

isum

notas

**ISUM rinde homenaje
a la excelencia
académica**

**Adiestramiento
y capacitación
en el siglo XXI**

**Ocho
tendencias
en tecnología**

**Emily Gómez:
una estudiante
Magna Cum Laude**

*Feliz Navidad 2025
y
Próspero Año 2026!*



Consejo Superior

Diego Fernández Tinoco
Presidente

Beatriz Abelli
Vicepresidente

Alexandra Padrón de Fernández
Directora

Armando Gil
Director

=====

Director
M.Sc. Richard Wildt

Sub-Directora Académica
M.Sc. Sonia León

Sub-Directora Administrativa
Lic. Yacqueline Hernández

Jefe de Dpto. de Admisión, Evaluación
y Control de Estudios
M.Sc. Alexander Romero

Jefe de Unidad de Bienestar,
Cultura y Deportes
Lic. Edgar Duarte

Jefa de Planificación
y Desarrollo Institucional
Dra. Arellys Hernández

Jefa del Dpto. de
Recursos Humanos
Lic. Yuri Algarín

Coordinadora Académica
M.Sc. María Eugenia Oropesa

Coordinadora de
Trabajo Especial de Grado
Prof. Mary Aguirre

Coordinador de Pasantías
e Inserción Laboral Social
M. Sc. Joel Mendoza

Coordinadora de
Servicio Comunitario
Lic. Dinorah Valecillos

Coordinadora del Centro
de Extensión Universitaria
M.Sc. Haydeé Cárdenas

Coordinadora Turno Diurno
Prof. Claritza García

Coordinadora Turno Nocturno
Prof. Myldred Guillén

Coordinador Turno Nocturno
con Apoyo Tecnológico
Dr. Ramón Carmona

Coordinadora de Mercadeo
MBA. María Antonieta Aular

=====

ISUM notas

Prof. Angel García Buttó
Director
Diseño y Diagramación



Hagamos juntos academia y sigamos construyendo conocimiento

Desde la Dirección del Instituto Universitario de Mercadotecnia ISUM, me complace presentar la tercera edición de **ISUM notas**, una publicación que consolida nuestro compromiso con la excelencia y nos proyecta ante la sociedad como un instituto de prestigio, actualizado y en constante evolución.

Esta entrega es un testimonio vibrante de nuestra capacidad para interpretar los tiempos modernos. En sus páginas, el lector hallará un recorrido intelectual fascinante que abarca desde los dilemas éticos de la Inteligencia Artificial y la reinvención del retail físico, hasta la seguridad del Blockchain, pasando por el análisis conductual desde la neurociencia y los hábitos financieros de la Generación Z.

La materialización de este esfuerzo editorial ha sido posible gracias al talento y la dedicación de nuestros estimados profesores y amigos aliados,

cuyo apoyo incondicional agradezco profundamente; su aporte es fundamental para elevar el nivel de nuestra discusión académica.

De cara al futuro, extiendo una entusiasta invitación a toda la Comunidad Isumista a sumarse activamente a la construcción de la próxima edición; sus investigaciones son el insumo vital de nuestro crecimiento académico.

Al encontrarnos en las postrimerías de este 2025, y ante la inminente llegada de nuestras muy merecidas vacaciones colectivas, deseo reconocer el arduo trabajo realizado. A quienes laboran por engrandecer al ISUM y a sus familias, les deseo unas felices fiestas decembrinas y un próspero año nuevo, colmado de salud y paz.

Prof. Richard Wildt
Director

254 reconocimientos a promedios superiores a 18 puntos El ISUM rinde homenaje a la excelencia académica

El viernes 24 de octubre, el Instituto Universitario de Mercadotecnia (ISUM) rindió homenaje a un grupo de estudiantes de indiscutible compromiso con los estudios. Este grupo de jóvenes de las cortes 2025-1 y 2025-2 fueron merecedores de 254 reconocimientos por obtener promedios que van desde los 18.000 hasta 19.92 puntos.

El promedio más alto lo logró Luis Carapaica de Informática con 19,92 puntos. En Mercadotecnia, el mayor puntaje lo obtuvo Cielimar Chávez con 19,85; en Administración de empresas, el promedio más alto fue para Eleannerid Lujano con 19,48 puntos, y en Contaduría, Jhoneylis Villareal con 19,15.

Esta actividad no solo sirve para apoyar a quienes demuestran con su práctica estudiantil que sí se puede, sino también al resto del estudiantado para que sigan el ejemplo de sus compañeros. ¡Felicitaciones! **AGB**



**¡19,92 puntos!
El promedio más alto
lo obtuvo Luis Carapaica**

En el reciente acto de entrega de reconocimientos por excelencia estudiantil, el nombre de Luis Carapaica, estudiante de Informática que destacó por ser el de mayor promedio: 19,92.

- **¿Qué crees fue lo que más te ayudó?**
- Siento que mi experiencia previa en otra universidad que me ayudó, así como el trabajo en equipo con mis compañeros de estudio.

Aunque inicialmente estudió Arquitectura en la Universidad Central de Venezuela (UCV), pronto Carapaica aclaró sus ideas y decidió que la Informática era lo suyo.

AGB



Adiestramiento y capacitación en el siglo XXI: inversión estratégica enfocada en las competencias

El adiestramiento y capacitación en el siglo XXI ha experimentado una profunda transformación, impulsada por la vertiginosa revolución tecnológica, la globalización y la necesidad de una adaptación constante al cambio. Ya no se trata de una educación estandarizada o de un mero proceso de transferencia de información, sino de una inversión estratégica enfocada en el desarrollo de competencias y la preparación del talento para los desafíos del futuro.

Este enfoque ha virado hacia el desarrollo de las denominadas "Habilidades del Siglo XXI", esenciales para prosperar en el Nuevo Orden Mundial. Entre ellas se destacan la creatividad, el pensamiento crítico, la comunicación efectiva, la colaboración (trabajo en equipo multidisciplinario) y la agilidad. Estas habilidades blandas y cognitivas, junto con las competencias digitales, la inteligencia emocional y la capacidad de adaptación, son cruciales para darle sentido y utilizar de forma inteligente la información disponible y para afrontar la inminente automatización y la inteligencia artificial.

Las tendencias actuales de capacitación se centran

en el desarrollo de competencias específicas, la programación neurolingüística. La capacitación continua se ha convertido en un imperativo, no solo para mejorar la productividad y la innovación, sino también para fortalecer la retención del talento y la resiliencia organizacional.

El reto es pasar de un "cambio de primer orden" (ajustes superficiales) a una "transformación de segundo orden" (cambios cualitativos profundos). Esto implica rediseñar las metodologías de enseñanza-aprendizaje, poniendo énfasis en el desarrollo del espíritu crítico y la imaginación. Se busca un egresado que tenga una formación con un sentido humanístico, que atienda a la dimensión del ser en el contexto laboral, permitiendo a los individuos liberar todo su potencial y mantenerse a la vanguardia en un entorno que exige aprendizaje y desaprendizaje permanente.

La clave del éxito radica en capacitar a los colaboradores para que se sientan cómodos con la comunicación global e intercultural y sean agentes activos de la transformación a través del tiempo.

Prof. Daniel De La Cruz

Exploración metafísica del tiempo, los precios y la NIC 29: una sinfonía contable en economías hiperinflacionarias



En el vasto escenario de la contabilidad internacional, pocas normas despiertan una reflexión tan profunda como la *Norma Internacional de Contabilidad N° 29 (NIC 29)*, también conocida como NIC 29 en algunos países latinoamericanos. Esta norma, diseñada para enfrentar los desafíos de las economías hiperinflacionarias, no solo plantea exigencias técnicas para la reexpresión de estados financieros, sino que también invita a una meditación más profunda sobre el papel del *tiempo* y los *precios* como constructos que atraviesan la realidad económica y contable. Desde una perspectiva metafísica, el tiempo ha sido objeto de reflexión desde Heráclito hasta Heidegger. En contabilidad, sin embargo, el tiempo se traduce en *periodos, fechas de corte, valores históricos y proyecciones*. Pero ¿qué ocurre cuando el tiempo deja de ser lineal y se convierte en una espiral de incertidumbre, como sucede en economías hiperinflacionarias?

La NIC 29 reconoce que en contextos de inflación extrema, el tiempo contable pierde su capacidad de representar fielmente la realidad económica. Un activo adquirido hace seis meses puede haber perdido el 80% de su valor adquisitivo, no por deterioro físico, sino por erosión monetaria. En este sentido, la norma obliga a reexpresar los estados financieros para que reflejen el poder adquisitivo corriente,

como si intentara detener el tiempo y congelar el valor en un instante de lucidez contable.

Conceptualmente, esto implica que el tiempo deja de ser un simple eje cronológico y se convierte en un *factor de distorsión*. La contabilidad tradicional, basada en el costo histórico, presupone una estabilidad temporal que no existe en economías hiperinflacionarias. La NIC 29, entonces, introduce una nueva dimensión: el tiempo como variable que debe ser ajustada, reconfigurada y reinterpretada. Los precios, en teoría económica, son el resultado de la interacción entre oferta y demanda. Pero en contextos de hiperinflación, los precios se convierten en espejismos: suben no por escasez o abundancia, sino por la pérdida de confianza en la moneda. El precio deja de ser un indicador de valor y se transforma en un síntoma de descomposición económica.

La NIC 29 exige que los estados financieros sean reexpresados utilizando un *índice general de precios*, lo que implica reconocer que los precios individuales ya no son confiables por sí solos. Esta reexpresión busca devolverle al precio su capacidad de representar valor, pero lo hace desde una perspectiva técnica que reconoce su volatilidad y su carácter ilusorio.

Ocho tendencias actuales en tecnología que están impactando nuestra vida

Estas son las ocho (8) tendencias que están moldeando el futuro de la tecnología y su aplicación en diversas industrias, impactando cómo vivimos y trabajamos.

Inteligencia artificial

- Agentes IA: Diseñados para realizar tareas y lograr objetivos de forma autónoma, utilizando el razonamiento y la toma de decisiones para actuar en nombre de un usuario o sistema.
- IA generativa: Herramientas como ChatGPT y DALL-E están revolucionando la creación de contenido.
- Análisis predictivo: Uso de IA para prever tendencias y comportamientos del consumidor.

Computación en la nube

- Nube híbrida y Multinube: Combinación de servicios en la nube pública y privada para mayor flexibilidad.
- Edge Computing: Procesamiento de datos más cerca de la fuente para reducir la latencia y mejorar el rendimiento.

Ciberseguridad

- Protección avanzada: Implementación de soluciones de ciberseguridad robustas debido al aumento de amenazas.
- Zero Trust: Modelo de seguridad que asume que las amenazas pueden estar dentro y fuera de la red.

Internet de las Cosas (IoT)

- Dispositivos conectados: Aumento en la adopción de dispositivos inteligentes en hogares y empresas.
- Smart Cities: Implementación de tecnologías IoT para mejorar la infraestructura urbana.

Blockchain y Criptomonedas

- Finanzas descentralizadas (DeFi): Innovaciones en servicios financieros que eliminan intermediarios.
- NFTs: Creación y comercio de activos digitales únicos en diversas plataformas.

Realidad Aumentada (AR) y Realidad Virtual (VR)

- Experiencias inmersivas: Uso en entretenimiento, educación y formación profesional.
- Metaverso: Desarrollo de entornos virtuales donde las personas pueden interactuar y llevar a

actividades.

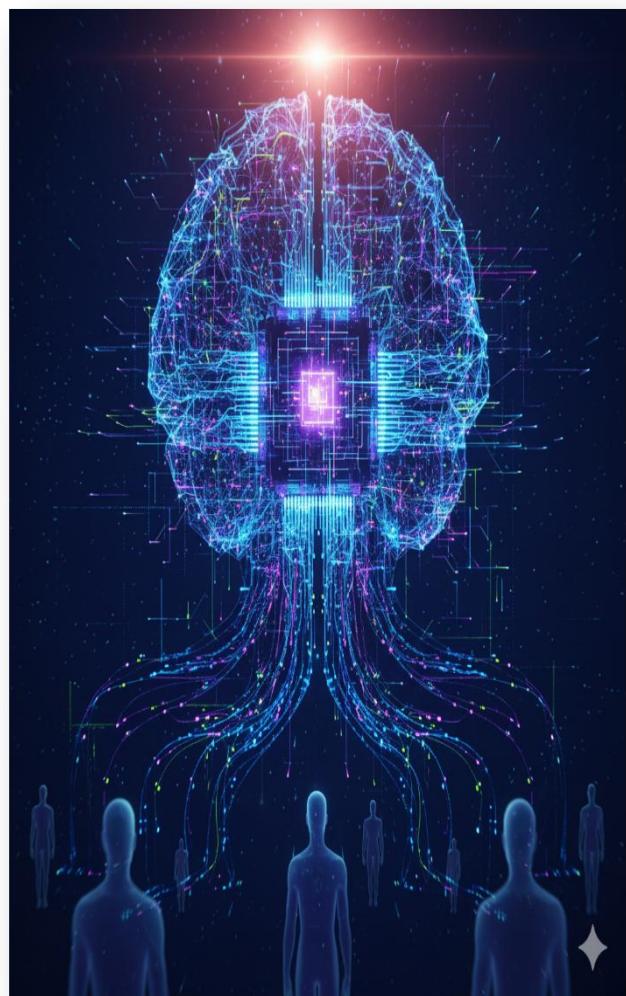
Sostenibilidad y tecnología verde

- Energías renovables: Inversión en tecnologías sostenibles y energías limpias.
- Tecnologías de reducción de residuos: Innovaciones para minimizar el impacto ambiental.

Salud digital

- Telemedicina: Aumento en el uso de servicios de salud a distancia.
- Wearables: Dispositivos que monitorizan la salud y el bienestar del usuario en tiempo real.

Prof. Luis Piña





La Dopamina reacciona ante las redes sociales

La dopamina es un neurotransmisor estrechamente relacionado a las redes sociales, el movimiento, el placer y la recompensa son los motores que impulsa a reaccionar y dar esa respuesta de me gusta, enviar un mensaje directo o tomar una decisión acerca de una marca, producto o servicio.

Este mensajero químico al liberarse lleva a los usuarios de las redes bienestar y la búsqueda de experiencias placenteras, es por ello que cada día se ven más marcas corporativas o personales que acuden a las redes sociales para satisfacer a sus usuarios, convertirlos en clientes leales y mantenerlos adictos a ellos.

El alcance de las redes sociales y su versatilidad permite que la dopamina juegue un papel bidireccional, esta motivación o placer la sufre el usuario y la marca que se vale de las redes para desarrollar este sistema de recompensa instantáneo.

Las redes sociales representan ese medio que lleva el mensaje que se descargará en los cerebros de los emisores y receptores activando esa química que se traducirá en respuestas

motivadoras y placenteras, creando un ciclo de gratificación, fomentando el uso compulsivo de estos medios.

Ante este ciclo de gratificación donde la información de productos y servicios viajan sin descanso, mantiene en contacto a oferentes y demandantes activos, dando respuestas a los placeres que son saciados por imágenes, textos, eslógans, personas influyentes o la expectativa de las próximas publicaciones para seguir interactuando.

Si bien es cierto que la publicidad en medios digitales, en este caso redes sociales, es efectiva por alcance y capacidad de respuesta, así como también su influencia, todos aquellos que hacen uso de ellas como oferentes o demandantes, deben medir el impacto del mensaje enviado-recibido e influencia que este puede causar tanto positiva o negativamente, porque la dopamina entra en este ciclo causando efectos tan adictivos que pueden jugar en contra de la salud mental, física de los usuarios, como la salud de las marcas, productos o servicios.

Prof. Delia Márquez Fermín

Hace falta personal capacitado La calidad en el servicio

Tuve la oportunidad de conocer de primera mano la apreciación del presidente de una empresa de servicios dedicada a los sistemas tecnológicos, en el área de acondicionamiento ambiental (aire) y energía eléctrica, para apoyo o soporte a las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), los procesos industriales, entre otras.

La empresa poseía una certificación otorgada por la Organización Internacional de Normalización o Estandarización (ISO) que se dedica a la creación de estándares para el aseguramiento de la calidad, seguridad y eficiencia de productos y servicios, para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, llamados Normas ISO, que la acreditaba en una de sus líneas de negocio en cuanto a procesos de diseño, proyectos, ingeniería, instalación y mantenimiento, correspondiente específicamente a la Norma ISO 9001, relacionada con sistemas de gestión de la calidad (SGC) que procura procesos de "clase mundial".

Esta empresa fue adquirida, junto a un grupo de otras empresas de diferentes características, por una empresa de ingeniería, procura y construcción que creó una división especializada en el área de telecomunicaciones, y posteriormente pasó a formar parte de una organización transnacional líder mundial en tecnología, software e ingeniería.

Este ejecutivo, presidente de la empresa en cuestión, indicaba que en un mercado tan competitivo, donde los productos no se diferencian de forma significativa en cuanto a su calidad y los beneficios que permiten o prestan, el elemento diferenciador era el servicio ofrecido por quienes comercializan los productos u ofrecido en relación a los productos.

En este orden de ideas, debe existir personal capacitado para la prestación de servicios, dentro de los posibles ámbitos relacionados con cada producto, como el diseño de sistemas, la elaboración de proyectos, los estudios de factibilidad, la investigación de mercado, los planes de comercialización, la instalación, el mantenimiento, entre otros.

Prof. Moisés Lara Fernández



isum

Carreras

El ISUM le ofrece a toda la comunidad estudiantil, cinco importantes opciones universitarias:

- Mercadotecnia (menciones Comercialización, Publicidad, y Ventas).
- Administración de empresas (menciones Recursos humanos, y Organización y sistemas).
- Contaduría.
- Informática.
- Gestión fiscal y tributaria.

Inscríbete en el ISUM. Tenemos turnos diurnos, nocturnos, multimodal y sabatinos. Todo para tu mayor comodidad.

Contacto: 0424-1519291

¡Tu formación académica es importante para nosotros!



El lenguaje de los estudiantes universitarios en la Venezuela de hoy

El lenguaje que cotidianamente utilizan los estudiantes universitarios en nuestro país podemos observarlo desde diferentes variables. Algunas de estas variantes son la constante evolución natural del idioma, el entorno cultural y la influencia abrumadora de las redes sociales.

Existe también una realidad cultural y económica, asociada al lenguaje, como podemos apreciar en términos como tengo que echarle pichón, un mata tigre, una chamba, vocabularios relacionados a una realidad propia de la sociedad venezolana. Este tipo de lenguaje informal es muy trivial escucharlo en los diálogos comunes.

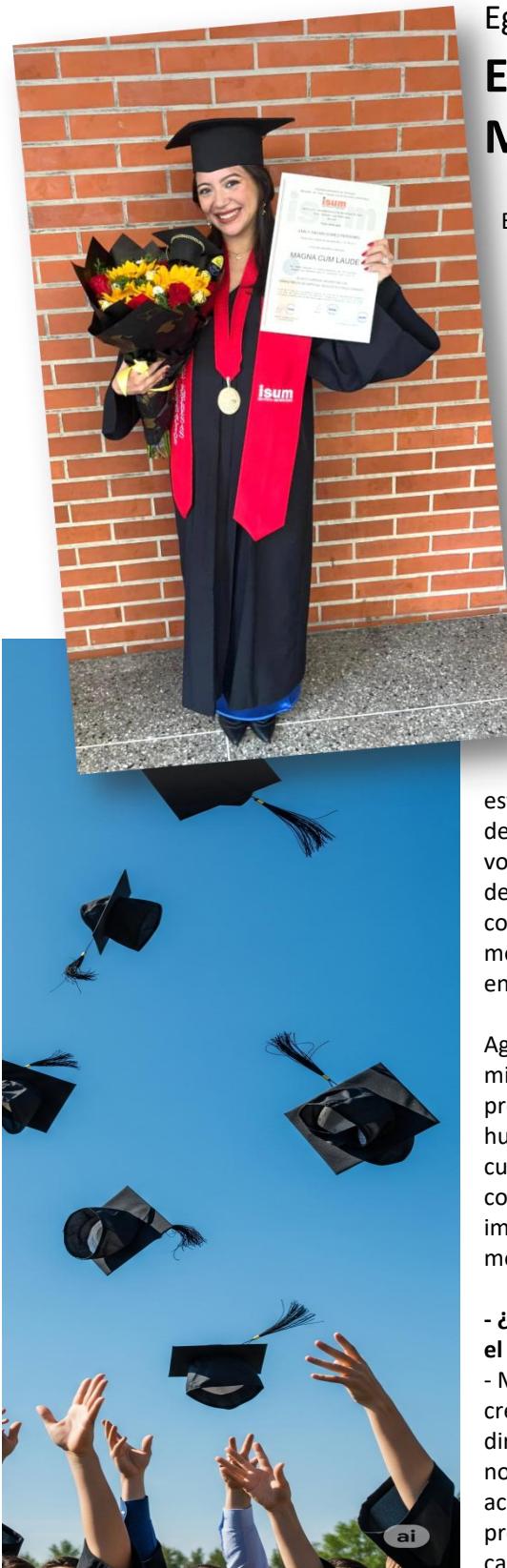
También está la jerga específica de la utilidad del uso del lenguaje que está relacionada con las diferentes carreras universitarias. Por ejemplo, los médicos tienen que bajar su nivel de vocabulario al referirse a un paciente. El galeno debe tener la capacidad de hacerse entender con lo que desea transferirle a su interlocutor, ya que es de suponer que un paciente tiene otro nivel en su código

léxico.

Una de las características más prominentes es la interconexión con la jerga popular y las redes sociales; términos como pana, chévere, burda se entrelazan sin esfuerzo con expresiones más contemporáneas, como las utilizadas en la comunicación en redes sociales, o el uso de anglicismos adaptados, a menudo influenciados por la música, series, el cine. La inmediatez de la comunicación digital ha acelerado la adopción de neologismos, es decir, el uso de nuevas palabras incorporadas al lenguaje del hablante.

En conclusión, el uso del buen vocabulario es fundamental para que el estudiante logre consolidar su conocimiento, decodificar y tener pensamientos críticos. También es importante que el estudiante sea capaz de poder discernir lo que lee, por eso es vital para los jóvenes académicos que se motiven a leer dado que un vocabulario elevado se consolida con buenos hábitos de lectura.

Prof. Elio José Quintero



Egresó del ISUM en agosto pasado

Emily Gómez: una estudiante Magna Cum Laude

El pasado 22 de agosto, el Instituto Universitario de Mercadotecnia (ISUM) se vistió de gala con la realización de su XXX Acto de Grado. En esta ocasión en que egresaron a 181 nuevos profesionales (108 mujeres y 73 hombres), el nombre de Emily Dayan Gómez Perdomo destacó al ser merecedora por su 19,16 del diploma Magna Cum Laude en su desempeño académico.

A sus 24 años de edad, esta joven recuerda que inicialmente quería estudiar Educación, pero pronto descubrió que su verdadera vocación era la Administración de Empresas gracias a los consejos de su esposo (en ese momento su novio), egresado en Contaduría del ISUM.

Agrega Gómez que “existen millones de razones para ser profesional de Recursos humanos y trabajar por la gente, cuidar su salud, mejorar las condiciones laborales e impulsar planes de mejoramiento”...

- ¿Cómo fue tu experiencia en el ISUM?

- Mi paso por el ISUM me hizo crecer como persona, bajo la dirección de mis profesores que no solo me formaron académicamente, sino como un profesional con sentido y calidez humana. Fue un proceso

desafiante y retador, pero lo disfruté. Estudiar y trabajar al mismo tiempo no es para nada fácil, pero siempre llevaré en mi corazón el recuerdo de cómo mientras corría al trabajo seguía practicando mis lecciones o como en mi tiempo libre hacia tareas.

- ¿Cómo se logra ser una estudiante excelente?

- El mejor impulso para lograr ser un estudiante excelente es amar lo que haces. Una frase que me representa mucho es "Un día sin aprender algo es un día perdido"; por eso, ser constantes y comprometidos con nuestro propio desarrollo siempre será la base para grandes logros. Construye tu propio camino siendo humilde, aprende de tus mentores, escucha el consejo de quienes te inspiran y cuando logres tus metas y seas grande, nunca olvides cuando no sabías nada.

Pero el proceso académico de Emily no está concluido; quiere culminar su licenciatura en Administración, estudiar Psicología y quizás Educación, preparándose “para ser un agente de cambio para la sociedad venezolana. Quiero transformar la creencia de que el personal de Recursos humanos son malas personas. Quiero ser recordada como una persona noble y profesional que pudo ayudar a muchos y marcó sus vidas de manera positiva”.
AGB

DICIEMBRE 2025

iSum



Página web:
www.isum.com.ve



Instagram: [@isum.com.ve](https://www.instagram.com/@isum.com.ve)



Facebook: ISUM-Instituto
Universitario de Mercadotecnia



WhatsApp: +58 424-1519291



Tik Tok: [@isum.com.ve](https://www.tiktok.com/@isum.com.ve)