informa sobre el código de conducta de la empresa y ofrece recursos para ayudar a los empleados a entenderlo.</p>

Creación de un programa ético integral. Adaptado de Robbins, S., Decenzo, D. y Coulter, M. (2013).

La globalización, la responsabilidad y la ética organizacional son temas muy amplios y aunque pueden parecer no interrelacionados, lo están íntimamente ya que si consideramos que la responsabilidad social tiene que ver con el cuidado de nuestro mundo, un mundo sin fronteras, pero con distintas percepciones de la realidad, entonces podemos sumar la ética a la ecuación y conducir a la organización por el camino de la búsqueda de utilidades pero también del bienestar.

El siguiente tema trata sobre la toma de decisiones, una actividad fundamental del gerente.

¡Quiero más!

Para conocer sobre la responsabilidad social te invitamos a ver este video titulado **¿Qué es una Empresa Socialmente Responsable? Con 4.27 min. de duración** en: <http://www.youtube.com/watch?v=6uPez79NH3M>

Innovación con propósito de vida.

Para aprender más sobre el tema de la globalización te recomendamos leer el artículo: **“Consejos para saber cómo elegir una franquicia”** en:

<http://www.gestion.org/economia-empresa/32184/consejos-para-saber-como-elegir-una-franquicia/>

Para aprender más sobre el tema de la globalización te recomendamos leer el artículo: **“Alianza de multinacionales para crear cien grandes empresas en cinco años”** en:

<http://www.expansion.com/2014/05/28/empresas/1401310541.html>

Para aprender más sobre el tema de la ética empresarial te recomendamos leer el artículo: **“Definición y enfoque de la ética empresarial”** en:

<http://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/297-definicion-y-enfoque-de-la-etica-empresarial.html>

Para aprender más sobre el tema de la ética empresarial te recomendamos leer el artículo: **“Smith abandona Wall Street”** en:

<http://www.expansion.com/2012/03/16/opinion/1331896502.html>

Mi Reflexión

En este tema abordamos los conceptos de globalización, responsabilidad social y ética empresarial; ¿qué piensas de la globalización?, ¿eres pro o contra?, ¿es justo que las organizaciones busquen la forma de retribuir un poco de lo mucho que obtienen de su mercado a través de acciones sociales?, ¿es la ética una cuestión que se debe de aprender en casa o es posible producirla en la organización?

Bibliografía

Hensley, L. (23 de abril de 2014). *Apuesta por la responsabilidad social*. SoyEntrepreneur Magazine. Recuperado de la base de datos: Infolatina.

Robbins, S., Decenzo, D. y Coulter, M. (2013). *Fundamentos de Administración* (8ª ed.). México: Pearson Educación.

Robbins, S. (2009). *Administración* (10ª ed.). México: Pearson Educación.

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACION SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.