



UNIVERSIDAD
LA SALLE

NUMERO 3
AÑO - 2011

INNOVA

INGENIERIA
COMERCIAL



ISO 9001

icontec
Internacional

CO-SC-CER136470



hacia la gestión de la calidad.....

INDICE

EL MARCO LÓGICO ES UNA REACCIÓN FRENTE A TRES PROBLEMAS	5
BÚSQUEDA DEL PRIMER EMPLEO	8
MINERÍA DE DATOS Y LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LAS EMPRESAS COMO HERRAMIENTA INTELIGENTE COMPETITIVA	9
¿SALARIO INSUFICIENTE O CANASTA FAMILIAR INALCANZABLE?	10
LA ESTRUCTURA DE MERCADO MÁS INSÓLITA (FERIA 16 DE JULIO-EL ALTO)	12
CONFUSIÓN: ENTRE LO NATURAL, ORGÁNICO ECOLÓGICO Y OTROS	13
LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES TAMBIEN SE ENFERMAN	16
DE LA CRISIS SUBPRIME A LA CRISIS DE DEUDA GLOBAL	18
HERRAMIENTAS PARA EL CONTROL DE CALIDAD	19
SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN	22
DE LA ESTRATEGIA DE LA PLANIFICACIÓN A LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA - APUNTES SOBRE LA EXPERIENCIA BOLIVIANA.	23
ACTIVIDADES DE LA CARRERA	27

EL MARCO LÓGICO ES UNA REACCIÓN FRENTE A TRES PROBLEMAS

M.A Lic. Miguel Arenas
unomaav@hotmail.com

El Marco Lógico es una reacción frente a tres problemas:

- Planificación imprecisa y objetivos múltiples no relacionados con las actividades
- Proyectos fracasados y sin clara responsabilidad gerencial
- Metas poco claras y sin base objetiva para comparar, al menos, lo planeado con los resultados

El Marco Lógico es un instrumento de Formulación, Gestión y Evaluación de Proyectos, que parte del entendimiento del ciclo de vida de los proyectos, tal como se describe en la siguiente figura:

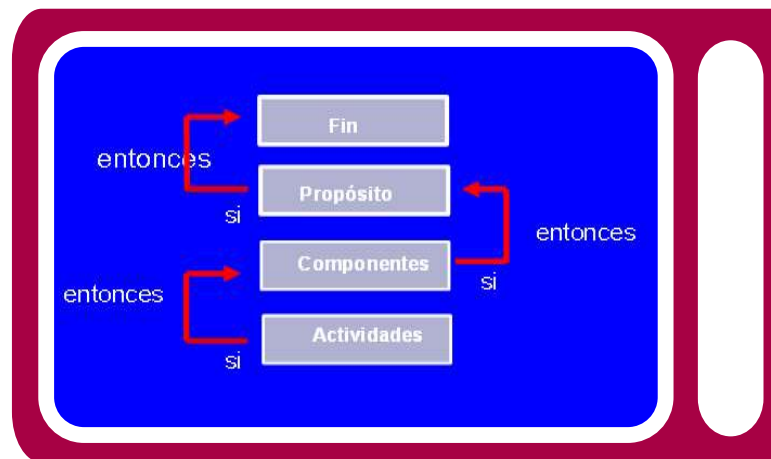


Se inicia con la identificación de un problema dentro de una lluvia de ideas y luego evaluar la alternativa seleccionada, aspecto que se traduce en el proyecto mismo, es decir la concreción de un idea como solución a un problema pero también podría ser una posible oportunidad (por ejemplo de negocio). Hasta aquí corresponde a la formulación del proyecto.

Posteriormente se entra en una fase de ejecución o realización de las inversiones del proyecto para luego inmediatamente iniciar la puesta en marcha.

Al final de la anterior operación se alcanzará el fin ulterior del proyecto.

Por lo tanto, la ejecución corresponde a la realización del nivel de intervención de actividades del proyecto, los resultados de estos (macroactividades) resulta ser los componentes del proyecto; el logro del proyecto mismo se denomina propósito del proyecto o el objetivo general (en otros términos) y finalmente el fin ulterior, es decir el aporte de nuestro proyecto a una situación más grande.



La lógica de un proyecto comprende una serie de hipótesis lógicas:

El Marco Lógico se construye a partir de la incorporación de información relevante del proyecto en cuatro columnas y cuatro filas. Las columnas expresan el conjunto de objetivos, indicadores, medios de verificación y supuestos a cada nivel de intervención de las filas (Fin, propósito, componentes y actividades). Se organiza en la lógica vertical de causa-efecto y en la lógica horizontal del seguimiento de los objetivos

A nivel de objetivos, la descripción de los mismos obedece a la siguiente explicación:

Nivel de Objetivo	Indicador	Medio de Verificación	Supuestos
Fines			
Propósito			
Componentes			
Actividades			

Nivel de Objetivo	Indicador	Medios de Verificación	Supuestos
Fin			
Propósito			
Componente			
Actividad			

base del sistema de información para el seguimiento y la evaluación del proyecto.

En los medios de verificación se establece dónde se conseguirá, y con qué frecuencia, la información que proveerá los datos para actualizar los indicadores y confrontarlos con las metas de la línea de base.

Nivel de .Objetivo
<p>Los FINES son los "objetivos superiores" a cuyo logro contribuye el PROPÓSITO. Generalmente el período de maduración de los FINES es mayor que el de PROPÓSITO. Los fines normalmente se realizan en el mediano y largo plazo.</p>
<p>El PROPÓSITO es el RESULTADO que asegura la solución del problema. Es, por tanto, el OBJETIVO CENTRAL del Proyecto. El PROPÓSITO es el resultado de usar los productos (componentes) que entrega el proyecto al término de su instalación. Se expresa por el efecto directo de la operación de los componentes, o por la satisfacción del consumo (bien o servicio) por los beneficiarios.</p>
<p>Los COMPONENTES son los PRODUCTOS resultantes de la EJECUCIÓN del Proyecto. Es lo que entrega la gerencia de proyecto durante y/o al término de la ejecución. Los COMPONENTES constituyen la CAPACIDAD INSTALADA del Proyecto y generalmente se expresan en: Obras construidas Equipos instalados Capacidad institucional desarrollada</p>
<p>Las ACTIVIDADES son las tareas o acciones que deben ser realizadas para completar los COMPONENTES En el MAL no es necesario que las actividades se detallen o desagreguen demasiado. Es suficiente con que se identifiquen en el nivel de "macroactividades", indicando a qué componente pertenecen</p>

Nivel de Objetivo	Indicador	Medios de Verificación	Supuestos
Fin			
Propósito			
Componente			
Actividad			

Los indicadores son la especificación cuantitativa de la relación entre dos o más variables que permiten verificar el nivel de logro alcanzado en el cumplimiento de los objetivos, es decir son la expresión de medida de los objetivos, por lo tanto deben cumplir características de cantidad (que cantidad), calidad (de qué manera) y temporalidad (para cuando), para cada nivel de objetivo. Por ejemplo:

- Propósito: "Aumentada la eficiencia del sistema de transporte público en "Pueblo Lento"
- Indicador: "% de reducción en el tiempo medio de desplazamiento de los pasajeros en cada año de avance del proyecto"
- En la Fase de Formulación, cada indicador debe expresarse con sus correspondientes metas:
- Indicador-meta: "Al final del cuarto año el tiempo medio de desplazamiento de los usuarios del sistema de transporte público ha disminuido en un 58%, pasando de 120 a 50 minutos "


En lo referente a Medios de Verificación, se constituyen en evidencias del alcance de los indicadores anteriormente mencionados, constituyéndose en la

Los medios de verificación pueden ser internos o externos al proyecto.

Los supuestos son:

- Factores externos, que están por fuera de la gobernabilidad de la gerencia y cuya ocurrencia es necesaria para asegurar el cumplimiento de objetivos del proyecto
- Supuestos en cada nivel:
De Actividad a Componente
De Componente a Propósito
De Propósito a Fin
De Sostenibilidad
- Los supuestos deben ser monitoreados y gestionados por la gerencia

Nivel de Objetivo	Indicador	Medios de Verificación	Supuestos
Fin			
Propósito			
Componente			
Actividad			



Concepto	Indicador	Verificación	Supuesto
Fin			
si Propósito	más		Supuesto
si Componente	más		Supuesto
si Actividad	más		Supuesto

Diagram showing logical relationships between concepts and assumptions:

- Fin → entonces → Verificación
- si Propósito → más → Verificación
- si Componente → más → Verificación
- si Actividad → más → Verificación
- Verificación → entonces → Supuesto

Cada nivel del proyecto debe identificar las condiciones necesarias y suficientes para alcanzar la etapa siguiente y en el desarrollo del Marco Lógico esto radica en la condición encadenada de objetivos (zigzag):

BÚSQUEDA DEL PRIMER EMPLEO

Lic. Emma Martha Mancilla Flores

Uno de los problemas más latentes en nuestra actualidad es la búsqueda de una fuente de trabajo que debido a los cambios en este último tiempo que ha sufrido nuestra realidad nacional, hace de esta búsqueda una tarea cada vez más difícil y penosa, en particular para jóvenes estudiantes así como egresados y recién titulados.

Las interrogantes naturales que surgen al momento de buscar trabajo son: ¿Cómo iniciar el proceso de búsqueda?, ¿Qué hacer para no perder tiempo y dinero y no dilapidar esfuerzos?. Una respuesta simple sería, presentarse en las empresas que buscan empleados. En realidad no siempre es así dado que no es fácil conocer en tiempo y forma las empresas que requieran personal.

La respuesta correcta sería, analizar dónde buscan nuevos empleados las empresas, es decir: Fuentes de reclutamiento, tanto externas como internas. Para el análisis que se realizó, se consideró una de las fuentes de reclutamiento externas como son los avisos en medios periodísticos de circulación nacional y local, como son: El Diario, La Razón, La Prensa, Página Siete, El Alteño y Cambio.

ANÁLISIS

Al realizar el análisis en base a la información lograda de los avisos de trabajo ;se consideraron aquellos relacionados con las carreras de Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Comercial y Contaduría. Siendo lo más relevante el cargo que ocupará y la formación académica exigida, para ocupar el puesto al cual se postula:

Ingeniería Comercial.

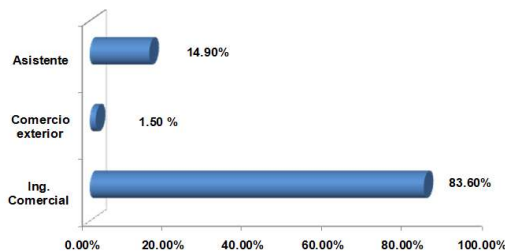


Figura 1. Cargo a ocupar por el postulante.

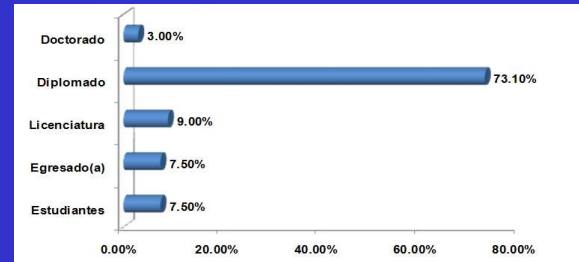


Figura 2. Grado académico exigido

CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis realizado y haber descrito a grandes rasgos, el comportamiento del mercado laboral nacional, se puede concluir que:

- Existe una diferencia entre perfil profesional ofertado por la universidad y el perfil profesional demandado dentro del mercado nacional.
- La devaluación que sufre actualmente el grado académico, mostrándose que la exigencia es mayor en cuanto al grado académico alcanzado (Diplomado o Doctorado).
- Dentro de la formación académica la exigencia de conocer acerca de programación avanzada e idiomas tanto extranjero (inglés) así como de nativos (aymara, quechua), no solo a nivel técnico sino avanzado (lectura y escritura).
- El postulante debe estar preparado para un trabajo sin horario especificado, el cual irá de acuerdo a la exigencia de la entidad, al igual que la remuneración por dicho trabajo.
- Cabe notar que además en la mayoría de las solicitudes de empleo, no solo se debe cumplir con la exigencia de formación académica sino a su vez la persona que postula al cargo solicitado debe tener un cierto perfil personal, el cual implica el trabajo bajo presión así como una actitud proactiva dentro de la actividad a desarrollar.

MINERÍA DE DATOS Y LA RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LAS EMPRESAS COMO HERRAMIENTA INTELIGENTE COMPETITIVA

Lic.Carranza Bravo. Paola A



Figura1. Fases del Proceso de Conocimiento

El volumen creciente de datos al cual se enfrentan las organizaciones comerciales, analistas de inversiones, entidades financieras y los usuarios, especialmente aquellos especializados en economía, finanzas y marketing, está haciendo que la sobrecarga informativa convierta los datos en una masa en la cual no es posible ver con claridad los ámbitos y complejos procesos de la situación y perspectivas de la empresa para poder generar ventajas competitivas sobre la rentabilidad de todas las actividades de negocio de la organización, es decir que las organizaciones se han convertido en entidades sumamente ricas en datos pero pobres en conocimiento. De modo que el objetivo principal de la minería de datos es generar patrones de comportamiento en los datos y a partir de ellos generar conocimiento útil dicho conocimiento podría ser la creación de nuevas asociaciones, predecir comportamientos empresariales (por ejemplo generar predicciones de las ventas del próximo trimestre, proyecciones, etc).

Por todo lo anterior nos damos cuenta que hoy en día, la creciente dinámica de mercado y competitividad llevan a la necesidad de contar con la información adecuada en el momento indicado y para ello los gerentes necesitan estar bien informados para poder tomar las decisiones de negocio apropiadas. Por otra parte, los datos con los que cuentan dichas organizaciones generalmente se encuentran dispersos a través de diversos sistemas, propiciando de esta manera que datos valiosos se pierdan, es decir que lo que poseen las empresas son datos, no información.

Siguiendo a Molina y García (2004) se puede decir por tanto que dentro de la Minería de Datos se ha tomado la perspectiva orientada a datos, por la siguiente razón: Porque la mayoría de los trabajos en Minería de Datos están enfocados hacia el Data Warehouse, referido esto a la arquitectura, algoritmos, herramientas y técnicas utilizadas para agrupar los datos provenientes de múltiples bases de datos u otras fuentes de información en un almacén común, sobre el cual se realizarán consultas y análisis. Éste proporciona el apoyo a la

Minería de Datos organizando y estructurando los datos; en efecto, tal como lo muestra Morand et al. (2004) se define un nuevo concepto para el almacenamiento de datos, integrando la información generada en todos los ámbitos de una actividad, con una visión orientada al "negocio", que permite el acceso y explotación de la información contenida en el almacén, facilitando un amplio abanico

de posibilidad de análisis multivariados para la toma de decisiones estratégicas.

Considerando el criterio de Molina y García (2004), el aprendizaje automático consiste en la obtención de reglas de aprendizaje y modelos de los datos, para lo cual a menudo se necesita la ayuda de la estadística. Por esta razón, los métodos estadísticos y el aprendizaje automático son los dos componentes más importantes de la Minería de Datos. Existen otras tecnologías, entre las que se incluyen la visualización y el procesamiento paralelo, para dar apoyo a la toma de decisiones. Las técnicas de visualización ayudan a presentar los datos, para facilitar la minería de éstos. Por su parte, las técnicas de procesamiento paralelo, a su vez, colaboran para mejorar el rendimiento de la Minería de Datos. Los sistemas de apoyo a la toma de decisiones permiten discriminar los resultados, de manera que puedan ser utilizados en las funciones de dirección en las organizaciones.

Conclusiones

Hacer Data Mining sobre datos que se actualizan a menudo es un desafío. Por consiguiente, hay varios problemas que necesitan ser investigados extensamente, antes de que se pueda llevar a cabo lo que se conoce como Data Mining en tiempo real. El uso de indicadores en pro de medir la bondad, aplicabilidad, la relevancia y la novedad, de los resultados de la Minería de Datos, pueden resultar en ocasiones muy subjetivos, pero los negocios necesitan contar con algún medio que les permita medir el interés y el impacto del conocimiento que se puede obtener al aplicar Minería de Datos. De igual manera, la intervención y experiencia del tomador de decisiones es relevante para establecer algunas medidas y poder calcular los indicadores antes mencionados.

¿SALARIO INSUFICIENTE O CANASTA FAMILIAR INALCANZABLE?

Univ. Lucía Ferrer Borda

El tema salarial en Bolivia siempre fue un tema de discusión y controversia a lo largo de la historia de nuestro país, pero este tema se agravó más a comienzos del 2011.

El año 2011 empezó con una serie de dificultades y problemas a nivel económico, social y político. La promulgación de Decreto Supremo N° 748, mejor conocido como "el gasolinazo", generó el alza del precio de la gasolina provocando en la población desesperación, angustia, molestia e inestabilidad en general. De la noche a la mañana los precios llegaron a casi duplicarse y las tarifas del transporte público se dispararon, incluso llegando a cobrar el triple de la tarifa normal.

Al ver el gobierno que esta situación se salía de control, se vio obligado a derogar el Decreto Supremo mencionado intentando con ello que todo volviera a la normalidad. Sin embargo ello no ocurrió. Meses después, dada la difícil situación (económica) que se atravesaba y otras causales, se pidió el incremento salarial del 20%, es decir que de un salario mínimo de Bs679, 5 subió a Bs815. Incluso con este incremento los precios de algunos alimentos subieron afectando directamente al bolsillo de todos los bolivianos y bolivianas.

Análisis microeconómico

El problema planteado podría ser analizado a partir de la teoría microeconómica de la utilidad que establece, que las personas consumen una combinación de bienes que les permita satisfacer sus necesidades, cuanto mayor sea el consumo mayor será la satisfacción de su utilidad. Gráfico 1

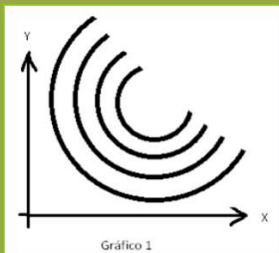


Gráfico 1

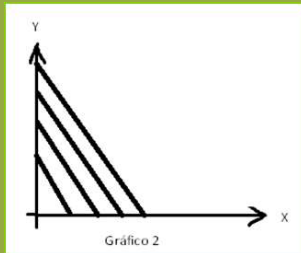
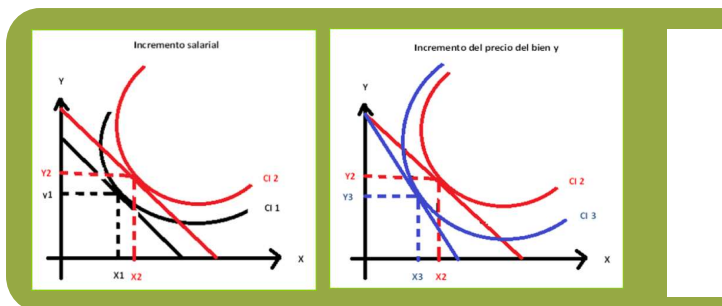


Gráfico 2

Sin embargo tiene una restricción establecida por el ingreso, cuanto mayor ingreso mayor posibilidad de

consumo de bienes. Gráfico 2



El equilibrio se alcanza cuando un individuo consume la mayor cantidad de bienes, dado su ingreso; gráficamente esto ocurre en el punto tangente entre su ingreso (restricción presupuestaria) y su curva de indiferencia respectiva.

Cuanto más lejos del origen se encuentre la curva de indiferencia del consumidor, éste alcanzará una mayor satisfacción.

Ejemplo:

Si se toma como referencia el salario mínimo nacional anterior de Bs 679.5 (color negro recta inclinada) se establece que las personas consumían una cierta cantidad del bien "x1" y otra cantidad del bien

"y1" maximizando su ingreso (punto tangente a la curva negra 1).

El incremento salarial a Bs 815 (recta de color rojo) permitirá que se pueda adquirir una mayor cantidad del bien "x2" y del bien "y2", siempre y cuando sus precios se mantengan constantes. Puesto que al darse la situación en la que por ejemplo se eleve el precio del bien "y", con el incremento salarial no se podrá comprar las cantidades adicionales del bien "x" e "y". toda vez que el incremento del precio del bien "y" provoca un menor poder adquisitivo, por lo tanto la restricción presupuestaria retrocede hacia el origen (recta de color azul), dando la opción de comprar "x3" e "y3"(punto 3).

Cada una de los puntos representan distintos niveles de satisfacción (cantidades consumidas de dos bienes), mientras más alejada se encuentra la curva

del origen mayor satisfacción tendrá el individuo. Analizando el ejemplo planteado se puede comprobar que hay una menor satisfacción del individuo toda vez que si bien se incrementaron los ingresos, los precios se incrementaron en una proporción mayor, provocando un menor poder adquisitivo. Este sencillo ejemplo explica lo que está ocurriendo en el entorno boliviano respecto a los salarios y la inconformidad de la gente al no poder satisfacer sus necesidades, principalmente los bienes ligados a la alimentación.

Luego de hacer el análisis microeconómico se puede deducir que el salario nominal (valor en dinero que una persona percibe por su trabajo) no es proporcional al salario real (cantidad de bienes que se pueden adquirir con el salario nominal). Mientras los precios suban en una proporción mayor existirá un descontento colectivo.

Esta situación es preocupante porque cerca del 60 al 80% del salario que las personas perciben se lo destina a la alimentación y sólo entre el 40 y 20% se destinaría a temas de salud, educación, servicios, etc.

Mientras no se incentive la producción, los precios no bajarán debido a la ley de oferta. El gobierno debe apoyar a la industria, crearla, creer en ella para generar nuevas y más fuentes de trabajo producir mayores cantidades de bienes, producir lo que no se produce y se podría producir, dado que tenemos todas las condiciones necesarias (distintos tipos de clima, recursos naturales, agua, energía, mano de obra, población joven, entre muchas otras) para hacerlo. Esto permitiría que se produjeran mayores cantidades de bienes y servicios a menores costos y por lo tanto a menores precios de los que se venden ahora.

La estructura de mercado más insólita (Feria 16 de Julio-El Alto)

Univ. Carlos Rojas

Ropa americana original, nueva o usada, zapatos de marca a precios ridículamente bajos, joyas intelectuales o discos de vinilo valuados en miles de dólares, a tan solo unos cuantos bolivianos, animales, partes desmanteladas de autos o incluso autos robados con el número de chasis cambiado, objetos extraños, vendedores que con elocuentes explicaciones venden medicina casera para todo tipo de enfermedades que puedas conocer, juguetes de colección o de la infancia que no volviste a ver hasta que empezaste a caminar por todos los manzanos y calles entrelazadas de agentes económicos que ponen su puesto, que muchas veces es un pedazo de plástico, ofertando productos sin orden de exhibición, catálogo o precio inclusive, el cual depende de la demanda del mismo o de la cara que tenga el comprador, es una ironía para todas las estructuras tradicionales de mercado que existen.

Puedo compartir de mi experiencia el hecho que jamás sentí tal frenesí de compra estando con mi tío o amigos, con un billete de 100 bs en el bolsillo en la feria informal de El Alto 16 de Julio, donde conseguí productos que jamás pensé obtener a tan bajo precio y seguía teniendo dinero para comprar más y más, en cambio si hubiera realizado mi compra en una tienda legalmente establecida en la ciudad de La Paz, el presupuesto se me hubiera agotado a la primera compra.

Entre detalles muy interesantes para resaltar está por ejemplo, el hecho de que esta feria fue iniciada en una urbe en una etapa de nacimiento, con poca organización en todos los sentidos en la época de los 60s y se acrecentó con la inflación de la UDP, donde realmente era muy difícil que un negocio sea rentable, y de esta manera empezaron muchas personas que se les podría catalogar como microempresarios, por el volumen de producción que realizan o el tamaño de su puesto, situación que se da muy a menudo en nuestro medio debido a la poca capacitación que recibieron en su vida personas con poco poder adquisitivo que no pudieron pagar su estudios o no poseen el capital necesario para establecer un negocio de la manera legal donde puedan tomar en cuenta impuestos, alquiler del local, etc.

ANÁLISIS MICROECONÓMICO: FUSIÓN PARCIAL ENTRE COMPETENCIA PERFECTA Y MONOPOLIO:

Este mercado informal resulta ser una inusual concurrencia entre competencia perfecta y monopolio debido a algunas características de cada modelo que se pueden cumplirse al analizar este mercado:

- Existe gran cantidad de vendedores y compradores, (miles que se sitúan en galerías, hasta en la calle con sus mercaderías sobre un pedazo de plástico, distribuidos en muchos manzanos en la ciudad de El Alto).

- Existe libre entrada y salida del mercado, debido a la gran facilidad con la que uno mismo puede ir a ofertar el producto que desee en la feria de mil formas, si se anima podría estar uno parado en la calle hablando en voz alta y negociando con los posibles compradores que vayan circulando en ese momento y también tomando en cuenta que no existe ningún tipo de barrera legal, ni impuestos que pagar, solamente tu transporte al lugar y el tiempo, riesgo y esfuerzo que se emplea para estar ahí gran parte del día, lo cual representa un costo mínimo, accesible a cualquier persona.

- Los ofertantes o vendedores no dedican mucho tiempo a elaborar una estrategia de mercadotecnia, ni a realizar actividades relacionadas con ésta, como investigación de mercados, desarrollo de nuevos productos y servicios, fijación de precios e implementación de programas de promoción (como la publicidad y la promoción de ventas), debido a que desempeñan una función insignificante o ninguna en absoluto.

- Se podría decir que existe un producto homogéneo, debido a los ofertantes pueden por ejemplo vender una chompa de más alta calidad (una de marca Calvin Klein de 150 Bs.) a 10 Bs., como al mismo tiempo puede estar vendiendo una de baja calidad a este precio o los dos productos al mismo precio de 10 Bs., por la falta de conocimiento de los productos del ofertante o demandante, o simplemente porque el artículo fue obtenido por medio del contrabando, por un regalo, hasta por ser robado.

- Sin embargo el ofertante no es tomador de precios debido a las grandes variaciones de un mismo producto en la feria, el vendedor puede establecer el precio que desee, ya dependerá de su capacidad de negociación o del tipo de comprador que se le acerque (tomando como influencia lamentablemente en este proceso, la raza del comprador, su estado de ánimo, si está ansioso por comprar un producto o indiferente, por establecer o no un lazo de amistad con el mismo, etc.)

Este contraste tan inusual que se da en Bolivia es digno de estudio y profundo análisis económico, que podría ser un hincapié para velar por el progreso y la correcta instrucción, organización de los grandes y pequeños empresarios de nuestra economía, que muchas veces de forma innata poseen talentos que deberían ser correctamente dirigidos y a veces son desperdiciados por falta de ingreso, de salud, por la simple afirmación que "todo lo que proviene de afuera es mejor que lo boliviano".



CONFUSIÓN: ENTRE LO NATURAL, ORGÁNICO ECOLÓGICO Y OTROS

Lic. Lucio Cuentas

En su sentido más puro, tomando las transformaciones químicas que se producen en un animal o vegetal, se puede decir que todos los productos provenientes de seres vivientes son



orgánicos, estas sustancias orgánicas se forman naturalmente en los vegetales y animales, mayormente en los vegetales mediante la acción de los rayos del sol durante el proceso de la fotosíntesis: es decir que toman de la atmósfera como dióxido de carbono, luego absorben del suelo el agua, nitrógeno, magnesio, en formas de nitritos, fosfato, potasio para transformarlos en azúcares, alcoholes, ácidos, grasas, aminoácidos, proteínas y otras combinación más complejas.

¿QUÉ ES LO QUE DEMANDAN LOS CONSUMIDORES?

Mediante la búsqueda de productos naturales que no afecten su salud y que sean higiénicos; mediante la consulta al vendedor por la procedencia del producto a comprar, a través de la lectura de las etiquetas, indagando su contenido y composición, además de la cantidad de calorías. Por intermedio del intercambio de experiencias con parientes y

amigos; más aun, filtrando y usando mensajes inversos a los anuncios promocionales de ciertos productos; finalmente por el desarrollo del conocimiento y la investigación en ésta era del internet y la globalización de la información.

Atendiendo los pedidos de los consumidores, señalando productos en lo posible con procesos naturales, identificando como válidas las localidades o regiones donde tradicionalmente se habían producido. Ofreciendo productos beneficiados (seleccionados, embellecidos, lavados y envasados); dentro de la habilidad de vender van citando que los productos tienen fecha de vencimiento, que no se han incorporado químicos, al suelo a las hojas ni frutos.

Tiempo atrás, se ha difundido el adelgazamiento de la capa de ozono, con los efectos dañinos de los rayos largos provenientes del sol llamado rayo ultravioleta (UV), contrarrestando al citado efecto con los protectores con factores UV y la experimentación e instalación de carpas solares para hortalizas luego para flores en general. Con respecto a los productos transformados o industrializados, el vendedor no ha podido responder satisfactoriamente por la complejidad de los componentes y la falta de información de los efectos secundarios en la salud humana de aquellos elementos químicos, solo quedaba informar la fecha de vencimiento y algunas composiciones extraídas también de productos naturales. Con todo, ha primado más la promoción, la publicidad, la moda, la presentación, las ofertas, la comodidad, la manipulación de gustos y la creación de la demanda para productos desconocidos.

¿QUE LABOR EN LA OFERTA REALIZARON LOS PRODUCTORES?

Empezaron a disminuir el uso de insecticidas tan tóxicos como el Thalidol rojo que infecta a la fruta, matando a los insectos, transmitiendo su toxicidad a las aves que comen la fruta, en esta cadena cuando las aves mueren, matan también a los animales carroñeros, más aun, alcanza a matar a las larvas que se alojan en la descomposición de la carroña.

Utilizando, fungicidas más neutrales como el azufre liofilizado, indagando por hallar insecticidas menos mortales, aprendiendo las dosificaciones, los periodos como horarios de fumigación y tiempos antes de la cosecha.

En esta confusión de cómo producir y que comprar, también interviene la parte económica, la gente compra según su presupuesto, sabiendo anticipadamente que el producto proviene de lugares no higiénicos y contaminados, están los que comprar por la presentación y dimensión, finalmente se encuentran los que compran conscientemente cuidando su salud.

De todo lo anotado anteriormente, tanto consumidores y vendedores han adecuado los conceptos originales de las palabras a nuevas denominaciones que tienen ciertas aproximaciones a las primarias, antes eran sinónimas, hoy tienen diferentes connotaciones, de lo que es natural, orgánico, no orgánico, inorgánicos, ecológico, biológico y transgénico, veamos sus diferencias para comprar lo que queremos y se nos entregue exactamente ese producto en base a una certificación o confianza mutua.

¿CUALES PRODUCTOS SON NATURALES?

Podemos decir que son aquellas plantas o animales que han pasado por un proceso de crecimiento dentro un ciclo de vida que la naturaleza ha determinado en el proceso de su perfeccionamiento, que han evolucionado dentro un medio geográfico único para esa especie, señalado como su hábitat; que han utilizado los elementos inorgánicos y orgánicos de conformidad a sus necesidades en su periodo de desarrollo, que se han defendido de plagas y otras infestaciones con el uso de sus propias enzimas o viviendo simbióticamente con insectos y aves para anular las plagas. De esta manera, al momento de cosecharlos el ser humano no ha añadido ningún elemento extra que permita su conservación, como macerado, ahumado o congelado.

Entre esta categoría podemos citar a los animales salvajes, las plantas y frutos silvestres. Ej. La castaña que proporciona la almendra, la siringa que da el látex, el cacao silvestre, la miel de abeja con y sin aguijón, se arrima el cajú una almendra tipo maní, luego los árboles maderables y los bambús.

La leche natural expandida como tal, en el sentido estricto no es natural, pues ya tiene estabilizantes y conservantes; aun la leche ordeñada a mano propia puede no ser natural, puesto que no se sabe si la vaca consumió algunas hormonas para producir más

leche o en el alimento balanceado haya contenido compuestos químicos artificiales.

¿CUALES PRODUCTOS SON ORGÁNICOS?

Todas la variedad de frutas y vegetales (hortalizas de hojas verdes, legumbres frutos y semillas, leguminosas semillas en vainas, tubérculos con frutos en subsuelo, gramíneas, granos de espiga mazorca y flores) que hayan sido cultivados en suelos con rotación de siembra, con la incorporación de abonos provenientes de la descomposición de hojas, raicillas, o estiércol de ciertos animales, o deyecciones de lombrices rojas; En cuanto al control de plagas, no se haya utilizado insecticidas, fungicidas, herbicidas, defoliantes provenientes de compuestos químicos inorgánicos. Al momento del riego se haya utilizado agua proveniente de Lagunas, ríos, riachuelos, vertientes, ojos de agua, pozos surgentes o estáticos, que no hayan sido contaminados con productos químicos desechados por la mimería, hidrocarburos, fábricas y aguas servidas.

No existe en el mercado pollos orgánicos ni naturales, todos ellos han sido tratados con hormonas, colorantes y antibióticos, además se hallan hacinados en ambientes pequeños y cerrados, a todos se los puede categorizar en el grupo de "no orgánicos".

Una lechuga sin la certificación puede ser orgánica si ha cumplido con las condiciones de su cultivo; pero también puede ser no orgánica, por el uso de pesticidas y fertilizantes químicos, pero presentados higiénicamente en envases atraerentes.

Todos los envasados al vacío, plásticos, tetra-brick, vidrio, aluminio o estaño, se los puede categorizar como no orgánicos, porque están incorporando saborizantes, colorantes, estabilizantes etc., aunque en sus etiquetas mencionen productos naturales.

¿CUALES PRODUCTOS SON INORGANICOS?

Se utiliza la expresión "no orgánicos" como oposición a los productos orgánicos, en cambio los Inorgánicos son compuestos sin vida que se forman por las fuerzas de la fusión, sublimación y electrolisis; por el contrario los orgánicos se forman en base al carbono.

¿CUALES PRODUCTOS SON ECOLÓGICOS?

Se le asigna a los productos ya sea animal o vegetal, cuando en su cría o cultivo se haya respetado el medio ambiente, que no ha modificado el paisaje, con un manejo de suelos con rotación de especies, haya tenido buen manejo de desechos, reciclado de

desperdicios, evitado la emisión de gases, la contaminación del aire, agua y suelo; ahorrando energía, evitando las radiaciones UV en plantas y animales, manejando la sostenibilidad del sistema productivo en relación al entorno, de bosques, praderas, serranías, caminos y poblados sin mayores alteraciones en los siguientes ciclos de producción. Durante su proceso de transformación no se hay utilizado elementos químicos dañinos al medio ambiente, Así mismo, que los envases sean reciclables, como los fabricados con resina de maíz, almidón de papa, papel, cartón y productos de madera balsa.

Por tanto, ¿los productos naturales pueden ser ecológicos?, En su totalidad son ecológicos, como también los orgánicos.

¿CUALES PRODUCTOS SON TRANSGÉNICOS?

Son plantas o animales alterados genéticamente, son obras de laboratorio, es decir que intervienen en su ADN (ácido desoxirribonucleico), buscando ciertas características de resistencia a la sequía, a la mayor producción, a la precocidad, a la resistencia a plagas, al volumen por unidad, al mejoramiento de ciertas vitaminas etc.

Ejemplo el arroz en su estado natural no produce vitamina A, por lo que se manipula su ADN para incorporar una fracción del ADN de un pescado que produce aquella vitamina. En este proceso se ha mezclado animal con vegetal, si bien ahora el arroz produce vitamina A, no está del todo demostrado que éste nuevo producto ocasione cáncer; por las dudas se la excluye de la lista de alimentos humanos.

Sin embargo el maíz y la soya son las que han asimilado fácilmente su mutación a todos los cambios

deseados, por ello en nuestro país existe un buen porcentaje de producción transgénica, los cuales se transforman en aceites de cocina, consumido por los humanos, de su bagazo o torta de soya se obtiene alimentos balanceados para aves, cerdos y ganado, los cuales se consume diariamente, sin haberse hecho una investigación seria para conocer en que afecta al organismo humano.

RECOMENDACIÓN

De todo lo descrito sería optimo consumir los productos orgánicos, para lo cual se recomienda que una certificadora de solvencia garantice la procedencia orgánica de ciertos productos, mediante la Certificación a poblaciones, comunidades, unidades familiares o empresas, que cultivan con calidad orgánica y ecológica, sellando en sus envases la calidad indicada; en el caso de los animales que se estudie la trazabilidad (un historial desde sus orígenes) para el expendio de productos cárnicos orgánicos.

Otra alternativa es el crecimiento lento buscando la confianza y fidelidad de los consumidores, a través de una organización que oferte Productos Frescos Orgánicos y Ecológicos; de lo contrario el consumidor siempre será tímido con productos no orgánicos.

LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES TAMBIEN SE ENFERMAN

Univ. Juan Manuel Jiménez Vargas
Univ. Liz Tatiana Verástegui
Univ. Paola Andrea Verástegui

Resumen

Las Organizaciones Empresariales llegan a enfermarse por el mal manejo del COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL que emplean en su funcionamiento interno.

Palabras clave

Organización empresarial
Comportamiento organizacional
Cultura organizacional
Planeación
Dirección
Organización
Control
Normas
Valores organizacionales

1. Introducción

La labor del Gerente juega un papel muy importante que se distinguen en cuatro etapas (Planeación, Dirección, Organización y Control), donde no se puede dejar de lado el liderazgo y que asume dentro de la organización donde debe desarrollar habilidades técnicas, habilidades humanas y habilidades conceptuales para aplicar los conocimientos y la experiencia adquirida, trabajar con las personas como si fuesen un solo equipo y sobrellevar situaciones complejas.

2. Contenido

Qué es el comportamiento Organizacional?

Es la materia que busca establecer en que forma afectan los individuos, los grupos y el ambiente en el comportamiento de las personas dentro de una empresa, es un reto nunca antes pensado por los gerentes y que hoy constituye en una de las tareas más importantes, porque la Organización debe buscar adaptarse a la gente que es diferente ya que el aspecto humano es el factor determinante

dentro de la posibilidad de alcanzar los logros de la Organización.

ORGANIZACIÓN ENFERMIZA

El personal trabaja en relación con los objetivos de la empresa.

La gente ve que las cosas van mal y no hacen nada para evitarlo. La gente habla informalmente de los errores y fallas con personas no implicadas en ellos.

Los gerentes actúan por su cuenta provocando que no se opere conforme a los planes de la organización.

No son importantes para la empresa las necesidades y los sentimientos personales de los trabajadores.

La gente compete cuando se necesita colaborar. Buscar o aceptar ayuda en signo de debilidad. Ofrecerla es algo que no ocurre.

Cuando hay crisis, la gente se evade o se inculpan mutuamente.

El aprendizaje es difícil. La gente no se acerca a sus compañeros para aprender de ellos.

La gente se siente sola y falta de preocupación por los demás.

La gente se siente prisionera del trabajo y la rutina, esta aburrida y se considera obligada a permanecer en la empresa por necesidad. Su conducta es indiferente y dócil. No se siente en ambiente agradable.

Tiene un gran valor minimizar los riesgos. La innovación no está muy extendida entre la jerarquía, excepto en las manos de algunos cuantos.

Tiene plena validez el lema "VIVA LA TRADICIÓN"

ORGANIZACIÓN SANA

Los objetivos son ampliamente compartidos por los miembros de la organización y están comprometidos a llevarlos a cabo.

La gente se siente libre para señalar las dificultades. Confían en que los problemas se solucionaran trabajando juntos.

Hay sentido de equipo en la planeación, el desempeño y la disciplina. Hay responsabilidad compartida.

Los problemas que ataca la empresa incluyen las necesidades personales y las relaciones humanas.

Existe un alto grado de colaboración. Hay disposición para colaborar y la competencia es mínima. Cuando hay crisis, la gente coopera hasta que esta

desaparece (somos parte de la solución). Existe mucho aprendizaje en el trabajo basado en la voluntad de dar. Se busca la retroalimentación y el consejo.

Las relaciones son honestas, la gente se preocupa por los demás y no se siente sola.

La gente está motivada, muy involucrada voluntariamente para con la empresa. Su lugar de trabajo es muy importante y divertido.

Se acepta el riesgo como una condición de crecimiento y oportunidad.

La organización y el personal se adaptan rápidamente a los cambios y se anticipa al futuro.

Existe un sentido de orden y un alto grado de innovación.

dar a conocer a los estudiantes de tercero y cuarto de secundario de esa ciudad, diferentes instituciones de educación superior existentes en el medio.

Los estudiantes de 6to. semestre de Ing. Comercial de nuestra unidad El Alto, se hicieron presentes en el evento, a fin de informar acerca de la oferta académica de nuestra universidad, el perfil profesional de cada carrera, los beneficios que brinda el estudiar en la ULS y el compromiso con la calidad que se ha propuesto alcanzar tanto a nivel académico como la práctica de valores y el crecimiento individual de los estudiantes.

De los anteriores casos podemos observar la influencia que tiene un buen o mal manejo del Comportamiento Organizacional e incluso el no hacer uso del mismo. Pero también interviene mucho la Cultura Organizacional de las organizaciones.

¿Qué es la Cultura Organizacional?

Es una suma determinada de valores y normas que son compartidos por personas y grupos de una organización, y que controlan de manera que interaccionan unos con otros y ellos con el entorno de la organización. Los valores organizacionales son creencias e ideas sobre el tipo de objetivos y el modo apropiado en que se deberían conseguir. Los valores de la Organización desarrollan normas, guías y expectativas que determinan los comportamientos apropiados de los trabajadores en situaciones particulares y el control del comportamiento de los miembros de la organización de unos con otros.

3. Conclusiones y Recomendaciones

Una Organización puede llegar a enfermarse cuando cada uno de los miembros desde el rango superior hasta el rango mínimo no se compromete personalmente con la organización, lamentablemente esa Organización es ENFERMIZA.

Fuentes

Chiavenato, Idalberto, Introducción a la Teoría General de la Administración, Mc Graw Hill, Séptima Edición

Koontz, H., Weihrich, H., Administración Una Perspectiva Global, Mc Graw Hill, 12ª. Edición

PROMOCION DE LA ULS EN LA CIUDAD DE EL ALTO

La Biblioteca Pública CINCA de la zona 16 de Julio de la ciudad de El Alto, auspició la 1° Feria Académica el sábado 22 de octubre de 2011, para

De la crisis Subprime a la Crisis de deuda global

Lic. Jaime Martínez

La crisis financiera mundial cuya explosión se dio a fines del 2008 con diversos efectos en las economías del mundo el 2009, puso de manifiesto una serie de debilidades del sistema financiero mundial, especialmente en mercados altamente desarrollados, los actores directamente involucrados incluyen entidades bancarias, fondos de inversión, empresas aseguradoras, calificadoras de riesgo y organismos reguladores.

La dimensión del impacto en el sector financiero mundial y en las economías reales de muchos países sobrepasa todos los antecedentes históricos.

No cabe duda que el material bibliográfico que generará la crisis será abundante, una de las principales lecciones confirma la existencia de un proceso acelerado de globalización en los mercados. La interrelación de los mismos reduce las intenciones de diversificación planteadas en la literatura financiera basada en la mínima correlación entre mercados. La crisis iniciada en el mercado financiero norteamericano contagió directamente a las principales economías e indirectamente a la mayoría de los países del mundo, las primeras fueron afectadas por la inversión directa en activos tóxicos y las segundas por su relación económica con las primeras, al final se crea un círculo vicioso que impacta el sector real mundial.

La recuperación de las economías del mundo el año 2010 fue impulsada por las "fábricas del planeta" China e India, cuyos principales beneficiarios fueron los exportadores de materias primas de América Latina, siendo escaso el crecimiento de las economías desarrolladas.

Sin embargo, la crisis financiera del año 2008 no acabo ni mucho menos se superó, ahora llego la crisis de deuda, en parte por el sobreendeudamiento de las economías avanzadas para recuperar la crisis del 2008. En ese marco, Estados Unidos tuvo que hacer tambalear los mercados internacionales al coquetear peligrosamente con un default de su deuda, algo que hubiera quedado registrado en la historia económica mundial como inédito y quizá como un quiebre estructural, sin embargo, esto no se dio pero ocasionó que la calificación de riesgo de la primera potencia mundial bajara como nunca

había pasado, afectado a todas las empresas que operan en ese país y en general a todos los títulos financieros del mundo que toman como referencia la calificación de riesgo soberano de esta superpotencia. Estados Unidos tuvo que aumentar el techo de su deuda entre mucha polémica política entre republicanos y demócratas para sobrellevar su deuda. Del otro lado del mundo avanzado, Europa a través de sus países más rezagados (Grecia, Irlanda, España, Portugal e Italia) tambalea la moneda única europea por el sobreendeudamiento de sus economías, misma que puede arrastrar a economías tan pujantes como la Alemania. Europa debate aún en qué forma apoyará este problema o peor aún si no lo hará, mientras países como Grecia acaban de lanzar el paquetazo de medidas de austeridad que incluyen recortes de sueldos, más impuestos, recortes en gastos públicos de salud, educación, seguridad, algo que obviamente no será fácil aplicar, millones de personas ya están en las calles, pero lamentablemente no parece haber otros camino.

Mientras el euro tambalea y el dólar pierde valor, es el oro el único refugio de valor intrínseco y cada vez cotiza más.

Finalmente, al otro lado del mundo pero más al sur, los países exportadores de materias primas, tristemente dependientes del comportamiento de los precios internacionales, deberán estar pendientes del lo que pase en estas economías que consumen todo lo que producen las fábricas del planeta con recursos de su suelo.

¿Y ahora que vendrá?



Herramientas para el Control de Calidad

Por Lic. Dindo Valdez Blanco

En general en cualquier negocio o emprendimiento la mejora continua es crítica para la supervivencia. En todo el mundo, los estándares de calidad y productividad son fundamentales, por tanto la supervivencia de las empresas depende en parte del mejoramiento continuo de la calidad.

Según la filosofía japonesa la clave para ser el mejor de su industria es adelantarse a los cambios de los costos y la demanda. En nuestro país esta filosofía se está comenzando a aplicar por ejemplo en la banca, pues no cabe duda que con la globalización y el crecimiento de los mercados en todos los rubros, la calidad en los procesos será cada vez más importante. Es de esperar entonces que las empresas dediquen una parte de sus recursos a invertir en la mejora en la calidad de sus procesos, lo que sin duda beneficiará a los estadísticos. Por esta razón es importante estudiar más a fondo los diversos aspectos que engloba el estudio de la "calidad".

Fases de un proyecto de control de calidad

Para implementar la mejora de un proceso, se deben realizar cinco fases:

1. Fase de Definición
2. Fase de Medición
3. Fase de Análisis
4. Fase de Mejora
5. Fase de Control

En todas las fases del control de calidad se utilizan técnicas estadísticas desde las más simples hasta las más avanzadas. Es por esta razón que no hay una receta general de cómo encarar cada fase, lo que está claro es que se necesita de un sólido conocimiento de la estadística.

En general un proyecto de control de calidad persigue cumplir las siguientes metas:

- Reducción de defectos
 - Menores costos de producción
 - Tiempos de ciclo más cortos
 - Mayor satisfacción del cliente
- Cambio de la cultura operacional

- Enfoque a la calidad al cliente y a hacer las cosas bien
- Orgullo de ser el mejor
- Estándares para solucionar problemas

- Personal altamente entrenado y consciente de su rol en la empresa
 - Todos hablan un lenguaje común
 - Existe un compromiso con la institución

Esta metodología del control de calidad es un enfoque del método japonés. La filosofía de esta metodología del control de calidad comenzó después de la segunda guerra mundial con la llamada "Revolución japonesa de la Calidad". El éxito de este país en parte ha sido por el enfoque que le han dado a los procesos los cuales siempre están enfocados a la satisfacción del cliente, ya que los estándares de calidad que el cliente espera son cada vez mayores ha medida que pasa el tiempo. Por ejemplo Henry Ford acostumbraba incluir una herramienta especial y un manual de procedimiento para ajustar las válvulas del famoso modelo "A".

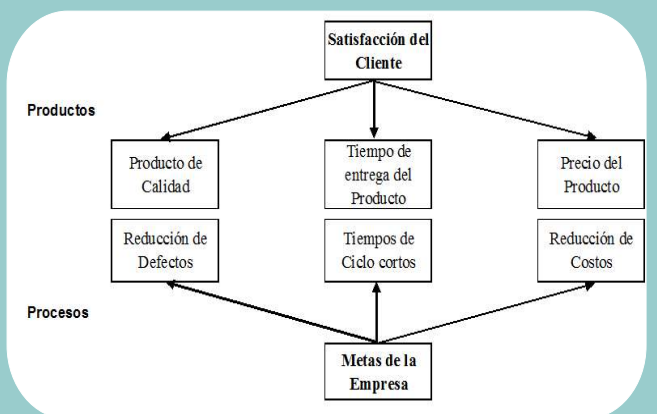
La Pirámide de las Metas

Muchas veces los propietarios de los negocios esperan ver al final del mes únicamente los rendimientos económicos dejando de lado aspectos de la calidad. Es ahí donde se debe cambiar la cultura, más bien la ganancia vendrá como consecuencia de la calidad con la que se entreguen los productos y servicios, este aspecto tal vez es la razón por la que un negocio no rinde como se quisiera. Si se ilustra lo anterior como una pirámide de metas, está claro que la primera meta debe ser la reducción de defectos en todo el proceso, seguido de la mejora de los rendimientos (costos, tiempos, etc.). Estos aspectos mejorarán la calidad del producto y se llegará a la satisfacción del cliente que se traducirá es una mayor demanda y esto generará las ganancias esperadas. El siguiente diagrama ilustra todo lo dicho:

La Pirámide de Metas del Negocio



En la mayoría de las ocasiones lo que es importante para el cliente no lo es para la empresa. Por ejemplo en el siguiente diagrama se puede observar cómo se puede enfocar los objetivos de la empresa a las necesidades del cliente.



De esta forma se puede decir que cualquier cosa que sea crítica para el cliente debe ser crítica también para el negocio. Claro está que es parte de la calidad el encontrar que cosa es crítica para el usuario final del producto, algo no evidente y que debe ser constante preocupación del proveedor del producto o servicio.

Herramientas para la definición del problema

La primera fase en la implementación de un proyecto de control de calidad es la definición del problema, en esta fase se debe realizar un diagnóstico de la situación y determinar los problemas y su magnitud. Existen diversas herramientas para esta tarea dentro de las cuales podemos mencionar:

- Los diagramas de afinidad
- Matrices de Causa y Efecto
- Mapas de los procesos

- Diagramas de Espina de Pescado
- Diagramas de Pareto
- Diagramas de árbol de necesidades

Como una aplicación del paquete estadística Minitab versión 14 en inglés vamos a explicar la construcción del Diagrama de Espina de Pescado.

El Diagrama de Espina de Pescado

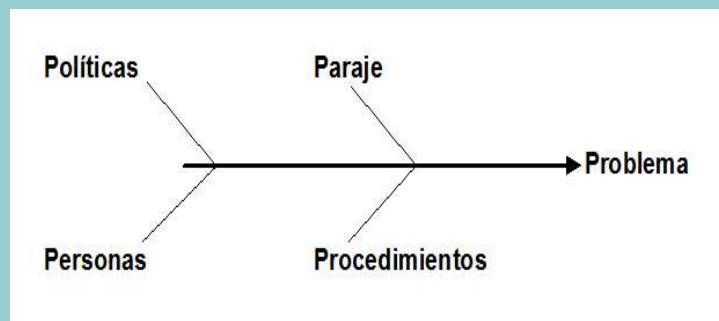
Los diagramas de espina de pescado primero fueron desarrollados por Ishikawa, un ingeniero japonés en los años 40's. Él buscaba una manera simple y gráfica de mostrar la relación entre las causas (espinas) probables de un problema de un proceso

El diagrama de Espina de Pescado es un método para ir identificando sistemáticamente todas las causas potenciales que pueden estar contribuyendo a un problema (efecto).

Los diagramas más usados comúnmente son dos: El diagrama 4P, y el diagrama 6M.

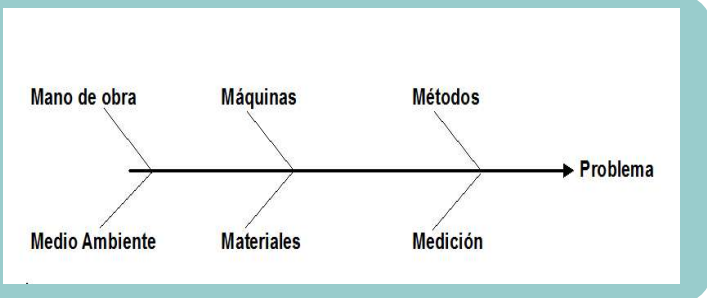
El diagrama 4P es utilizado cuando el problema es administrativo, algo común en las empresas de servicios. Se trata de identificar las causas asignables de un problema a través de una mesa redonda donde todos los miembros del personal contribuyen a identificarlos, la existencia del problema se puede deber a la ubicación del negocio (Paraje), a las políticas de la empresa, a los procedimientos de operación establecidos o debido al personal de la empresa.

Diagrama 4P



En cambio el diagrama 6M es aplicado en la industria, en la producción de sus artículos. Claramente un problema en la producción se puede asignar a: la mano de obra (personal), a la maquinaria, a los métodos utilizados, al medio ambiente (por ejemplo la temperatura), a los materiales utilizados en la producción o por último a los efectos de la mala medición y/o calibración.

Diagrama 6M



La principal utilidad de un diagrama de espina de pescado es que no solo sirve para identificar las causas, sino que como se basa en una lluvia de ideas a partir de todo el personal que interviene en el proceso, esto coadyuva para que todos conozcan como se desarrolla el proceso y de esta forma se sientan comprometidos con la calidad del producto.

Creación del diagrama de Espina de Pescado

Veamos el siguiente ejemplo de aplicación: Imagine que a través de un diagrama de Pareto ha descubierto que las partes de un producto fueron rechazadas en su mayoría debido a desperfectos en su superficie. Usted se reúne con representantes de varios departamentos para generar una lluvia de ideas de las causas potenciales para tales desperfectos. Se decide utilizar el diagrama de Espina de Pescado 6M elaborando una lista para cada espina:

No existe una receta general para elaborar los diagramas de espina de pescado, pero se podría resumir en los siguientes pasos:

- Identificar el Proceso
- Construir el diagrama de espina de pescado
 - Definir claramente el problema
 - Realizar una lluvia de ideas para identificar las ramas de cada espina
 - Trabajar en grupo
 - Elaborar el diagrama en Minitab
 - Presentarlo a todo el grupo
 - Discutir y tomar decisiones

El último punto es muy importante, el diagrama de espina de pescado no solo debe servir para mostrar de una manera agradable las causas de un problema, sino fundamentalmente el objetivo tomar decisiones que ayuden a mejorar los procesos. Si al final de todo el trabajo no se toma ninguna acción, entonces no tendrá sentido.

Mano de Obra	Maquina	Material	Método	Medición	Medio Ambiente
Muy indecisos	Fallas en los enchufes	Mala calidad en el material	Mal empleo del Ángulo de ruptura	Falta de precisión del micrómetro	Mucha Humedad
Mal Supervisor	Existencia de Basura	Lubricante de mala calidad	Fallas al poner los frenos	Micrómetros no acondicionados	Mucha condensación
Poco entrenamiento	Falla del tomo	Distribuidor Malo			
	Velocidad muy lenta				

Una vez definidas las causas, se procede a la elaboración del diagrama:



SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN

Dra. Carmen Wilde

Un SEMILLERO, es un lugar donde se dan los primeros pasos de los cultivos, que cuando alcanzan el nivel adecuado de desarrollo son llevados al lugar definitivo. Su principal característica: "Que sean plantas de calidad".

De igual manera un SEMILLERO DE INVESTIGACIÓN, es un espacio universitario de formación que como modelo de enseñanza-aprendizaje fomenta la cultura investigativa dentro de un espacio de libertad, creatividad e innovación científica. Quienes conforman un semillero contribuyen al desarrollo de la sociedad generando nuevos conocimientos y propuestas de impacto, dinamizadas por la investigación continua.

Ser parte de un Semillero de Investigación implica un compromiso personal y social, con las personas y con la naturaleza, y con la formación y práctica investigativa continua. Es estar conciente de la necesidad de generar aprendizaje en un ambiente comunitario multidisciplinario. Se constituye en una "experiencia de vida", que enmarcado en los valores de la colaboración e integración promueve el crecimiento personal y profesional.

Un Semillero está formado por profesionales en formación como investigadores y por docentes como asesores o tutores autogestores agrupados en forma disciplina o interdisciplinaria con el propósito de iniciar tempranamente y/o fortalecer su formación e investigación.

En la primera fase de consolidación de lo Semilleros, la Carrera de Ingeniería Comercial ha incentivado la participación de los estudiantes conciente de la importancia de la formación en investigación en el pregrado. Con el ofrecimiento del "Semillero de Investigación" busca no solo consolidar en la comunidad universitaria el compromiso por nuevos conocimientos a partir de la investigación, sino también fortalecer el liderazgo científico.

Continuará apoyando la formación del Semillero, generando actividades de capacitación, grupos de estudio y grupos de discusión e investigación

para identificar y plantear problemas, buscar soluciones y adquirir conocimientos en forma permanente sobre diferentes tópicos.

Es importante reconocer -para finalizar- que todo lo señalado no es tarea fácil, se requiere paciencia, perseverancia y principalmente convencimiento de que esta nueva modalidad de aprendizaje responde también a nuestra inquietudes profesionales sobre la investigación, la construcción del conocimiento y el crecimiento personal de las personas que la Universidad nos confía día a día.

DE LA ESTRATEGIA DE LA PLANIFICACIÓN A LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA - APUNTES SOBRE LA EXPERIENCIA BOLIVIANA.

Lic. Pedro Gumucio Dagon

Noción de planificación.

Existen múltiples definiciones de la planificación, un análisis de las mismas revelan perspectivas conceptuales diversas e interpretaciones distintas y variadas de los términos utilizados.

Partimos de la premisa de que en toda sociedad y en cada etapa de su historia existe una visión de sociedad, un proyecto político explícito o implícito de objetivos múltiples o parciales, de naturaleza conservadora o transformadora, y que se refiere a la distribución más o menos coactiva del poder político y de los recursos sociales, económicos y naturales.

La planificación se concibe como la instrumentación técnica y efectiva de un proyecto político o empresarial.

La idea de planificación se asocia a la elaboración (documentada o no) de un plan concebido formalmente por una oficina o junta de planificación, que implica un proceso de planificación en diversas etapas siendo las principales: diagnóstico, discusión, objetivos, formulación, ejecución, control, evaluación, revisión.

Génesis de la Planificación.

La planificación es tan antigua como las sociedades humanas, en particular luego de la sedentarización humana en el neolítico.

Desde Babilonia y Mesopotamia en tiempos del Antiguo Testamento, las sociedades planificaban su producción, su consumo y sus reservas de granos y cereales, administrando sus recursos según las estaciones del año, asegurar provisiones para el invierno, o según los periodos de "vacas gordas y vacas flacas"; la planificación y administración de grandes trabajos hidráulicos (desvíos de ríos, represas y otros), en la China milenaria durante el llamado periodo del "Despotismo Asiático"; pasando por los silos de reservas del antiguo Egipto y los grandes trabajos de irrigación y comunicaciones de las antigua

culturas andinas precolombinas; hasta nuestra época moderna de "planificación socialista-comunista" y de "planificación estratégica empresarial", la planificación siempre ha estado presente explícita o implícitamente en la sociedad humana.

Instrumentos valiosos para la planificación tales como el análisis de Karl Marx sobre la circulación entre los sectores de la producción; el famoso esquema propuesto por el fisiócrata François Quesnay en su Tableau Économique;

El método, basado en estudios intersectoriales, para determinar un completo sistema de Economía Nacional y "el desarrollo del método input-output y su aplicación a los más importantes problemas económicos" del premio Nobel de Economía 1973, Wassily Leontief, facilitaron el desarrollo de la econometría, de los modelos macroeconómicos y convirtieron hoy en día la planificación en casi una ciencia, que es utilizada en mayor o menor grado, tanto en los países socialistas de economía planificada, como en los países capitalistas de economía de mercado.

De la Estrategia de la Planificación, a la Planificación Estratégica.

El análisis del modo de producción capitalista de Karl Marx en El Capital, y su Manifiesto del Partido Comunista, inspiraron en Rusia no solo la Revolución de 1917, pero sobre todo la planificación económica concebida como una estrategia para procurar a mediano y largo plazo la satisfacción de las necesidades de la sociedad e imponer el dominio de una ideología concreta.

Rusia, después del primer plan quinquenal elaborado en 1928, para el quinquenio de 1929 a 1933, y China Popular después de la Guerra Civil de 1948-1949, fueron las primeras naciones del mundo en aplicar con mayor énfasis y de manera generalizada, sistemática y programada la estrategia de la planificación socialista económica como un instrumento de un proyecto ideológico político.

(Ver Charles Bettelheim, Planificación y Crecimiento Acelerado; y La Construcción del Socialismo en

China).

Bajo la premisa de que los trabajadores eran colectivamente los propietarios de los medios de producción, y de que la economía de mercado era opuesta a la socialista planificada, se derivó a lo que algunos definen como un "capitalismo monopólico del Estado".

La planificación hoy

Con la caída del comunismo en Rusia, del Muro de Berlín y de la cortina de hierro. Y desde que el "Gran Arquitecto" de la China Popular moderna, Deng Xiaoping, declaró la apertura de la economía y socialismo chino con la frase: "No importa de qué color sea el gato mientras cace ratones", se está pasando de la concepción de la estrategia socialista de planificación a la planificación y administración estratégica.

Estamos pasando de la planificación de la producción, de la distribución, del consumo, de la gestión de la sociedad, de la planificación las actividades culturales y deportivas de la sociedad e incluso de la utilización del tiempo libre de los individuos, a la planificación y administración estratégica de la oferta, de la demanda, de la producción y del marketing. Pero también estamos pasando a la planificación del desarrollo nacional, regional, local y comunitario sustentable.

Planificación estratégica

La tendencia actual es la Planificación Estratégica que es el proceso de desarrollo e implementación de planes para alcanzar propósitos y objetivos. La planificación estratégica se aplica tanto en los asuntos militares, como en el desarrollo económico y social, como en actividades de negocios. Dentro de los negocios se usa para proporcionar una dirección general a una compañía, la llamada estrategia empresarial, en estrategias financieras, estrategias de desarrollo de recursos humanos u organizativas, en desarrollos de tecnología de la información y crear estrategias de marketing para enumerar tan sólo algunas aplicaciones. Propósitos y objetivos consisten en identificar cómo eliminar deficiencias. Cuando los propósitos son utilizados en el área financiera, a menudo se denominan objetivos.

Es necesario identificar los problemas que se enfrentan con el plan estratégico y distinguir de ellos los propósitos que se alcanzarán con dichos planes. Una cosa es un problema y otra un propósito. Uno de los propósitos pudiera ser resolver el problema, pero otro pudiera ser agravar el problema. Todo depende del "vector de intereses del actor" que hace el plan. Entonces la estrategia en cualquier área: militar, negocios, política, social, etc. puede definirse como

el conjunto sistemático y sistémico de acciones de un actor orientado a resolver o agravar un problema determinado.

Una buena estrategia debe: Ser capaz de alcanzar el objetivo deseado; Realizar una buena conexión entre el entorno y los recursos de una organización y competencia; debe ser factible y apropiada; Ser capaz de proporcionar a la organización una ventaja competitiva; debería ser única y sostenible en el tiempo; Dinámica, flexible y capaz de adaptarse a las situaciones cambiantes; Suficiente por sí misma. Declaración de misión y declaración de visión: Los propósitos y los objetivos a menudo se resumen en una declaración de misión o declaración de visión. Una "declaración de visión" describe en términos gráficos dónde queremos estar en el futuro. Una "declaración de misión" es similar, salvo en que es algo más inmediato. La mayoría de las declaraciones de misión están más detalladas, a menudo describiendo lo que se hará, por quién, para quién, para qué y por qué. La declaración de visión tiende a ser más gráfica y abstracta que las declaraciones de misión (que tienen a ser más concretas y prospectivas) Una declaración de visión "pinta una escena" de realizaciones ideales en el futuro. Mientras que la declaración de misión proporciona guía inmediata, una declaración de visión inspira.

Una declaración efectiva de visión debe ser: clara y alejada de la ambigüedad; que dibuje una escena; que describa el futuro; que sea fácil de recordar y con la que uno pueda comprometerse; que incluya aspiraciones que sean realistas; que esté alineada con los valores y cultura de la organización; que esté orientada a las necesidades del cliente (si es para una organización de negocios).

Planificación Estratégica - Otras Definiciones y Metodologías

Es el proceso de establecer metas y elegir medios para alcanzar dichas metas" (Stoner, 1996)
"Es el proceso que se sigue para determinar en forma exacta lo que la organización hará para alcanzar sus objetivos" (Ortiz, s/f).

"Es el proceso de evaluar toda la información relevante y los desarrollos futuros probables, da como resultado un curso de acción recomendado: un plan" (Sisk, s/f).

"Es el proceso de establecer objetivos y escoger el medio más apropiado para el logro de los mismos antes de emprender la acción", (Goodstein, 1998).

"La planificación... se anticipa a la toma de decisiones. Es un proceso de decidir... antes de que se requiera la acción" (Ackoff, 1981).

"Consiste en decidir con anticipación lo que hay que

hacer, quién tiene que hacerlo, y cómo deberá hacerse" (Murdick, 1994). Se erige como puente entre el punto en que nos encontramos y aquel donde queremos ir.

"Es el proceso de definir el curso de acción y los procedimientos requeridos para alcanzar los objetivos y metas. El plan establece lo que hay que hacer para llegar al estado final deseado" (Cortés, 1998).

"Es el proceso consciente de selección y desarrollo del mejor curso de acción para lograr el objetivo." (Jiménez, 1982). Implica conocer el objetivo, evaluar la situación considerar diferentes acciones que puedan realizarse y escoger la mejor.

"La planificación es un proceso de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos" (Jiménez, 1982).

"Es el proceso de seleccionar información y hacer suposiciones respecto al futuro para formular las actividades necesarias para realizar los objetivos organizacionales" (Terry, 1987).

En prácticamente todas las anteriores definiciones es posible hallar algunos elementos comunes importantes: el establecimiento de objetivos o metas, y la elección de los medios más convenientes para alcanzarlos (planes y programas).

Principales Metodologías Para Elaborar Un Plan Estratégico

Método clásico:

Es la metodología más usada por la practicidad de sus instrumentos, este método se caracteriza por iniciar el proceso por un diagnóstico basado en una matriz FODA (Fortalezas-Oportunidades-Debilidades-Amenazas). Las metodologías usadas principalmente por NNUU GTZ y otros organismos que prestan asesoramiento técnico en el tema usan este método con características propias.

El método de escenarios que se pretende usar comprende un cierto número de etapas muy precisas que se encadenan en una secuencia lógica. Son las siguientes:

- a.- Delimitación del sistema y búsqueda de las variables-claves
- b.- Análisis estructural: determinación y estudio de las interacciones entre variables; relaciones directas e indirectas,
- c.- Análisis retrospectivo: se estudia la evolución pasada del sistema

d.- Análisis de estrategias de actores: análisis matricial que estudia los retos, objetivos, fuerzas, posiciones, jerarquías, convergencias y divergencias, alianzas y conflictos, de los actores implicados en el sistema. Se deducen unas recomendaciones estratégicas.

e.- Elaboración de conjuntos de lineamientos sobre las variables-claves del futuro, resultados de los posibles conflictos entre actores y posibles rupturas de tendencias.

f.- Con la información obtenida de las fases anteriores se elaborarán los escenarios (líneas estratégicas).

g.- Se definirán y elegirán de los lineamientos estratégicos.

Método de Línea Base:

Este método también denominado de ruta crítica, es un proceso administrativo (planeación, organización, dirección y control) de todas y cada una de las actividades componentes de un proyecto que debe desarrollarse durante un tiempo crítico y al costo óptimo.

Experiencia Latinoamericana y el Caso de Bolivia
En general, desde la post Segunda Guerra mundial, fines de la década de los años cuarenta, las economías latinoamericanas tenían una tendencia pronunciada por la participación del Estado y la planificación en sus economías.

En 1962, a solicitud de los gobiernos de la región, se crea en el seno de la CEPAL, el Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social - ILPES. Desde los años sesenta hasta la fecha la mayoría de los países latinoamericanos han establecidos diferentes instituciones, comités y consejos de planificación nacionales.

Algunos países están más avanzados que otros en materia de planificación, técnicas y herramientas para la planificación cual es el caso de Brasil, que ha construido un cuadro completo, sistemático, y digitalizado de toda su economía, llamado el modelo macroeconómico MACROBRAS III, invaluable instrumento interactivo de econometría para la planificación.

Caso Boliviano

En Bolivia, con una tradicional y fuerte presencia del Estado en la economía, en los años cincuenta, ya existían los planes quinquenales de desarrollo. Desde los años sesenta a la fecha, en Bolivia, en el último medio siglo se han creado todas las instituciones imaginables para la planificación: comités, consejos nacionales, direcciones, vice ministerios, ministerios de planificación y otros.

Hace más de cincuenta años que se elaboran en Bolivia planes estratégicos quinquenales o decenales de desarrollo. Sin embargo, a excepción de la década

de los años cincuenta, los resultados de la planificación en Bolivia han sido pobres, casi nulos, cuando no nefastos.

¿Por qué fracasa en Bolivia la planificación estratégica?

En Bolivia, se podría atribuir el fracaso de la planificación a: insuficiente y sesgada información estadística al momento de realizar el diagnóstico; mal diagnóstico de partida; politización y manipulación arbitraria de la información estadística; estrategia inapropiada y pobre implementación.

Por lo general, las planificaciones estratégicas fracasan por varias razones: frágil institucionalización en los operadores de la planificación; prejuicios al momento de elaborar el diagnóstico inicial. La estrategia puede ser inapropiada debido a: recogida inapropiada de información; no se ha entendido la verdadera naturaleza del problema; es incapaz de obtener el objetivo deseado; no encaja los recursos de la organización con el entorno o no es realizable.

Una estrategia puede ser implementada de forma pobre debido a: sobreestimación de los recursos y habilidades; fracaso de coordinación; intento poco efectivo de obtener el soporte de otros; subestimación de los recursos de tiempo, personal o financieros necesarios; fracaso en seguir el plan establecido.

Conclusión

Además de las falencias señaladas, para lograr más eficiencia en la planificación en Bolivia se requiere repensar y fortalecer las siguientes nociones: Creación de valor en el sector Público, Gestión por resultados, Gerencia pública, estrategias, políticas

y premisas de planeación; la toma de decisiones en ambientes interculturales; la estructura multicultural de la organización; la autoridad, delegación y descentralización de poder y decisión; la organización efectiva y cultura organizacional; la integración de recursos humanos; la comunicación en organizaciones interculturales; los sistemas y procesos de control; las técnicas de control y la tecnología de la información; la medición de la productividad, gestión de operaciones y de la calidad; y sobre todo considerar el sector externo, la coyuntura internacional, la estructura mundial; la política internacional y la globalización, para la construcción de ventajas competitivas y la implementación de la estrategia en el mundo real.

ESTUDIANTE DE INTERCAMBIO



Daniel Alejandro Quiroga Prado es un estudiante de la Universidad La Salle, de la carrera de Ingeniería Comercial del sexto semestre que se fue de intercambio a la Ciudad de México D. F. (México).

Daniel se encuentra hospedado en el hogar de una familia de la ciudad, quienes lo tratan muy bien. A él le está yendo muy bien en cuanto a sus estudios y está experimentando vivencias nuevas. Daniel está disfrutando su estadía en la ciudad de México, aunque confiesa que extraña mucho a su querida Bolivia.

Ya pronto lo tendremos de vuelta a nuestro querido Quiro, esperando a que cuente personalmente sus experiencias.

FERIA DE MARKETING

En el primer semestre del año se realizó la Feria de Marketing con los alumnos de ambas unidades académicas de la Materia de Mercadotecnia de la carrera de Ing. Comercial. Sobre la base de presentaciones, los equipos desarrollaron los siguientes trabajos:

Don Almidón. Propuesta de comercializar masa de Donuts de Almidón de Yuca para lo cual se realizó la respectiva degustación del producto, como se puede apreciar en las fotos adjuntas.

Zucu Zucu. Propuesta de realizar el lanzamiento de la bebida Zucu-Zucu para lo cual los alumnos prepararon la bebida, diseñaron la marca, etiqueta, propuesta de distribución, estructura de costos, canales de distribución y la estrategia de promoción.

Pastillas Plafricanol. Propuesta de producir y comercializar pastillas con vitaminas, proteínas y minerales para personas de la tercera edad que presenta problemas de alimentación.

Tetones. Lanzamiento de un producto estético, innovador y alternativo a los guantes para calidez para las manos para lo cual presentaron el correspondiente Marketing Mix.

Cocoquín. Propuesta para la comercialización de un manjar exquisito a base de quinua por lo que su estrategia se basó en el valor nutritivo y natural.

En conclusión, la experiencia resultó altamente positiva debido a que los alumnos pudieron llevar a la práctica

lo aprendido en la parte teórica, estuvieron bastante entusiasmados y se propició la semilla del espíritu emprendedor en cada uno de los alumnos.



CONFERENCIA INTERNACIONAL



Kafra, Director de la Escuela de Liderazgo y Desarrollo Humano ELIDH de Lima- Perú, referida al empoderamiento Personal, a través de la práctica de Excelente Oratoria, Didáctica, Singular y Calidad Profesional.

En su elocuente, motivadora y vivencial disertación, entregó a sus oyentes, herramientas que le permitan redescubrir, reconocer, valorar y acrecentar fortalezas personales, para desarrollar competencias que ayuden a enfrentar con éxito las exigencias del mundo globalizado actual; competitividad, calidad y excelencia.

Los universitarios se dieron la oportunidad y expresaron que hoy es el día para vencer la mediocridad y convertirse en líderes.

El día sábado 20 de agosto de 2011, alumnos del segundo semestre de Ing. Comercial, Contaduría Pública e Ing. de Sistemas asistieron a la Conferencia del Dr. Klim

CERTIFICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9000

El representante del ICONTEC Lic. Darío Carreño, ofreció una charla a docentes, estudiantes e invitados especiales, en la que explicó que las certificaciones de calidad buscan contribuir al desarrollo de los empresarios e instituciones educativas en su objetivo de enfrentar la globalización, los tratados comerciales y el crecimiento competitivo de las empresas con herramientas que les aseguren rentabilidad y calidad de sus productos y servicios.

El Rector de la Universidad Dr. Hno. José Antonio Diez de Medina expreso su agradecimiento y compromiso por mejorar los procesos en la universidad en beneficio del los profesionales en formación y el entorno social en concordancia a su política de calidad.



CAPACITACIÓN AGRO-INDUSTRIA

Capacitación en Agro-Industria

En el primer semestre se ha entregado el Perfil de Proyecto en relación a un Centro de Capacitación en materia de "Agro-altura", a ser desarrollado en la Universidad La Salle de El Alto, con prácticas los días jueves en la propiedad de Choquenaira, localizada a 10 kilómetros del pueblo de Viacha.

Los cursos pueden ser impartidos en periodos cortos como un semestre, dos o cuatro, pudiendo los estudiantes obtener diferentes títulos de educación, como Capacitado, Experto o Técnico; u otras formas de educación dependiendo de las decisiones de los educadores y de la aceptación de autoridades de la ULS.

Para motivar a los estudiantes se propone una variante con la Estrategia del Océano Azul, que sería la de entregar sin costo para los estudiante una pareja de la clase de animal interesado a experimentar; (pollos, patitos, conejos y plantas ornamentales como semillas de hortalizas, de



tubérculos y granos de altura).

El aporte de la ULS en agropecuaria puede ser un complemento valioso a las políticas productivas del presente gobierno, que está apostando a la seguridad alimentaria a través de las comunidades campesinas, tanto del altiplano como de los valles.

A este efecto se realizaron visitas previas en varias ocasiones al lugar, para contextualizar el

mencionado perfil.

Proyecto - Gallinas Criollas Ponedoras

El proyecto de interacción social de gallinas criollas ponedoras, pretende reactivar la producción agrícola en lo referente a los granos para que las mismas familias (unidades productoras) puedan proveerse la variedad de alimentos destinados a obtener resultados menos costosos.

De las comunidades que se pretende orientar son las que se halla en el radio de acción de la propiedad de Choquenaira.

El proyecto piloto propone la construcción de un gallinero delimitado con corral de esparcimiento, para un densidad de 10 ponedoras de huevos criollos para su venta en las ciudades de La Paz y El Alto.

Una vez experimentado en la propiedad de Choquenaira se capacitará a las comunidades para la cría de 50 o más gallinas ponedoras. Investigación

Uno de los problemas que se presenta tanto en estudiantes, egresados y titulados de las diferentes carreras es la búsqueda de una fuente de trabajo y las interrogantes naturales que surgen son:

¿Cómo iniciar el proceso de búsqueda?
¿Qué hacer para no perder tiempo y dinero y no dilapidar esfuerzos?

Una respuesta simple sería, presentarse en las empresas que buscan empleados. En realidad no siempre es así dado que no es fácil conocer en tiempo y forma las empresas que requieran personal. Por ello es que se eligió una de las fuentes de búsqueda como lo constituyen los avisos en medios periodísticos, diarios de circulación nacional y local; para el análisis sobre las características del primer empleo.

Por ello, la docente Emma Mancilla en cooperación el Ing. Raúl Morán y conjuntamente los estudiantes del tercer semestre de las carreras de Ing. Comercial, Ing. De sistemas y Contaduría Pública de la Unidad de El Alto, escribieron sobre el perfil del trabajo de aplicación.

En lo referente a investigación los alumnos de Ingeniería Comercial de 7mo. semestre Unidad de Bologna desarrollaron un trabajo primero individual y luego un trabajo grupal sobre Inteligencia de Negocios, con el objetivo que vayan introduciéndose en características competitivas a través de herramientas Informático Comerciales.

Se ha definido 6 áreas de investigación par la

carrera de Ingeniería Comercial: Marketing e investigación de mercados, Estadística y Econometría, Finanzas y contabilidad, Administración y Recursos Humanos, Microeconomía y Macroeconomía y economía monetaria.



Acercándonos a la naturaleza

La identificación de los estudiantes con nuestra universidad es un trabajo continuo y necesita que el estudiante pueda realizar trabajos para nuestra entidad. Aprovechando el espacio con que contamos en la universidad, fue posible utilizar el sitio para plantar arbolitos ornamentales, en lugares visibles de la universidad para que los estudiantes puedan sentir algo suyo dentro de la institución.

Con esta actividad realizada en el mes de septiembre de 2011, se impulsó al estudiante a aprender cómo se puede trabajar con la naturaleza, en forma ordenada, desde la planificación hasta el cuidado de los arbolitos, además de crear un espacio verde en nuestra universidad con plantas ornamentales acacias y pinos. Se practicaron valores de acercamiento del estudiante con la naturaleza y a ser responsable socialmente.



Convenios

El 18 de agosto de 2011 se firmó un Acuerdo Específico de Asistencia y Colaboración entre la Escuela de Inversores y la ULS a fin de realizar cursos de postgrado con énfasis en el campo de las finanzas a ser impulsados, dirigidos y brindados por la mencionada escuela con la acreditación y titulación de la ULS, con una vigencia de 3 años calendarios.



PROMOCION DE LA ULS EN LA CIUDAD DE EL ALTO

La Biblioteca Pública CINCA de la zona 16 de Julio de la ciudad de El Alto, auspició la 1° Feria Académica el sábado 22 de octubre de 2011, para dar a conocer a los estudiantes de tercero y cuarto de secundario de esa ciudad, diferentes instituciones de educación superior existentes en el medio.

Los estudiantes de 6to. semestre de Ing. Comercial de nuestra unidad El Alto, se hicieron presentes en el evento, a fin de informar acerca de la oferta académica de nuestra universidad, el perfil profesional de cada carrera, los beneficios que brinda el estudiar en la ULS y el compromiso con la calidad que se ha propuesto alcanzar tanto a nivel académico como la práctica de valores y el crecimiento individual de los estudiantes.



CHISTES COMERCIALES



Una pareja acude a la consulta de un terapeuta sexual. Sin más preámbulos, el caballero le dice: - Doctor, ¿podiera usted observarnos mientras tenemos relaciones íntimas? Lo que pasa es que tenemos un problema. El médico queda un poco atónito, pero acepta. Cuando la pareja termina, el doctor les dice: No hay nada malo en la forma como ustedes hacen el amor. Por la consulta son \$300 pesos.

Esto sucede varias semanas seguidas. La pareja hace una cita cada semana: Llegan, tienen relaciones sin problemas, pagan al doctor y salen. Finalmente, el doctor les pregunta:

- ¿Qué es exactamente lo que ustedes están buscando o cuál es específicamente su problema? El señor le dice:

-Ella es casada y no podemos ir a su casa. Yo soy casado y no podemos ir a la mía.

El Holiday Inn cobra \$850,

El Hilton \$1,350,

El Fiesta Americana \$1,100,

Los moteles ya andan en \$400



VISITA A LA FERIA EXPOCRUZ 2011

Como es de conocimiento de todos, el mes de septiembre se llevo a cabo la FexpoCruz en la ciudad de Santa Cruz de la sierra, Bolivia a la cual un grupo de estudiantes de la carrera de ingeniería comercial asistió con el fin de hacer un proyecto apoyados con algunos docentes de la carrera. El día jueves por la tarde los alumnos partieron y el viernes comenzó la inolvidable experiencia. El viernes por la noche fuimos a la feria con todos los alumnos, en la misma pudimos observar muchas empresas, grandes y pequeñas, de diferentes rubros, empresas como Entel, Tigo y Viva entre otras. El show en cada uno de estos lugares fue inolvidable. Las empresas importadoras de automóviles fueron las más visitadas por todos, entre estas empresas podemos observar a Toyota, Kia, Mercedes Benz, Luxor, Nissan, Land Rover y al importador de maquinaria de John Deere. Pudimos disfrutar de la presencia de celebridades internacionales como las hermanas Escudero, Saira Nara y Larisa Riquelme quienes fueron parte del espectáculo de las empresas de telecomunicaciones. La venta de ganado fue un éxito logrando ser uno de los eventos más importantes de la feria.

Fue una experiencia la cual nos permitió apreciar y comprender la importancia de un buen manejo del área de marketing para el éxito de una empresa y así obtener mejores resultados en lo que se refiere a promoción y

ventas.

En general pudimos apreciar la belleza de la mujer boliviana, su sencillez y la aceptación que tuvieron dejando de lado el regionalismo a cual estamos acostumbrados.

Fue una experiencia que ninguno de nosotros olvidara jamás, ver que nuestro país es grande, que nuestras empresas están creciendo, que tenemos una gran variedad de proyectos y que es nuestro deber es seguir haciendo crecer a nuestra querida Bolivia.



VISITA AL BANCO CENTRAL DE BOLIVIA

El Banco Central de Bolivia, órgano rector de la economía boliviana ha programado una serie de conferencias y eventos de tipo académico económico-monetario a fin de inducir a estudiantes y académicos al área de la investigación. Un numeroso grupo de estudiantes de Ingeniería Comercial asistió a los eventos conferenciales y muchos de ellos volvieron a visitar la biblioteca especializada del órgano rector.



BANCO CENTRAL DE BOLIVIA BIBLIOTECA "CASTO ROJAS" CICLO DE CONFERENCIAS GESTION 2011



Las conferencias se realizarán en las instalaciones de la Biblioteca "Casto Rojas" ubicada en la calle Ingavi esquina Yanacochoa N° 1005 a Hrs. 17:00.



FECHA	TEMA	EXPOSITOR
06/04/2011	La Misión Kemmerer y el Banco Central de Bolivia	Lic. Eduardo Pardo GERENTE GENERAL DEL BCB.
20/05/2011	La Macroeconomía, la Microeconomía y el BCB	Lic. Pablo Mendieta O. SUBGERENTE DEL SECTOR DE INVESTIGACIONES ESPECIALES
03/06/2011	¿Qué son las Reservas Internacionales	Lic. Ronald Pinto R. SUBGERENTE DE RESERVAS
8/07/2011	Informe de Política Monetaria	Lic. Rubén Aguilar Cruz ANALISTA DEL SECTOR DE INVESTIGACIONES ESPECIALES APEC
12/08/2011	Soporte tecnológico del sistema de pagos del BCB	Ing. Alfredo Lupe C. GERENTE DE SISTEMAS
02/09/2011	Archivística, gobierno electrónico y transparencia institucional	Lic. Marco Antonio Peñalosa JEFE DEPARTAMENTO DE GESTION DOCUMENTAL
26/10/2011	Informe de Estabilidad Financiera 1er Semestre 2011	Lic. Osvaldo Inusta JEFE DEL DEPARTAMENTO DE ANALISIS

SEMINARIOS EN LA CARRERA

En base a exposiciones nacionales e internacionales, se desarrollaron los siguientes eventos:

INGENIERÍA COMERCIAL AUSPICIA

Seminario Exposición

PRODUCTIVIDAD LABORAL EN BOLIVIA:
una historia negativa en camino de repetirse

Expone:
Luis E. Gonzales C.
Coordinador Académico
Magister en Matemáticas Aplicadas
Programa de Ingeniería de Maestrías
Fundación Universitaria La Salle de Chile

REVENCIÓN: Lic. 15
Fecha: martes 13 de septiembre de 2011
Hora: 17:30 a 19:00
Lugar: Auditorio 1
Se otorgarán certificados con valor curricular

La carrera de Ing. Comercial invita al Seminario:
Crisis Alimentaria y Medio Ambiente ¿Cómo nos Alimentaremos Mañana?

Soberanía y Seguridad Alimentaria en el Marco del Proceso de Cambio - Ing. José Campero *Marañón* - ONG ABDES

Política Azucarera, de la Producción a la Comercialización - Lic. Lucio Cuentas - Docente Investigador ULS

La carrera de Ing. Comercial invita al Seminario:
Crisis Alimentaria y Medio Ambiente ¿Cómo nos Alimentaremos Mañana?

Soberanía y Seguridad Alimentaria en el Marco del Proceso de Cambio - Ing. José Campero *Marañón* - ONG ABDES

Política Azucarera, de la Producción a la Comercialización - Lic. Lucio Cuentas - Docente Investigador ULS

Crisis Alimentaria y el rol de Pequeños Productores Campesinos - Lic. Gonzalo Colique - Fundación Tierra

FECHA: Miércoles 25 de Mayo de 2011
HORA: 15:00
LUGAR: Auditorio 1
Ingreso Gratuito

UNIVERSIDAD LA SALLE

LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL INVITA AL:

Seminario-Taller

Blanqueo de Capitales (Lavado de Dinero)

Expositor: Lic. Gabriela Villarreal

Contenido del Seminario

1. ¿Qué es Lavado de Dinero, Capitales, Activos o Legitimación de Ganancias Ilícitas?
2. Las etapas para el Lavado de Dinero y efectos económicos derivados de éste delito
3. Impacto del Lavado de Dinero sobre el sector financiero
4. Penalización y sanciones por el Lavado de Dinero
5. Instituciones Nacionales que trabajan en la lucha contra el Lavado de Dinero



LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL AUSPICIA:

Seminario-Taller

Mercados Financieros Internacionales

Contenido del Seminario

1. FOREX – Entendiendo el Mercado de Divisas
2. Invertiendo en las Bolsas Mundiales
3. Commodities – Qué son y cómo se puede invertir (Petróleo – Oro)
4. Bolsa de Valores en Bolivia Vs. Bolsa de Valores en Nueva York
5. Finanzas Personales – Entendiendo las señales de la economía y los secretos de las finanzas
6. Gestión y Creación de Empresas Financieras



FACULTADORES DE LA ESCUELA DE INVERSIONES
Lic. Ricardo Franz Dentoro Alarcón - Trader Profesional en Forex
MSc. Alberto Torrico Delgado - Analista de Inversiones

INVERSIÓN: Bs. 20
Fecha: Miércoles 2 de Julio
Hora: De 17:00 a 19:00
Lugar: Auditorio 1
Se entregarán certificados con valor curricular



LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL AUSPICIA:

Seminario-Taller

Blanqueo de Capitales (Lavado de Dinero)

Expositor: Mgr. Gabriela Villarreal

Contenido del Seminario

1. ¿Qué es Lavado de Dinero, Capitales, Activos o Legitimación de Ganancias Ilícitas?
2. Las etapas para el Lavado de Dinero y efectos económicos derivados de éste delito
3. Impacto del Lavado de Dinero sobre el sector financiero
4. Penalización y sanciones por el Lavado de Dinero
5. Instituciones Nacionales que trabajan en la lucha contra el Lavado de Dinero



Casos de Estudio

1. Descripción de una investigación financiera por Lavado de Dinero realizada en Bolivia
2. Descripción de una investigación financiera por Lavado de Dinero realizada en el exterior

INVERSIÓN: Bs. 10
Fecha: Miércoles 22 de mayo
Hora: De 18:00 a 20:00
Lugar: Auditorio 1
Se entregarán certificados con valor curricular



ADMINISTRACIÓN INTEGRAL DE RIESGOS FINANCIEROS

POSTITULO EN:

ADMINISTRACION INTEGRAL DE RIESGOS FINANCIEROS

U.S. PAQ - 10 DE JUNIO DE 2011
SABER U.S. PAQ - 4 DE JULIO DE 2011

CONTENIDO PROGRAMÁTICO

- Procesos de Implementación
- Impacto en el Valor Agregado
- Metodología de Implementación
- Manejo de Riesgos Individuales
- Metodología Integral de Riesgos

EVITE QUIEBRAS...
GESTIONE SUS RIESGOS!!!



miércoles 26/oct/2011
14:30 horas

- Entender y transformar el mundo que nos rodea conociendo y utilizando nuestras capacidades ingenieras
- El arte de hacer marketing
- Datamining y Políticas Empresariales
- El rol del Ingeniero Comercial y la Responsabilidad Social Corporativa
- Modelos cuantitativos aplicados a finanzas
- El sistema financiero te necesita

Ingreso Libre
Se entregarán certificados de asistencia

In-House training

para futuros Ingenieros Comerciales




Av. Jorge Cármona esq. calle Las Plumas, sin Teléfonos - 2792558 - 2792598 int. 1011 - jaramilla.essale@ucsl.edu.bo

Conferencia

La inflación y el peligroso juego con las expectativas..... (de una nación)

Mgr. Luis E. Gonzales
Lic. en Economía
Universidad Católica Boliviana
Maestría en Economía
Universidad Católica de Chile

Universidad La Salle - Auditorio 1

Febrero 10
19:00 horas
Ingreso Libre

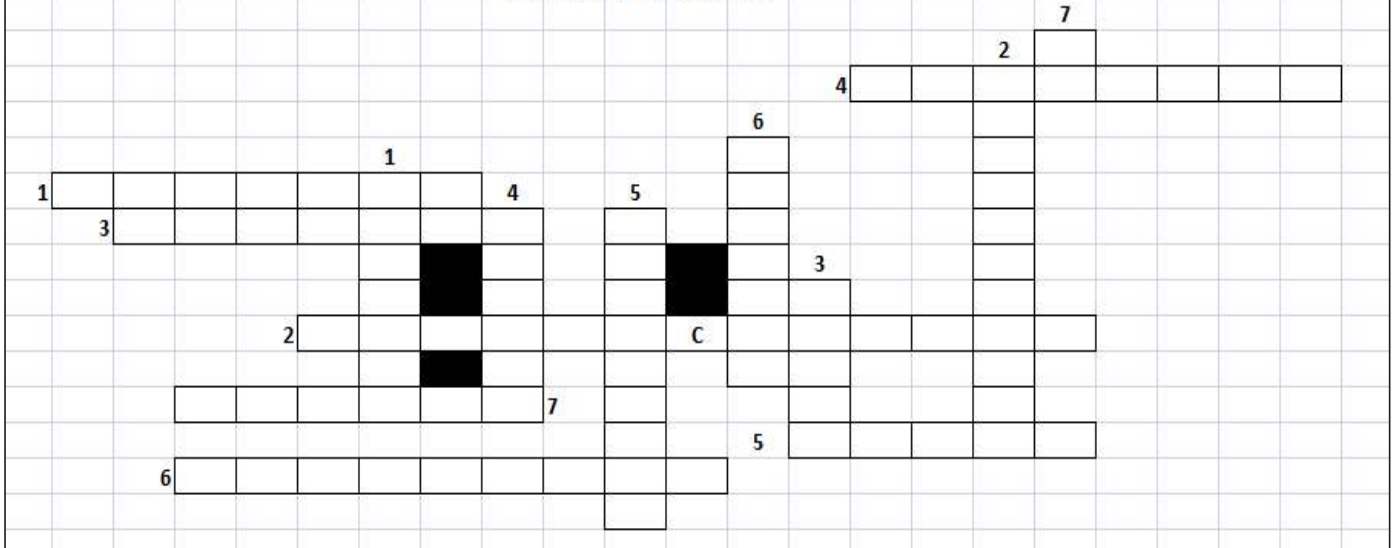



GESTIOGRAMA

S	A	P	A	G	C	H	A	I		A	L	O	M	A
X	R	E	F	O	F	O	N	A			E	W	A	X
A											S	L	S	V
C	G	V												
I	E	Y	N	C	I	R		U		O	S	I	N	
G										A	G		D	
O	T	O	P	O			E	O		N	L		W	E
						L		L		O	U		I	R
O	O	Z		U	G	O	S		P	Z	Y		C	D
C	N												H	I
P	O	C	H	A	G	O	R	E	R		L		G	A
S	A	P	A	N	Z	A	R	E	N	O		A	P	O

1. Preparación y ... de proyectos
2. Identificación del ...
3. Estudio de MDO mediante ...
4. Etapas de un proyecto: preinversión, inversión y ...
5. La ... es el estudio profundo de la etapa de inversión
6. Estudio histórico o ... de MDO
7. El ... es el objetivo superior de un proyecto
8. Para una causa pueden existir uno o varios ...
9. El ... es un estudio preliminar del proyecto
10. Enfoque del Marco ...

MACROGRAMA



HORIZONTALES

- 1.- Variable dependiente
- 2.- Estudia los agregados Económicos
- 3.- Variable explicativa de la función Consumo
- 4.- La extracción de bienes pertenece al sector.....
- 5.- Ahorro + Impuestos + importaciones es igual a
- 6.- Recursos que se destina del ingreso Nacional para bienes públicos
- 7.- Variable residual de ingreso (invertido)

VERTICALES

- 1.- Lugar donde se determina el precio
- 2.- Multiplicador de la
- 3.- Riqueza a costo de factores
- 4.- Cantidad de bienes y servicios que los productores disponen en la economía
- 5.- Macrovariables que aceleran la economía
- 6.- Expresiones simplificadas de la realidad
- 7.- Macrovariables del sector internacional



UNIVERSIDAD
LA SALLE

INGENIERIA
COMERCIAL



UNIVERSIDAD
LA SALLE