



Facultad de
Ciencias Económicas
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA



GRADUADOS

Mg. Danya Tavella

“Esta casa de estudios
es un modelo a tomar”

EMPRESAS

**Procter & Gamble:
Natalia Murano**

“Buscamos a la persona,
no a la posición”

INSTITUCIONAL

**Internacionalización:
de económicas
al mundo**



EDICIÓN SEMESTRAL
AÑO 6

oe 12

JULIO, 2016
DISTRIBUCIÓN GRATUITA
ISSN N° 1853-4465





OFERTA DE POSGRADO

CARRERAS

DOCTORADOS
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ECONOMÍA

MAESTRÍAS

DIRECCIÓN DE EMPRESAS
ECONOMÍA
FINANZAS PÚBLICAS PROVINCIALES Y MUNICIPALES
MARKETING INTERNACIONAL

ESPECIALIZACIONES

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Y CONTROL DEL SECTOR PÚBLICO
CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA
COSTOS PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL
GESTIÓN DE ORGANIZACIONES DE SALUD
GESTIÓN PÚBLICA
SINDICATURA CONCURSAL
TRIBUTACIÓN

PROGRAMAS

COACHING ONTOLÓGICO CON PNL
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
FINANZAS PÚBLICAS
GESTIÓN Y POLÍTICAS CULTURALES

CURSOS Y SEMINARIOS

PRESENCIALES Y VIRTUALES

OTRAS ACTIVIDADES

CAPACITACIONES A MEDIDA
CONFERENCIAS
DESAYUNOS EMPRESARIOS



Hacia la excelencia educativa con compromiso social

Autoridades

Decano

Mg. Martín Anibal López Armengol

Vicedecana

Cra. María Laura Catani

Secretario de Asuntos Académicos

Mg. Eduardo Andrés De Giusti

Secretaria de Relaciones Institucionales

Cra. Marina Dolores Gómez Scavino

Secretaria de Extensión Universitaria

Mg. Lilliana Cristina Galán

Secretario de Bienestar Universitario

Cr. Martín Raúl Masson

Secretaria de Planificación y Control Institucional

Lic. Laura María Persoglia

Secretario de Investigación y Transferencia

Dr. Facundo Luis Crosta

Secretario de Administración y Finanzas

Lic. Carlos Alberto Villalba

Prosecretaría de Inserción Laboral

Cra. Paula Beyries

Prosecretaria de Educación Continua

Lic. Julieta Odriozola

Staff

Editorial

Cra. Marina Dolores Gómez Scavino

Lic. María Amanda Plano

Lic. Santiago Manuel Barcos

Diseño y diagramación

María Soledad San Román

DCV Carla Arturi

DCV Paola Fondevila

Prensa y fotografía

Lic. Santiago Manuel Barcos

Lic. Ramiro Plano

Lic. Franco Dall'Oste

Rebeca Fernández Deandrea

Producción comercial

Escuela de Negocios, FCE, UNLP

Emanuel González Ponce

SUMARIO

Revista Institucional - Año 6 - Número 12 - Julio 2016

- 03 **EDITORIAL**
Mg. Martín A. López Armengol
Decano FCE, UNLP.
- 04 **INSTITUCIONAL**
Internacionalización: de económicas al mundo
Experiencias de alumnos y graduados
- 07 **EXTENSIÓN**
Lic. Matías Poggio
Transformando ideas en proyectos
- 11 **EXTENSIÓN**
Programa de Coequipo
Un proyecto de transformación
- 13 **EXTENSIÓN**
Mg. Liliana Galán
Entre lo académico y lo social
- 15 **GRADUADOS**
Mg. Danya Tavella
"Esta casa de estudios es un modelo a tomar"
- 18 **EMPRESAS**
Procter & Gamble: Natalia Murano
"Buscarnos a la persona, no a la posición"
- 22 **DOCENTES**
Cra. Ana María Petti
Estructura de Normas Contables Profesionales
- 25 **ALUMNOS**
Mg. Fernanda Barranquero (FCE) | Lic. Sandra Katz (UNLP)
Estudiar y trabajar en igualdad de condiciones
- 31 **DOCENTES**
Mg. Fernando Simonato
Los Millennials en Económicas
- 36 **INTERÉS GENERAL**
De la cocina a la calle: la movida foodie platense



Editorial

El Dr. Boaventura de Sousa Santos, recientemente designado Doctor Honoris Causa por el Consejo Superior de la Universidad Nacional de La Plata, destaca a la universidad del siglo XXI como un bien público, pues liga el presente con el mediano y largo plazo, por los conocimientos y la formación que produce y por el espacio público privilegiado para la discusión abierta y crítica que constituye.

En la editorial anterior, destacábamos la importancia del concepto de Responsabilidad Social Universitaria y del impacto que sobre los grupos de interés tiene esta filosofía de gestión. Próximos a cumplir los primeros 100 años de la Reforma Universitaria de 1918, se presenta una buena oportunidad para repensar el rol de la universidad pública argentina y su importancia en la sociedad actual, contextualizándolo con los cambios contemporáneos.

Ante este nuevo desafío, la entrevista a la Mg. Danya Tavela, actual Subsecretaria de Gestión y Coordinación de Políticas Universitarias de la Secretaría de Políticas Universitarias y graduada de esta facultad, es una buena referencia para considerar los principales tópicos en los que se plantea el futuro de la educación superior y, dentro de esta, de la Universidad Pública Argentina.

Si se analizan las expectativas que la sociedad tiene de las universidades actuales, claramente se puede observar que trascienden la mera transmisión de conocimiento. Hoy el accionar de las universidades, genera impactos sobre la propia organización, pues incide en el comportamiento individual y grupal de quienes trabajan o estudian en ellas. Genera además impactos educativos, influyendo en la formación de personas, en su escala de valores, en la manera de analizar y organizar los sucesos y en la definición de su ética profesional y de su rol social.

Asimismo, producen impactos cognitivos ya que son actores clave en la definición y selección de los problemas de la agenda científica, responsabilizándose por el tipo de conocimientos que producen, por su pertinencia social y por sus destinatarios. Finalmente, impactan socialmente en la medida en que pueden, o no, promover el progreso, contribuir a la formación de capital social, acompañar el desarrollo de sus comunidades y ayudar a resolver sus problemas fundamentales.

En síntesis, repensar el rol de la universidad pública significa colaborar en la consolidación de que el desarrollo de una sociedad debe necesariamente estar asociado a la educación pública, y, en esta convicción, la presencia y consolidación de las universidades como actores sociales que acompañen y protagonicen los cambios culturales, políticos y socioeconómicos propios de este nuevo siglo.



Lic. Martín López Armengol
Decano
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Nacional de La Plata

PROMOVIENDO LA INTERNACIONALIZACIÓN: DE ECONÓMICAS AL MUNDO

ESTUDIAR Y PERFECCIONARSE EN EL EXTRANJERO ES UNA DE LAS EXPERIENCIAS MÁS ENRIQUECEDORAS QUE UN ESTUDIANTE O PROFESIONAL PUEDA TENER. VERÓNICA LUNA CUENTA ACERCA DEL TRABAJO DE LA SECRETARÍA DE RELACIONES INSTITUCIONALES DE LA FACULTAD PROMOVIENDO LA INTERNACIONALIZACIÓN. ASIMISMO ALUMNOS Y GRADUADOS DE NUESTRA CASA COMPARTEN SUS EXPERIENCIAS DE ESTUDIO Y TRABAJO EN EL EXTERIOR.

La Secretaría de Relaciones Institucionales tiene entre sus objetivos el de desarrollar y fortalecer las relaciones internacionales universitarias. Por este motivo, desde el año 2013 viene trabajando en un programa que pretende abarcar las diferentes acciones que potencian la internacionalización de la Facultad.

Las diversas formas de cooperación y de movilidad internacional constituyen las actividades de internacionalización más visibles, conocidas y difundidas. Suelen ser las primeras que desarrollan las universidades y son imprescindibles para que se pueda observar, medir y mejorar la internacionalización.

Por ello se realizan las siguientes actividades para dar cumplimiento a los objetivos planteados a través de: talleres, charlas, seminarios, capacitaciones, difusión de convocatorias, convocatorias especiales, entre otras.

Las experiencias de alumnos y graduados de nuestra Facultad son muy diversas, considerando que la movilidad se puede dar como alumno de grado, de posgrado o bien, como egresado de nuestra casa de estudios con el fin de realizar un posgrado completo en el exterior.

En cada uno de esos casos mencionados, existe la posibilidad de realizarlo a través de diferentes tipos de convocatorias. Algunas otorgan una beca que cubre la totalidad de los costos, en otros, el financiamiento es parcial y, en otros, existe sólo la cobertura de los costos académicos como consecuencia de la existencia de un convenio de colaboración previo.

En este artículo podemos encontrar dos casos de movilidades de pregrado: uno en el marco de un programa denominado Escala Estudiantil (LT), enmarcado dentro de la Asociación de Universidades de Grupo Montevideo y otro, producto de una convocatoria a partir de un convenio específico existente (LE), donde la Facultad ha colaborado cubriendo parte de los costos.

Luego existen casos de alumnos que han realizado sus estudios de posgrado en el exterior. En un caso una maestría, la cual ha contado con una ayuda económica por parte de la Facultad, y en otro, una egresada que realizó una maestría y continúa con un doctorado en el exterior.

EXPERIENCIAS DE ALUMNOS Y GRADUADOS



Carolina Inés García

Alumna de la Licenciatura en Turismo

En el segundo semestre del año 2014 realicé un intercambio académico en la Universidad Federal de San Carlos – campus Sorocaba, en el estado de San Pablo, Brasil, a través de una beca del programa “Escala Estudiantil” de la Asociación de Universidades del Grupo Montevideo.

Fueron cuatro meses de un gran crecimiento personal y profesional, en los cuales interactué con estudiantes y profesores brasileños. No sólo tuve acceso al estudio de la actividad turística desde otro punto de vista, sino también la oportunidad de aprender un idioma in situ, conocer lugares, hacer amistades y sumergirme en una cultura diferente; además de visitar ferias de turismo y asistir a charlas y eventos, entre ellos la Semana del Turismo de la Universidad. La experiencia en su totalidad fue sumamente enriquecedora. Destaco la oportunidad que tuve de participar en el proyecto de extensión denominado “Observatório de Turismo do Estado de Sao Paulo - OTURESPP”. Mi tarea allí consistió en analizar los resultados de encuestas realizadas a las ciudades del estado de Sao Paulo, actividad cuyo desarrollo me fue de gran utilidad. **Los conocimientos adquiridos durante las clases y las distintas perspectivas que surgieron durante los debates propiciados en el aula fueron también muy provechosos a la hora de enfrentar desafíos académicos y profesionales posteriores.**



Noelia del Alamo

Estudiante de la Licenciatura en Economía

En 2015 tuve la oportunidad de estudiar un semestre en la Facultad de Economía, Administración y Contabilidad de la Universidad de São Paulo, Brasil. Las palabras no son suficientes para describir lo valioso que es un intercambio, tanto en lo académico y profesional como en lo personal. No sólo es viajar a otro país, estar lejos de casa y de la familia, sino que además significa aprender un nuevo idioma, adaptarse a otros métodos de enseñanza y aprendizaje, hacer amigos de todas partes del mundo, visitar lugares increíbles, conocer distintos estilos de vida y culturas. **Sin duda fue una de las mejores decisiones que tomé en mi vida. Es una experiencia inolvidable, un desafío personal, una aventura que requiere dejar de lado los prejuicios y los miedos para disfrutar al máximo cada momento.**

Agradezco a nuestra Facultad y a mi familia por haberme dado la posibilidad de realizar este viaje y aconsejo a los estudiantes que se animen a vivir esta experiencia única, no se van a arrepentir.



Juan Emilio Tettamanti Graduado de Contabilidad

Durante mi último año de cursada me dediqué a buscar becas para poder realizar una maestría en el exterior, siendo una tarea ardua pero muy gratificante al final de cuentas. Finalmente apliqué a una beca realizada en conjunto entre el Banco Santander de España y la Universidad Complutense de Madrid, quedando seleccionado entre 5 personas de toda Latinoamérica. Por ser integrante de un equipo de investigación y ayudante alumno de Contabilidad VII de la Facultad, pude aplicar a una beca de ayuda de estudios en el exterior otorgada por nuestra Facultad. Actualmente, luego de mi estancia de 2 años en Madrid, me desempeñé como Consultor Financiero-Administrativo en el ámbito privado, como coordinador del nuevo espacio de coworking de la FCE y continúo como ayudante diplomado de Contabilidad VII.

Lo más valioso de esa experiencia, además de haber hecho la maestría, fue haber podido conocer y hacer amistades con personas de todas partes del mundo. Conocer estilos de vida diferentes, costumbres, tendencias; esto creo que genera un plus a la hora de poder interactuar con grupos. Te hace más tolerante y abierto a nuevas ideas.

Lucía Macchia Graduada de la Licenciatura en Administración

Luego de unos años de haberme recibido realicé una maestría en Economía Conductual en City University London, en el Reino Unido. Dicha disciplina, más conocida como Behavioural Economics, estudia la toma de decisiones desde una perspectiva que combina conocimientos de economía y psicología. Desde los primeros años de la carrera, mi vínculo con la FCE ha sido bastante estrecho: participé como ayudante ad-honorem en las materias Administración I y Dirección y Gestión Empresarial, y este año estaré dictando el seminario de grado “Toma de decisiones: Razón e intuición”. Luego de recibirme me desempeñé en dos empresas, Deloitte y Petrobras. Ambos tipos de experiencias me dieron la posibilidad de descubrir la clase de trabajo en la que quería desarrollar mi carrera. Es por eso que decidí realizar una maestría cuyo enfoque sea académico en vez de corporativo. La misma me permitió adquirir conocimientos de econometría y métodos de investigación y realizar mis primeros proyectos en diferentes universidades de Londres. Actualmente estoy realizando un doctorado basado en los determinantes macroeconómicos del bienestar en culturas latinas.

El intercambio fue una experiencia enriquecedora a nivel personal. Me permitió estar en contacto con personas de otros países, aprender sus idiomas, vivir sus culturas y transmitir la nuestra.

Para los que planean hacerlo, aconsejo que no se desanimen, el proceso es largo y la competencia es ardua, pero al final del camino todo esfuerzo tiene su recompensa.

O CREEN EN IMPOSIBLES. PARA LOS INQUIETOS PARA AQUELLOS QUE SE INQUIETAN Y QUE PERSEGUIAN Y SE INQUIETAN PARA LOS...



MATÍAS POGGIO ES LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS (UNLP), Y EMPRENDEDOR. CO-FUNDÓ WAGON, COMBOCRIOLLO, Y KUSCO. ADEMÁS, DIRIGE LA UNIDAD DE DESARROLLO EMPRENDEDOR Y ES DOCENTE DEL SEMINARIO "CREACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS" EN LA FACULTAD.

“TRANSFORMANDO IDEAS EN PROYECTOS”

JÓVENES EMPRENDEDORES Y LA EXPERIENCIA COWORKING

ENTREVISTA | MATÍAS POGGIO
COORDINADOR DE LA
UNIDAD DE DESARROLLO EMPRENDEDOR

Es muy común asociar la idea de perseguir los sueños con el movimiento emprendedor. ¿Qué reflexión te merece esto?

A priori, en el mundo del emprendedorismo, el gran foco es poder vivir de lo que a uno le gusta, lo que genera una asociación bastante explícita con "perseguir tus sueños". En general tiene que ver con cosas que uno desea, a las que uno quiere dedicarse. Nosotros decimos que no sentimos que estamos trabajando porque hacemos lo que nos gusta, más allá del esfuerzo que se dedique o el tiempo que implique. De alguna manera, lo que tratamos de impulsar, es que las personas puedan explotar sus talentos y

puedan vivir haciendo lo que les gusta o aquello que les sale bien.

¿Tener un espíritu emprendedor puede ayudar a transitar mejor ciertas circunstancias o crisis de contextos?

Sí, un poco, además del espíritu se habla de las capacidades emprendedoras. Espíritu emprendedor le decimos al empuje, a las ganas, o a la garra; es decir, al hecho de seguir para adelante. Así que, de alguna manera, esos escollos, esos fracasos o esas trabas que van apareciendo en el camino del emprendedor, son cosas bastante lógicas y comunes. Cuando se habla del espíritu emprendedor, se

habla de ese coraje, esa valentía y de la perseverancia. Pero, a su vez, se habla de las capacidades emprendedoras que tienen que ver con el desarrollo personal o profesional que un sujeto adquiere, ya sea un emprendedor completamente libre con su propio proyecto o bien, que trabaje en una organización determinada. Este último caso, es lo que se llama el *intrapreneur*. Tiene que ver con el emprendedor dentro de una organización que en vez de aplicar ese espíritu a un proyecto propio, lo pone al servicio de una organización ajena, tratando de motivar proyectos que a él le interesan. Definitivamente, esa "falta de miedo al fracaso", y el "querer salirte siempre con la tuya", hacen que cuando las cosas no van bien, aparezca ese empuje plus que te hace seguir para adelante.

¿Cuál es tu opinión sobre la formación en emprendedorismo en la educación superior?

Tanto en la educación superior, como en la educación general, hoy por hoy, el mundo habla de la necesidad de educar en capacidades emprendedoras, ya que favorecen la formación del espíritu emprendedor.

Es la eterna dicotomía de si el emprendedor nace o se hace. Es importante que plantemos esa semilla, porque mientras antes lo hagamos, mejor y más fuerte va a crecer esa planta. Y cuantos más emprendedores generemos, habrá gente con mayores capacidades de desenvolverse bien laboralmente; más felices (porque hacen lo que les gusta), y que aportan más a la sociedad, generando trabajo. Si la formación se incorpora a la educación superior, bárbaro, pero si puede ser antes, en instancias primarias, mejor. En países como Israel, Estados Unidos, Chile, Noruega y Finlandia (sobre todo), ha cambiado mucho el paradigma de cómo educar. Es fundamental atender en qué áreas se desarrolla mejor la persona, o con qué actividades es feliz, para que se pueda desenvolver en esa temática.

No sólo teniendo en cuenta las disciplinas duras, sino también las artísticas y las de comunicación, por ejemplo. Estas cuestiones ayudan, desde instancias bastantes tempranas, al desempeño en diferentes ámbitos y contextos.

Por todo esto, creo que es muy importante que el emprendedorismo forme parte de la currícula tanto en una escuela primaria como en la secundaria y en la formación profesional. Hoy hay muchas universidades que están tomando las bases del desarrollo emprendedor en todas sus carreras. Desde Arquitectura y Diseño, hasta ciencias duras como Economía e Ingeniería tienen, en algún trayecto de la currícula, materias que tienen que ver con emprendedorismo.

Acá en la Facultad de Ciencias Económicas armamos una Unidad de Desarrollo Emprendedor, que depende de la Secretaría de Extensión, y que tiene como objetivo generar asistencia técnica, redes, y capacitación. La idea es fomentar con diferentes actividades el despertar del espíritu innovador, y que las personas que transitan la Facultad, se den cuenta de que pueden tener un sueño o una idea y llevarla adelante. Para eso incorporamos una currícula, a través de un seminario de grado, tanto para alumnos de la Facultad como de otras carreras de la Universidad, y varios proyectos de extensión que buscan dar esas herramientas a la comunidad externa a la Facultad con menores oportunidades de educación formal. Además se da asistencia técnica puntual a emprendedores, actividades de difusión, búsqueda de financiamiento, actividades para formar redes de contactos (para que el emprendedor pueda llevar su idea más rápido al campo) y actividades netamente de formación. Es en este marco, y honrando el espíritu emprendedor, que se está gestando en la Facultad un espacio de *coworking*.

¿De qué se trata la experiencia "coworking"?

La palabra *coworking* viene de

crowdworking, *crowd* como multitud y *working* de trabajo; después se pasó al *crowdsourcing*, *sourcing* como recursos. Por último, se fue desarmando la palabra y se reconoce en el lenguaje como *coworking*, que tiene que ver con el espacio de trabajo y con la generación de conocimiento en estos espacios. En el mundo que vivimos, de las tecnologías y el avance de la información, empieza a darse una muy buena relación de trabajo entre gente que tiene diferentes saberes y diferentes aptitudes. Entonces el *coworking* lo que busca es, en el mismo espacio de trabajo, desarrollar de manera rápida, los emprendimientos de cada una de esas personas o de cada uno de esos equipos. Lo que aporta cada uno a esos grupos de trabajo es lo que trae y lo que sabe hacer. Supongamos que viene alguien del área de diseño con un proyecto propio de esa especialidad, y otro que tiene que ver con la venta *online*, ambos se pueden potenciar: el programador contribuye con el proyecto del diseñador, y el diseñador con el del programador. Así, ninguno tiene que salir a buscar el acompañamiento en el mercado y se van nutriendo unos a otros. Realmente el movimiento del emprendedorismo en todo el mundo es muy colaborativo. A estas nuevas herramientas o situaciones que pueden surgir, como es el caso del espacio de trabajo (que son oficinas compartidas donde todos trabajan de manera comunitaria y se prestan recursos y saberes), se les suma, por ejemplo, el *crowdfunding* (que tiene que ver con multitud y fondos), espacio en el que se busca que las multitudes apoyen una propuesta de trabajo. Entonces aparecen aplicaciones que permiten que cada uno pueda, con pequeñas colaboraciones, fondear una idea que quiere realizar. Con esto además se abandona el viejo paradigma de la individualidad y de la persona que todo lo podía y todo lo hacía sola, para entender un mundo mucho más

¿Qué es una “usina de ideas”? ¿Por qué una idea puede ser interesante y transformadora para una persona y para otras no?

Usina es el nombre que le pusimos al espacio. Nos pareció significativo que esté relacionado a un lugar donde constantemente se están generando cosas, que siempre esté en movimiento; responde a la generación de ideas, y remite un poco a la usina como pequeña fábrica: entra agua y sale energía. Bueno, acá entran ideas y salen proyectos. Lo óptimo es que salgan proyectos en marcha, que generen trabajo, que hagan un aporte de valor a la sociedad en la cual se insertan.

Con respecto a cuándo una idea es buena o es mala, Peter F. Drucker, que es uno de los gurús del *management*, acuñó una frase que se hizo muy popular en la bibliografía y en el mundo del emprendedorismo, que es: “Por una idea pago un dólar, por una implementación pago un millón”, diciendo que la idea no vale nada si no hay alguien que la implemente. Si bien todos estamos de acuerdo con eso, nosotros lo llamamos “tener piernas”, “tener alma”, o sea, caminar el emprendimiento. No es solamente tener una idea en la ducha y dejarla ahí, sino caminar realmente el emprendimiento e ir superando los escollos. Y esto sería la implementación: salir a la vida real, a la calle, a llevar adelante el proyecto.

¿Cuáles son las competencias más importantes que debe tener un joven emprendedor y por qué?

Bueno es esto de “cabeza, corazón y piernas”. Cabeza apunta a que sea una persona inquieta, y que se le ocurran cosas, porque de alguna manera es lo que hace despertar ese querer ser diferente, innovador y largarte por tu cuenta. Por otro lado, corazón para creer que esa idea le sirve al mundo, y piernas para caminar hasta donde sea, que esa idea sea un hecho y se transforme en una realidad. Entonces ahí hay un equilibrio entre el creativo y el que le pone el empuje.

Generalmente no se pretende un emprendedor que sea como el súper-emprendedor. Yo creo que las películas de una persona que en dos horas se volvió multimillonaria, o se volvió el dueño de Apple, nos hacen un poco mal: porque no fueron ni dos horas, ni fue una sola persona, fueron muchas circunstancias que hicieron que eso suceda. Dentro de ello también está lo fortuito, es decir, haber nacido en un determinado lugar, en una determinada familia, en un determinado contexto, y que todo esto propicie querer hacer determinada cosa. Luego el haberse rodeado de determinadas personas para formar un equipo emprendedor y llevar una idea adelante. Después habrá alguien que lidere, que es quien cuenta esa idea, y otro que será más bichito de laboratorio, que estará en la cocina, programando, produciendo o lo que fuera, pero que no suele tener tanta visibilidad. Por eso no podemos hablar de “el” emprendedor: hay equipos emprendedores que hacen las cosas. Por lo cual, algunas veces, lo que no tiene uno lo tiene el otro. Entonces, lo que tratamos de buscar es que se generen equipos muy sinérgicos que se puedan complementar en este proceso emprendedor.

Así que si me preguntás por las competencias, no te podría responder “las tres competencias básicas son...”. No, yo creo que hay equipos emprendedores, hay circunstancias, y creo que todo se puede formar. No creo en el emprendedor del año, o en las 5 claves del éxito. Los que trabajamos en emprendedorismo entendemos que ser emprendedor es mucho más complejo que reunir 5 características.

¿En Argentina cuál es la situación en cuanto a emprendimiento se refiere?

Históricamente (muchos autores lo reflejan), Argentina es uno de los países con mayor tasa de emprendimientos por año. Pero a su vez, tiene una tasa

de fracaso muy grande. Incluso se dice que en Argentina, alrededor del 70% del empleo está generado por pymes, que en algún momento fueron emprendimientos. Por lo cual el aporte que estos hacen al ecosistema emprendedor, al empleo, al PBI per cápita, a la economía, y por lo tanto, a la ciudadanía y la población, es altísimo. Yo creo que el sector ha avanzado, pero que todavía es una actividad incipiente. Creo que estamos creciendo en ese aspecto, que cada vez hay más gente que entiende al emprendedorismo como una posibilidad, y una perspectiva de desarrollo personal. El mundo empieza a mostrar las potencialidades que esto tiene y Argentina se sube a este tren, después de haber crecido mucho en los últimos años. De hecho se dice que por características el LATAM (es decir Latinoamérica), es una de las regiones con mayor capacidad de crecimiento en los próximos diez años.

¿Qué consejos más importantes le daría a alguien que comienza a emprender?

Cortita y al pie: que crean en sí mismos, que vean esta entrevista, o que estudien, que hagan cursos, que investiguen por internet, que vean documentales, pero que no le hagan caso a nadie; que crean en sí mismos. Está bien escuchar a todos, pero la capacidad de discernimiento y de disrupción está en uno mismo.

El mundo actual es muy contradictorio. Yo te puedo decir: “Más vale pájaro en mano que cien volando”, y al rato decirte: “El que no arriesga no gana”, cada refrán tiene otro que lo contradice. Llevándolo al campo más académico, toda teoría tiene otra teoría que la contradice, y creo que en el emprendedorismo pasa lo mismo. Es decir, está bien escuchar a todos, pero cada uno tiene que formar su propio discernimiento. ■

PROGRAMA DE COEQUIPO

UN PROYECTO DE TRANSFORMACIÓN

COEQUIPO ES UN PROGRAMA DE ASESORAMIENTO ESTUDIANTIL A ORGANIZACIONES DEL MEDIO, DEPENDIENTE DE LA SECRETARÍA DE EXTENSIÓN Y EL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA FACULTAD. EL PROGRAMA COMENZÓ EN EL AÑO 2015 Y ESTA ES SU SEGUNDA EDICIÓN.

El objetivo del programa es brindar un servicio de asesoramiento técnico especializado a organizaciones e instituciones de la comunidad de La Plata y alrededores, a la vez que se ofrece una práctica tutorada a los alumnos de la carrera de Licenciatura en Administración. "Los objetivos del programa responden a los objetivos de la extensión universitaria, como actividad transformadora de la sociedad", comentó al respecto la secretaria de extensión, Mg. Liliana Galán. "La respuesta de docentes, graduados y estudiantes a la convocatoria superó lo previsto, por lo cual el proceso de preparación y puesta en marcha fue muy cuidadoso. Esto propició que los objetivos pudieran cumplirse", agregó.

El programa da cuenta de la responsabilidad que tiene la Facultad en general y la carrera de Administración en

particular con la comunidad en la que está inserta, y con las organizaciones que se desenvuelven en la misma. Por otra parte, se fundamenta en la necesidad de complementar la formación académica de los alumnos de Administración con actividades prácticas que incentiven el desarrollo de habilidades de liderazgo, trabajo en equipo, resolución de problemas, oratoria, dominio de herramientas técnicas y otras propias de la disciplina.

"Una visita de Martín Fernández Molina, secretario del departamento de Ciencias Administrativas de la FCE a una universidad brasilera despertó la inquietud; mientras en el Programa Amartya Sen (PAS), Matías Poggio presenta como proyecto Coequipo, para prestar servicios a la comunidad en instituciones y organizaciones de la sociedad, sin posibilidades de acceder a un asesoramiento



remunerado. Con ambas ideas latentes, estuvimos a la expectativa de la oportunidad para institucionalizarlo", comentó Galán.

UNA REFORMULACIÓN DE SISTEMAS

Los coordinadores del programa son alumnos avanzados de la carrera de Administración que tienen responsabilidades y funciones relacionadas con la gestión del Programa. Estos alumnos actúan siempre bajo la supervisión de los directores del Programa y con el asesoramiento técnico permanente de los docentes tutores.

Esta articulación, entre educación y práctica, está sostenida en la filosofía de fomentar el pensamiento crítico y la creatividad. Para esto, se vuelve indispensable reformular los sistemas de enseñanza-aprendizaje, para lo cual se deben dominar los procesos de abstracción, pensamiento sistémico, capacidad de experimentar y capacidad de trabajar en equipo.

EL DESTINATARIO: LA COMUNIDAD

El programa está dirigido a organizaciones e instituciones de la ciudad de La Plata y alrededores, que precisen asistencia técnica en las disciplinas administrativas para poder ser más eficientes, superar trabas, ser rentables y crecer. Tanto asociaciones civiles, organizaciones no gubernamentales,

clubes, cooperativas como empresas privadas, empresas familiares y pymes, participan regularmente de la iniciativa. En tal sentido el Programa abarca las siguientes áreas: Finanzas y Costos; Gestión de Personas; Marketing y Comercialización; Procesos y Circuitos Administrativos.

Los resultados han sido "sumamente satisfactorios" durante el año 2015, "desde la convocatoria, el compromiso y el desempeño, hasta la participación de los equipos para cumplir con los objetivos establecidos".

"El Programa superó mis expectativas (que eran muchas), fortaleció mi pasión por la profesión, me abrió mucho la cabeza y las relaciones que se crearon fueron muy positivas", declaró un estudiante consultor.

Por su lado, Liliana Galán reflexionó: "La convocatoria a las organizaciones del medio fue muy positiva y el trabajo de los equipos fue evaluado satisfactoriamente por todos los actores: los docentes que hicieron un trabajo de supervisión y guía responsable, los graduados que coordinaron los grupos de estudiantes y las organizaciones destinatarias del asesoramiento".

Como en todo programa que se inicia, el proceso de implementación fue una puesta a punto de su funcionamiento. Sin embargo, como declaró la Secretaria, "el balance de Coequipo, en esta primera etapa, es muy positivo". ■

UNION Industrial
U.I.
del Gran La Plata

Promoviendo trabajo para dignificar al hombre.

Calle 47 N° 271 e/ 1 y 115 • CP 1900
TEL (0221) 423 4505 • FAX (0221) 423 4507
www.uiglp.org.ar



ENTREVISTA | MG. LILIANA GALÁN

ENTRE LO ACADÉMICO Y LO SOCIAL

LA SECRETARIA DE EXTENSIÓN, MG. LILIANA GALÁN, REFLEXIONA AL RESPECTO DE LOS PROYECTOS DE COEQUIPO Y *COWORKING*, EN EL MARCO DE UNA MIRADA INTEGRAL QUE ARTICULE LO QUE OCURRE DENTRO DE LAS INSTITUCIONES, CON LA SOCIEDAD QUE LAS RODEA.

Estos proyectos apuntan, de alguna manera, a articular lo “académico” con lo “social”. ¿Por qué es importante para la Facultad generar ese vínculo?

Creo que el vínculo está implícito en toda actividad que la Universidad realiza. Sucede que estos proyectos lo explicitan en acciones que van más allá del trayecto curricular, en esto reside la importancia para la Facultad y para la sociedad. Los alumnos salen del aula para aprender y constatar el aprendizaje ofreciendo un servicio que tiene impacto en las organizaciones de la sociedad. La Facultad se zambulle en la trama social a través de las organizaciones, ampliando la visión tradicional economicista hacia una visión integral de desarrollo humano.

En principio, se infiere una relación básica entre Coequipo y

***Coworking*, ¿cómo se articulan? ¿Qué los une y qué los diferencia?**

Coworking es un espacio de trabajo colaborativo que metafóricamente derriba las barreras entre la Facultad y la sociedad, orientado en particular a los emprendedores actuales y potenciales. Coequipo es un programa de asesoramiento estudiantil a todo tipo de instituciones del medio. Ambos se ubican en la filosofía de establecer una doble vía entre la Facultad y la sociedad.

Tienen en común el asesoramiento y apoyo en las disciplinas de la Facultad a distintos actores de la sociedad. Obviamente, que se compartirán experiencias, espacios de trabajo, charlas, talleres y esto impactará positivamente a ambos proyectos y a todos aquellos que lo necesiten.

¿Cuáles han sido los frutos de ambos proyectos? ¿Cómo enriquecieron a la Facultad?

En *Coworking* recién está puesta la semilla, el espacio físico es una realidad en la Facultad, por lo cual no hay frutos aún. Aunque sabemos que el terreno tiene mucho potencial.

Coequipo en cambio, ya dio sus primeros frutos. La Facultad se enriquece con los aprendizajes adquiridos y con la visibilidad de sus decisiones que transforman el discurso del compromiso social en acciones concretas.

¿Qué se espera a futuro de ambos proyectos? ¿Qué otras iniciativas, en este sentido, interesa desarrollar en la Facultad?

El propósito es consolidar el Coequipo, que este proyecto tenga un efecto multiplicador, tener continuidad en el tiempo y poder medir el impacto interno en los estudiantes, y externo en la sociedad y en las instituciones.

Respecto a *Coworking*, son muchas las expectativas. La Facultad ha hecho una inversión importante, no solo

económica, sino también de confianza. En la ciudad no hay iniciativas de instituciones públicas de estas características, por lo cual, esperamos trabajar en red con el sector público, privado, local e internacional. Parece muy ambicioso, pero la virtualidad hoy lo permite, de manera que allá vamos.

La Facultad desde mi punto de vista, se ha convertido en los últimos años en una usina de iniciativas innovadoras en todas las áreas: académica, transferencia, investigación y extensión. Iniciativas que se van convirtiendo como estas en acciones concretas, con la seriedad que caracteriza a Económicas, todas ellas enfáticamente comprometidas con la sociedad. De manera que creo que a la Facultad le interesa desarrollar todas aquellas propuestas que se alineen en esta filosofía. La extensión en Económicas da prueba de ello, con los proyectos destinados a organizaciones sociales, a emprendedores en situación de vulnerabilidad, a la población de discapacitados, al apoyo en el aprendizaje de matemáticas destinado a los niños, a la valoración del patrimonio de la ciudad, entre otros. ■

Protegemos aquello que más te importa

*Disfrutá la vida con la tranquilidad
de estar bien asegurado.*



CASA CENTRAL: Avenida 7 N° 755 - B1900DHB - LA PLATA
Telefax: (0221) 513-3200 / 0810-999-3200 (exclusivo CABA, La Plata y GBA)
info@segurosrivadavia.com - www.segurosrivadavia.com

f/segurosrivadavia





ENTREVISTA | MG. DANYA TAVELA

“ESTA CASA DE ESTUDIOS ES UN MODELO A TOMAR”

DANYA TAVELA, GRADUADA DE LA FACULTAD Y ACTUAL SUBSECRETARIA DE POLÍTICAS UNIVERSITARIAS DE LA NACIÓN, EXPLICA ALGUNOS LINEAMIENTOS QUE SE PROPONEN TRABAJAR DESDE EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN. ADEMÁS REFLEXIONA SOBRE EL PROBLEMA DE LA MASIVIDAD Y LA CALIDAD EN LA EDUCACIÓN, Y DESTACA LA NECESIDAD DE TRABAJAR EN UN MODELO EDUCATIVO QUE RESPETE LAS DIFERENCIAS.

¿Qué acciones tienen pensado desarrollar desde la Secretaría de Políticas Universitarias de la Nación en relación con la UNLP?

Nosotros analizamos una situación muy compleja porque encontramos muchísima deuda acumulada en términos financieros para con las universidades, incluso para con las becas de los estudiantes había dos meses de deuda. Encontramos también una distribución muy discrecional de los fondos de estos últimos dos o tres años y, por supuesto la Universidad Nacional de La Plata no está entre las favorecidas.

Con lo cual, lejos de querer iniciar un proceso de resentimiento, tenemos la necesidad de transparentar la relación del Estado con las universidades y volver a la distribución presupuestaria de equilibrio, que tenga en cuenta en un principio, los parámetros más razonables: cantidad de alumnos, calidad académica, rendimiento, entre otros. Volver a esta lógica para la UNLP ya va a ser un paso importante. Para nosotros esta casa de estudios es una fortaleza en el nivel universitario, así que quienes forman parte de ella,

van a tener mucha tarea en políticas universitarias.

¿Qué acciones concretas tienen desde la Secretaría en cuanto a Voluntariado y Bienestar Universitario?

Lo primero que vamos a hacer es cambiar el nombre del programa por el de Compromiso Social, para referir a esta idea de la Reforma de 1918. Estamos próximos a cumplir el centenario y nos parece importante quedarnos con las mejores tradiciones y empezarlas a rediscutir de cara a lo que viene. Fundamentalmente queremos incentivar la obligatoriedad de las prácticas solidarias en las carreras de grado. El Voluntariado fue un buen programa, tenemos una buena evaluación, creemos que se puede mejorar si logramos que efectivamente se inserte en las carreras de grado. La próxima convocatoria estará orientada a eso y se va ir profundizando.

Respecto a Bienestar, nosotros ya no estamos pensando solamente en que sea sólo una cuestión de becas, eso ya está garantizado con el presupuesto y demás. Queremos armar un programa más amplio que tenga tres ejes fundamentales en el trayecto del estudiante: el acceso, la permanencia y el egreso. Que tenga que ver no sólo con una necesidad económica o una necesidad de cubrir algunos gastos que no puede sobrellevar, sino que además tenga todo un acompañamiento académico que premie el rendimiento pero que también lo acompañe a obtener ese rendimiento. Así, dentro del programa de Bienestar, van a haber acciones concretas que tienen que ver con fortalecer la infraestructura de la Universidad para atender los requerimientos de aquellos jóvenes, que por situación socioeconómica, no pueden estudiar. También va a ser fundamental reforzar los vínculos con las áreas académicas y demás, para fortalecer la actividad académica propiamente dicha.

Uno de los desafíos de la educación superior y de ciertos espacios de formación está en el hecho de combinar calidad y masividad, ¿qué opinión le merece al respecto esta cuestión?

Para mí masividad y calidad ya es una discusión saldada en los noventa. Creo que la FCE puede dar experiencias ciertas de que estas cosas pueden suceder. Es una de las más grandes de la UNLP junto con Humanidades. La vida me ha dado la posibilidad de recorrer múltiples espacios pero cuando vos

decís que sos graduado de la UNLP y de la Facultad de Ciencias Económicas la gente dice: “Muy buena formación tiene esa Facultad”, pero no por lo que uno demuestre, sino porque se sabe. Esta casa de estudios es un modelo a tomar.

La calidad no es una cosa que ocurre en el aula solamente y esta es otra discusión para dar. La calidad ocurre en el nivel institucional, cuando se priman los valores democráticos de cogobierno y la participación por sobre las decisiones autoritarias. Yo podría hablarte de universidades de muchísimo menor tamaño cuya calidad no es suficiente y no necesariamente por la masividad.

La calidad al menos tiene cuatro dimensiones: por un lado la calidad institucional con la gestión y la política, lo que te dará el clima donde se desarrolla todo lo demás; la calidad del proceso académico con planes de estudios; la calidad vinculada a la función social que ejerce la Universidad hacia afuera y la calidad de investigación. Entonces no es un problema de masividad, sino que tiene que ver con estas cuatro dimensiones y nosotros desde la Secretaría trabajamos en eso. Le vamos a pedir a todas las universidades que se autoevalúen, que hagan su evaluación externa cuando no lo hayan realizado y además, que elaboren un plan estratégico. Porque esa es otra de las discusiones que vienen. ¿Qué vamos a hacer con el sistema universitario? ¿Vamos a seguir abriendo ventanillas de financiamiento o vamos a decir “este es su presupuesto”, en el marco de su autonomía y de su plan? Esto tiene un vínculo directo con el rol que tienen para cumplir en el medio donde se desarrollan y llevan adelante las decisiones que toman. Para tomar buenas decisiones hay que tener calidad institucional y ese es el paso que tenemos para discutir. La masividad y la calidad son perfectamente compatibles en el marco en que lo lleves adelante.

La deserción también es uno de los temas preocupantes, ¿qué políticas llevarán a cabo desde la Secretaría al respecto?

Nosotros vamos a generar un programa de articulación con la escuela secundaria de todo el sistema universitario. Hay experiencias aisladas muy interesantes y sobre todo en las universidades de menor tamaño, donde la relación es mucho más directa. Nosotros queremos ir hacia un sistema

“Le vamos a pedir a todas las universidades que se autoevalúen, que hagan su evaluación externa cuando no lo hayan realizado y además, que elaboren un plan estratégico”.

donde las universidades combinen en quinto y sexto año de los colegios secundarios a nivel jurisdiccional. Estamos trabajando en este plan que es muy ambicioso sobre todo en provincia de Buenos Aires que es una masa crítica importante. Acá la clave es esa, que no haya deserción en el primero y segundo año, los chicos tienen que terminar quinto y sexto año con un nivel de formación que les permita o ir al mundo del trabajo o ir a la Universidad y poder sortear el primer año.

El primer año tiene más que ver con lo actitudinal que con el saber, porque a esto vos lo vas a ir adquiriendo en el aula. Ahora si vos no tenés una cuestión actitudinal de responsabilidad, de horas de estudios, de sentarte a comprender, es muy difícil que se pueda superar. Nosotros queremos trabajar eso, en cuarto, quinto y sexto año, en conjunto con las universidades.

Suele pensarse y debatirse a la educación bajo determinados paradigmas: desde la enseñanza tradicional, progresista, por competencias o mixta, entre otros, ¿Qué lugar se concibe desde la Secretaría de Políticas Universitarias de la Nación?

Volvemos al tema de la autonomía. Tenemos que discutir en una sociedad heterogénea, con realidades heterogéneas, que van desde lo geográfico, lo social, lo económico, qué tipo de educación tenemos y a dónde queremos llegar. Nosotros tenemos jóvenes competentes que tienen habilidades y técnicas para desarrollar un trabajo que quizás no exista el día que ingresan a la Universidad, mucho menos cuando ingresan al secundario. Hoy la gente que dirige empresas te dice que “los jóvenes no están preparados

para el mundo del trabajo no porque nos sepan, sino porque no saben asumir las responsabilidades”. Hay que discutir con la heterogeneidad que tenemos, cómo hacemos para que todos los jóvenes de la Argentina terminen el secundario, pero que culminen y que tengan las competencias de las que hablamos. Elegir cuál es el modelo es muy difícil, pero además pecaríamos de una soberbia que el Ministerio no podría implementar. El secundario dejó de tener un objetivo, cuando yo estudiaba nos preparaba o para el trabajo o para seguir en la Universidad. Ahora es: “vamos durante 6 años a un colegio y luego vemos que hacemos”.

¿Cómo debería pensarse la “responsabilidad social” en el ámbito universitario?

La responsabilidad social de la Universidad es formar los mejores graduados en términos de profesionales y ciudadanos. Cuando la Universidad se preocupa más en cómo resuelve un problema puntual de un colegio que no tiene pintura o algún otro tipo de problema pierde la lógica de lo que tiene que hacer. Para mí la Universidad tiene que formar graduados comprometidos con la sociedad y listos para ejercer los liderazgos económicos, sociales y políticos.

¿Cómo concibe la Universidad del futuro en términos de procesos de enseñanza y aprendizaje?

Tenemos que hacer muchos cambios, la Universidad está justo para hacer procesos en este sentido. En primer lugar y sin olvidarnos de los viejos objetivos o de las tradiciones más fuertes, tenemos que entender que el proceso de enseñanza - aprendizaje no va más por donde lo vivimos nosotros. Hoy nuestros hijos tienen una cantidad de información que incluso superan al profesor. Los docentes tenemos que pensar en otra lógica, acompañando a los alumnos desde otro lugar, ser guías, generarles la vocación y la curiosidad. Tenemos que ser más dinámicos a la hora de plantear nuestro proceso de enseñanza - aprendizaje, tenemos que hacerlo juntos. Esto no significa perder autoridad, ni respeto, tampoco capacidad de calificación. Hay que tener muy claro que como el rendimiento se premia, al aprendizaje también hay que volver a ponerlo en valor. ■

“BUSCAMOS A LA PERSONA, NO A LA POSICIÓN”

ENTREVISTA | NATALIA MURANO

PROCTER & GAMBLE

LA PROSECRETARÍA DE INSERCIÓN LABORAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS LLEVA A CABO TODOS LOS AÑOS LA EXPO EMPLEO, ESTA ACTIVIDAD CONVOCA A EMPRESAS Y ORGANISMOS INTERESADOS EN LA CONTRATACIÓN DE ALUMNOS Y GRADUADOS DE LA FACULTAD, PARA CUBRIR EMPLEOS PART TIME Y FULL TIME, SEGÚN SUS NECESIDADES.

DENTRO DE LAS EMPRESAS QUE COMÚNMENTE PARTICIPAN SE ENCUENTRA PROCTER & GAMBLE (P&G), EMPRESA ESTADOUNIDENSE MULTINACIONAL DE BIENES DE CONSUMO FUNDADA EN 1837; CON PRESENCIA EN MÁS DE 160 PAÍSES QUE PRODUCE Y DISTRIBUYE FIRMAS CONOCIDAS COMO: GILLETTE, ARIEL, ROYALE Y MÁS DE 300 MARCAS.

PARA CONOCER UN POCO MÁS DE SU LÓGICA DE GESTIÓN, Y SOBRE TODO ENTENDER LOS PROCESOS DE SELECCIÓN Y SUS CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES, CONVERSAMOS CON NATALIA MURANO CUYO CARGO EN LA EMPRESA ES LA TALENT SUPPLY LEADER, UNA ESPECIE DE LÍDER EN EL DESCUBRIMIENTO DE TALENTOS.





¿Qué características se consideran esenciales para un empleado de su empresa, independientemente del puesto?

En P&G Argentina es esencial que los valores y principios del candidato estén en línea con los de nuestra compañía. Esa es la base fundamental para cualquier candidato que buscamos. Luego existen otras características importantes para nosotros como: liderazgo personal, autonomía, pasión por ganar, agilidad y una actitud de que todo se puede.

¿Qué procedimientos siguen para la selección de los candidatos?

Nuestro proceso de reclutamiento es global y consta de 5 instancias. Arranca con un test online, luego un examen lógico-matemático presencial, una primer entrevista para sondear el perfil del candidato, si pasa se realiza un examen de inglés y por último una entrevista final con los gerentes. Allí es donde consideramos si el empleado puede hacer sinergia y en qué está interesado en trabajar.

¿Qué objetivos se persiguen en las entrevistas? ¿Y en los test psicológicos?

Las entrevistas buscan conocer al candidato, entender sus intereses y evaluar si su perfil se ajusta con lo que nosotros buscamos. La idea es que sea un *win-win* (ganar-ganar) donde al final del día elegimos un candidato que haga mejor sinergia con determinada necesidad. Puede ocurrir que a veces se entreviste a alguien y no haya una necesidad puntual en el momento, pero si el candidato nos gusta, queda en nuestra base activa, a la cual recurrimos ni bien tenemos una vacante. Esto es algo muy gratificante para nuestros candidatos quienes valoran que la base de datos sea tan activa.

¿Qué medida de participación tiene el área destino o solicitante en el proceso de selección del aspirante?

Las áreas destino están activamente involucradas en el proceso, desde la descripción del perfil del candidato que se necesita, hasta la realización de entrevistas ya sea la inicial a la cual denominamos *screening* (combatir la selección adversa), como también la final "panel".

¿Cómo se define el candidato definitivo?

El candidato que pase exitosamente por todas las etapas del proceso de reclutamiento, incluyendo la aprobación final de la función mediante la entrevista de panel es ofertado para trabajar en P&G. El proceso es bien transparente y en cada etapa vamos informando si la persona aprobó o no la instancia.

En relación a modalidades vigentes en los procesos de selección de personal, ¿qué paradigmas se encuentran vigentes en la actualidad en relación a este tema?

De parte de los candidatos existen distintos paradigmas, ejemplo: sólo puedo trabajar en una función si la carrera que estudié es afín a la función. En P&G buscamos a la persona, no a la posición. Si bien hay una tendencia natural a que los candidatos apliquen a las posiciones más afines a sus carreras universitarias, sí existen muchos casos de candidatos que aplican para otro tipos de roles y son contratados porque tienen las competencias que buscamos y sentimos que podemos desarrollar lo que les falte. Otro paradigma, que cada vez se encuentra menos pero sigue estando, es pensar que no se puede balancear la carga horaria

“En P&G tenemos una política de flexibilidad muy atractiva para los candidatos que les permite integrar exitosamente los distintos aspectos de su vida personal y laboral”.

facultativa con un trabajo. En P&G tenemos una política de flexibilidad muy atractiva para los candidatos que les permite integrar exitosamente los distintos aspectos de su vida personal y laboral. Es algo que los empleados valoran muchísimo en nuestra compañía.

¿Qué características comunes se observan en relación a los aspirantes a los puestos de trabajo?

En general, los candidatos que nos llegan están muy interesados en hacer carrera en empresas multinacionales de gran envergadura y particularmente en P&G. Aquí encuentran valores, desafíos y desarrollo continuo, un atractivo paquete compensatorio, muy buen clima organizacional, políticas de flexibilidad y sustentabilidad, entre otras.

¿Qué diferencias observa en relación a generaciones anteriores?

En generaciones anteriores los candidatos no hacían tantas preguntas a los entrevistadores. Ahora se ve un genuino interés de parte del candidato para entender más cómo es un día a día en la empresa, cómo es el clima organizacional y cómo pueden lograr sus objetivos personales dentro de la empresa. En las entrevistas se da una interacción mucho más activa que en épocas pasadas, donde era más el candidato que hablaba vs. el entrevistador. Otra diferencia es que los candidatos actuales muchas veces piden *coaching* (entrenamiento) al entrevistador sobre en qué áreas piensan que ellos harían mejor sinergia. Aquí también se da una sana interacción donde el entrevistador, en base a su experiencia, le cuenta más en detalle qué se hace en cada función y, según las competencias, sugiere potenciales caminos de carrera. ■

“Ahora se ve un genuino interés de parte del candidato para entender más cómo es un día a día en la empresa, cómo es el clima organizacional y cómo pueden lograr sus objetivos personales”.



Por: Cra. Ana María Petti

SÍNTESIS

ESTRUCTURA DE NORMAS CONTABLES PROFESIONALES

EMITIDAS POR LA FEDERACIÓN ARGENTINA DE CONSEJOS
PROFESIONALES DE CIENCIAS ECONÓMICAS.

ANA MARÍA PETTI TIENE UNA DESTACADA TRAYECTORIA EN TEMAS VINCULADOS A LA CONTABILIDAD. ES DOCENTE, INVESTIGADORA, AUTORA DE LIBROS Y PUBLICACIONES Y EVALUADORA EN REVISTAS EN TEMAS CONTABLES. EN ESTE ARTÍCULO EXPLICA LA MANERA EN QUE SE ESTRUCTURAN LAS NORMAS CONTABLES PROFESIONALES PROPIAS DE LA PROFESIÓN DEL CONTADOR PÚBLICO.

Las normas contables son las que deben ser tenidas en cuenta (como referencia para la emisión de sus informes) por los contadores públicos que se desempeñen como auditores o revisores de estados contables.

Si bien la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE) es una asociación civil creada por iniciativa de los Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (CPCE), carece de facultades regulatorias, lo que significa que la misma emite pronunciamientos técnicos que son propuestas que pone a consideración de los CPCE que lo integran. Actualmente veinticuatro Consejos conforman la Federación.

La FACPCE emite diferentes propuestas de normas profesionales, presentadas en:

- Resoluciones técnicas (RT).
- Interpretaciones de resoluciones técnicas.
- Circulares de adopción de Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).
- Resoluciones de su Junta de Gobierno (JG).
- Resoluciones de su mesa directiva (MD), luego ratificadas por la JG.

En cuanto a las Normas Contables Profesionales (NCP), las mismas pueden versar sobre cuestiones generales o sobre aspectos particulares, tanto sean las temáticas abordadas referidas a reglas de reconocimiento y medición contable o a reglas de preparación y presentación a terceros de estados contables.

Por otro lado en el año 2009, se aprobó la primera versión de la RT 26 NCP: adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) del Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB). O sea comenzaron a requerirse en Argentina dichas normas a las entidades que cotizaban públicamente títulos valores (con ciertas excepciones), para los ejercicios iniciados desde 2012, permitiendo su aplicación anticipada desde el ejercicio anterior. Fue en diciembre de 2010 cuando se incorporó a la estructura normativa contable en Argentina la NIIF para las PYMES.

Ya desde el 2000, los pronunciamientos técnicos de la FACPCE prevén normas contables diferenciadas según el tipo de entidad. Algunas con carácter permanente y otras con una vigencia que inicialmente era temporal, pero que fue repetidamente prorrogada. Es así como

surgió la figura de Ente Pequeño, teniendo quienes calificaban de tal modo la posibilidad de optar por aplicar ciertas reglas simplificadas contenidas en la misma RT 17 - norma general-.

La reciente emisión de las RT 41 y RT 42 es el resultado de varios años de discusión y proyectos de la FACPCE tendientes a la emisión de normas integrales y especiales de reconocimiento y medición contable para los Entes Pequeños y Entes Medianos.

Las mencionadas resoluciones técnicas fueron emitidas en marzo de 2015 y en diciembre del mismo año respectivamente y se titulan del siguiente modo:

RT 41: Normas Contables Profesionales. Desarrollo de Cuestiones de Aplicación General: Aspectos de Reconocimiento y Medición para Entes Pequeños.

RT 42: Normas Contables Profesionales. Modificación de la Resolución Técnica.

Nº 41 para incorporar aspectos de reconocimiento y medición para Entes Medianos.

Con la emisión de la RT 41 y la RT 42, la FACPCE creó dos nuevos juegos de NCP de desarrollo propio, que pueden ser aplicados por los emisores argentinos de estados contables que:

a) no estén obligados a aplicar las NIIF; b) califiquen como "Entes Pequeños" o "Entes Medianos" según el caso, y c) opten por utilizarlas.

Respecto a la RT 41, en su segunda parte, contiene normas específicas aplicables por los EP, cuya finalidad es plantear alternativas simplificadoras en cuanto a la medición y permitir su aplicación a un costo razonable, sin afectar la utilidad de la información contable a producir.

Por su parte, la RT 42 introduce la tercera parte de la RT 41 con normas específicas de reconocimiento y medición para los EM.

Consecuencia de lo explicado anteriormente, respecto a reconocimiento y medición, se muestra en el siguiente cuadro la actual estructura de NCPA con indicación de los entes a quienes están dichas normas dirigidas. Se excluye en el mismo la posibilidad que cualquier ente tiene de aplicar las NIIF o la NIIF para PYMES.

TIPO DE ENTES (NO COTIZAN)	NORMA CONTABLE PROFESIONAL ARGENTINA APLICABLE
No califican ni como EP ni como EM	RT 17
Califican como EM	RT 42 - RT 17 (opción)
Califican como EP	RT 41 - RT 42 - RT 17 (opción)

Las dos nuevas normas son “simplificadas, agradables de leer, bien estructuradas, amigables”, pensadas para los usuarios de los entes pequeños o medianos que suelen ser AFIP y otros entes recaudadores de impuestos y tasas y entidades financieras para otorgamiento de créditos.

Parte de la profesión contable considera que estas normas poseen como desventaja que “pueden producir” una distorsión en la comparabilidad de la información entre compañías de distintos tamaños. Pero ello, de así considerarse, ya ocurre desde el año 2000 en nuestro país, momento en el cual se comenzó a brindar excepciones en la aplicación de las normas a entes pequeños e incluso a entes medianos. ■

construir bien,
construir
entre todos.

Ahorremos energía, cuidemos el planeta.

► Construyendo muros térmicos con nuestros ladrillos **doble pared**, se mantiene los ambientes más templados (menos consumo de energía en calefacción y en sistemas de refrigeración).

FÁBRICA DE LADRILLOS HUECOS, PORTANTES Y DE TECHO
Av. 66 n° 4132 e/177 y 179 Los Hornos, (1900) La Plata, Bs. As.
Tel./fax (0221) 450-5444 [rot.] | info@ceramicafanelli.com

ENCUENTRANOS EN Cerámica Fanelli

VISITAS GUIADAS A LA PLANTA (consultá nuestra web)
COLEGIOS, UNIVERSIDADES Y GRUPOS DE PROFESIONALES

CERAMICA
FANELLI

www.ceramicafanelli.com

ESTUDIAR Y TRABAJAR EN IGUALDAD DE CONDICIONES

FERNANDA BARRANQUERO, COORDINADORA DE LA UNIDAD PEDAGÓGICA DE LA FCE Y SANDRA KATZ, DE LA COMISIÓN UNIVERSITARIA SOBRE DISCAPACIDAD DE LA UNLP, EXPLICAN EN ESTA ENTREVISTA LAS PRINCIPALES ACCIONES SOBRE DISCAPACIDAD E INCLUSIÓN EN CADA UNO DE SUS ESPACIOS DE REFERENCIA. AMBAS TRABAJAN PARALELA Y ARTICULADAMENTE PARA CONTRIBUIR AL CUMPLIMIENTO DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD.

FERNANDA BARRANQUERO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

La Unidad Pedagógica de la FCE ha trabajado intensamente en el acompañamiento de los alumnos con algún tipo de discapacidad. ¿Qué acciones han llevado a cabo para acompañar el proceso de enseñanza y aprendizaje de docentes y de alumnos?

Desde la Unidad Pedagógica (UP) se trabaja de forma articulada con los distintos actores que componen el área de Accesibilidad y particularmente con su coordinación. Las acciones que se llevan a cabo se vinculan, en términos generales, con la facilitación del ingreso y el tránsito de las personas con discapacidad desde el punto de vista académico y el armado de redes para su acompañamiento y contención. Entre estas acciones se encuentran:

- El asesoramiento desde la especificidad de la mirada pedagógica al área de Accesibilidad, la participación y el trabajo con la Comisión Universitaria de Discapacidad (CUD), entre otras.
- La recepción de ingresantes con discapacidad, a través de entrevistas que se realizan de forma conjunta con la coordinación de Accesibilidad, a fin



de conocerlos, ayudarlos a situarse en este nuevo ámbito, anticipar cuestiones que eventualmente puedan obstaculizar el inicio de su trayectoria en la Facultad, promover su participación en la oferta de actividades de ingreso, etc.

- El seguimiento y acompañamiento de su recorrido

“La UP brinda desde este mismo marco y en conjunto con la coordinación de Accesibilidad, asesoramiento a los docentes en relación a cómo facilitar la inclusión de estudiantes con discapacidad en el aula, el trabajo con intérpretes, estrategias para repensar los tiempos y espacios en la configuración de las actividades”.

académico; con el propósito de ofrecer los apoyos necesarios en el itinerario pedagógico para desarrollar sus estudios, identificar obstáculos, y evaluar alternativas de trabajo con el estudiante y los demás actores involucrados (docentes, especialistas en el área, intérpretes, etc.) a fin de construir conjuntamente las respuestas que mejor se adecúen a sus necesidades y particularidades.

- El asesoramiento y formación docente a través de consultas o instancias de capacitación.

El año pasado se llevó a cabo un seminario sobre estrategias para la inclusión de personas con discapacidad, que estuvo destinado a los docentes de la FCE. ¿Realizan un acompañamiento a los docentes sobre la presencia de estudiantes con discapacidad en la FCE?

En el 2015, y a raíz de los interrogantes e inquietudes que plantearon algunos docentes, se realizó de forma conjunta, desde la Secretaría Académica y la de Extensión, un seminario destinado a abordar aspectos claves de la temática y orientaciones para facilitar la participación de estudiantes con discapacidad en los procesos de enseñanza y aprendizaje que se llevan a cabo en nuestras aulas. Se partió del planteo que si bien es posible delinear algunas características comunes en relación a cada tipo de discapacidad, cada una de ellas cubre un espectro amplio y cada sujeto presenta necesidades particulares, por lo que toda configuración de la enseñanza, deberá contemplar la singularidad de cada caso. Se trató de una acción de formación interdisciplinaria que contó con la participación de especialistas externos, de la

coordinadora de la CUD, de personal de biblioteca y de docentes de la casa que vienen trabajando en el área. Nuestro aporte específico desde la Unidad Pedagógica se vinculó con la necesidad de pensar los procesos involucrados en la inclusión de estudiantes con discapacidad en el ámbito universitario y estrategias que pueden emplear los docentes para contribuir a su ingreso y permanencia. Partimos de una distinción entre los conceptos de “adaptación curricular” y “adecuación académica” en la cual el primero refiere a cambios o ajustes en el curriculum, en función de facilitar el tránsito de un estudiante con discapacidad por el sistema educativo más allá del total dominio de las competencias que se trabajan en el nivel, algo más propio de la educación primaria y secundaria; en tanto la “adecuación académica” refiere a la facilitación de las formas de acceso al conocimiento, sin que esto implique un curriculum diferencial. En otras palabras, la adecuación académica opera sobre los obstáculos que un alumno con discapacidad visual, auditiva, motriz, etc. pueda encontrarse para acceder a los conocimientos que se enseñan y aprenden en nuestras aulas. Las adecuaciones se vinculan con las formas de comunicación de los contenidos, el diseño de los materiales de cátedra, la disposición de materiales auxiliares que favorezcan la comprensión de los textos, los formatos y tiempos de las evaluaciones, etc. Desde la Universidad, como ámbito de formación profesional, debemos garantizar que las competencias que alcancen nuestros alumnos sean las esperadas por los respectivos perfiles profesionales, pero también, que las oportunidades para desarrollarlas sean equitativas. Además de este seminario, la UP brinda desde este

mismo marco y en conjunto con la coordinación de Accesibilidad, asesoramiento a los docentes en relación a cómo facilitar la inclusión de estudiantes con discapacidad en el aula, el trabajo con intérpretes, estrategias para repensar los tiempos y espacios en la configuración de las actividades, etc, en función de ajustarlos a las necesidades de estos estudiantes.

¿Cómo trabajan desde la Unidad Pedagógica con las particularidades ante la masividad?

¿Cuáles son los desafíos que se presentan de acá en adelante?

La masividad en relación con una educación de calidad es uno de los grandes desafíos en la educación superior. Tal como enuncia Ana María Ezcurra, especialista en el tema que tuvimos oportunidad de escuchar en la FCE en 2015 dentro del ciclo de conferencias que ofrece la UP, la masificación en la educación superior es una tendencia mundial que viene creciendo exponencialmente. Sin embargo, el ingreso de un número creciente de estudiantes a la Universidad no garantiza su genuina inclusión en el nivel.

Hay una tensión entre las demandas del nivel/ expectativas puestas sobre los sujetos ingresantes y el punto de partida con el que éstos cuentan; de allí que la implementación de estrategias que operen tanto con la configuración del espacio áulico, como con las necesidades particulares de formación de los sujetos, resulta un aspecto esencial para su inclusión. En el caso de los estudiantes con discapacidad, estas estrategias son aún más prioritarias. En ese sentido, las acciones que se mencionaron antes vinculadas al trabajo con los docentes, así como la atención personalizada durante el ingreso y el tránsito de estos estudiantes en nuestra casa de estudios, se enmarcan dentro de esta intencionalidad.

Quizás el desafío sea, por un lado, seguir creciendo en esta dirección; cada caso representa una oportunidad para repensar al interior de nuestra Facultad, los abordajes que se proponen en pos de la inclusión y permanencia de los estudiantes con discapacidad. Por otro, ir delineando la posibilidad de institucionalizar algunas de las acciones que se vienen desarrollando ad hoc a fin de contar con un marco desde el cual brindarles respaldo y continuidad. ■

SANDRA KATZ

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA



¿De qué hablamos cuándo decimos inclusión en la Universidad Nacional de La Plata?

La palabra inclusión tiene un sentido polisémico, y recorriendo diferentes áreas y estructuras de la Universidad, varios la nombran y se la apropian. Habría que ver que entiende cada uno. En cuanto a la Comisión Universitaria sobre Discapacidad (CUD), que depende de la prosecretaría de Derechos Humanos de la UNLP, intentamos aportar para que cualquier persona que tenga el deseo de estudiar y/o trabajar pueda hacerlo en igualdad de condiciones y cuente con los apoyos necesarios. Buscamos que su condición física no sea un impedimento, y esperamos que en algún momento, no sea necesario ponerle apellidos a la educación, ya sea educación integradora, educación inclusiva, y que al hablar de educación todos, todas y cualquiera se sienta parte.

Usted es una de las referentes en la UNLP que trabaja desde la CUD ¿podría comentarnos cómo surge la Comisión y qué la motivó en lo personal trabajar en estos temas?

“Esperamos que en algún momento no sea necesario ponerle apellidos a la educación, ya sea educación integradora, educación inclusiva, y que al hablar de educación todos, todas y cualquiera se sienta parte”.

En relación a mi historia personal, desde adolescente trabajo en instituciones de personas con discapacidad, esto llevó a que me sienta motivada a estudiar primero Educación Física y después Psicología buscando respuestas a mi interés. Esas respuestas no las encontré en mi formación de grado. Una vez recibida junto a otros profesionales comenzamos a organizar seminarios optativos, esto fue en el año 1989. En una oportunidad fuimos convocados un grupo de egresados que estábamos en la temática, pero de diferentes disciplinas, a una jornada organizada por el Colegio de Abogados, ya que habían creado la comisión de discapacidad. Allí nos conocimos varios graduados de la UNLP que entendíamos que la Universidad tenía una deuda social con la temática y decidimos juntarnos y presentarnos a las autoridades para poder visibilizar el tema. Así fue como en marzo del año 2000 nos reunimos con todos los secretarios de extensión, cuyo secretario era en ese momento Fernando Tauber. Este sugirió que se solicitara que cada facultad y dependencia designara un referente, y a partir de ese momento, nos reunimos todos los meses hasta llegar a ser lo que somos hoy.

¿De qué se trata la iniciativa denominada Equipo de testeo de la UNLP?

La idea es convocar a los estudiantes con discapacidad para que puedan tener un rol activo frente a las acciones que realizamos desde la CUD, respondiendo al lema “Nada sobre nosotros sin nosotros”. Que ellos sean los veedores de la accesibilidad y que puedan sugerirnos y proponer las modificaciones para garantizar la accesibilidad en relación a su vida universitaria.

Un avance importante en la CUD fue la articulación con el Centro Superior para el Procesamiento de la Información (CESPI) sobre la registro de personas con discapacidad en la UNLP. ¿Cómo

surgió que las personas pudiesen identificarse en situación de discapacidad al ingresar a la UNLP y manifestar algún apoyo?

En relación a esta pregunta es necesario poder historizarla, ya que desde la CUD nos llevó varios años de debate y discusión sobre la idea de cuantificar a las personas con discapacidad en la comunidad universitaria, sea realizar un relevamiento, censo, o bien incorporar una pregunta para que los aspirantes a la UNLP se identificasen en situación de discapacidad cuando se inscriben en el ingreso a las carreras. Una de las posturas que contradecía esta cuantificación, se planteaba que si las personas con discapacidad habían alcanzado el acceso a la Universidad, era porque habían superado obstáculos en niveles educativos anteriores y habían tenido sus respectivas trayectorias para llegar a donde habían llegado. Por otro lado, se planteaba con mucha complejidad preguntar quién era una persona con discapacidad y desde qué lugar se lo hacía. Entendiendo la discapacidad como una construcción social, enmarcada dentro de una cuestión de Derechos Humanos, no se coincidía en hacer una política focalizada, recortando a un sujeto por una identidad que era “etiquetada” por otro. Respetando que no todas las personas tenían interés de ser identificadas desde el déficit, antes de detectar “personas con discapacidad”. Se consideró esencial primero comunicar a toda la comunidad universitaria sobre la existencia de un espacio donde se trabajaba para garantizar sus derechos. Considerando que en el nivel de educación superior, la persona con discapacidad ya no dependía de una respuesta individual (contar con un familiar que lo acompañe, o alguien que contrate la persona y/o la familia, etc.), se debía diseñar una respuesta política-institucional. Como producto de un taller con estudiantes con discapacidad, surgió la inquietud de incorporar una pregunta en el ingreso en relación si se consideraba una persona en situación de discapacidad, haciendo hincapié en los apoyos necesarios, más que en diagnóstico. Así, en el año 2013 en trabajo mancomunadamente con el CeSPI se incluyó una pregunta por la discapacidad en la inscripción virtual del ingreso, lo cual significó un avance significativo ya que contar con este insumo permitió visibilizar a los estudiantes, no sólo sabiendo la cantidad, sino también, trabajar en pos de generar políticas universitarias que den respuesta a la diversidad de estudiantes que forman parte de la comunidad universitaria. En el último ingreso 2016, se registraron

600 estudiantes en situación de discapacidad.

Por otro lado, otro gran paso que dio la CUD fue el trabajo realizado con la selección de intérpretes de Lengua de Señas ¿qué nos puede comentar al respecto?

El haber llegado a este punto es producto de un proceso donde desde el año 2007, desde la CUD, se comenzó a dictar un curso de Lengua de Señas y allí comenzamos a establecer un diálogo con la población sorda.

El proceso de inscripción de estudiantes sordos fue:

AÑO

2011: 5

2012: 25

2013: 39

2014: 35

2015: 55

En los casos de los sordos que se comunican en Lengua de Señas se fueron buscando diferentes alternativas para garantizar la presencia del intérprete, así fue como Bellas Artes, Arquitectura, Informática y Ciencias Económicas los contrataron. En el año 2015 fuimos haciendo una serie de reuniones con estudiantes sordos, con los intérpretes, con los referentes de las facultades y con la Asociación de Sordos de La Plata para evaluar, en forma conjunta, cuál era el mejor procedimiento. Surgió la inquietud de trabajar para la instalación de la carrera de intérprete de Lengua de Señas, así nos pusimos en contacto con la Tecnicatura de Intérpretes de Lengua de Señas Argentina de la Universidad de Entre Ríos y de la Universidad de Villa María. A partir de todo este trabajo presentamos un informe a las autoridades de la UNLP y surgió la propuesta de contratar intérpretes. Desde la CUD entendimos que debíamos garantizar calidad y propusimos hacer una selección con el acompañamiento, asesoramiento y apoyo de la Asociación de Sordos de La Plata y las tecnicaturas. La convocatoria se hizo en enero de 2016 y se presentaron más de 70 candidatos, dado que debían presentar un video donde se presentaban en Lengua de Señas, al momento de la selección se presentaron 25 personas, de las cuales fueron seleccionadas 7.

En la actualidad se comenzó contratando a tres y con la idea que no sólo hagan de intérpretes de los estudiantes sino empezar a garantizar que la comunicación de la CUD esté acompañada de la versión en Lengua de Señas. En la selección el jurado

estuvo conformado por un representante de la Red de Bibliotecas accesibles de la UNLP, de la Asociación de Sordos de La Plata, estudiantes sordos, las directoras de las carreras de tecnicatura de Villa María y de la UNER (Universidad Nacional de Entre Ríos) e integrantes de la CUD. Hoy ya fuimos convocadas por varias universidades del país para compartir dicha experiencia.

¿Cuáles han sido los principales avances en materia legislativa sobre discapacidad en Argentina?

A nivel legislativo Argentina está cubierto en todos los sectores, principalmente al adherir a la Convención de derechos de las personas con Discapacidad. Hoy esto tiene rango constitucional y garantiza los derechos, pero la limitación que observamos es que no hay exigencia y sanción ante el no cumplimiento.

¿Qué desafíos tiene la CUD de cara al futuro?

Para el año 2016 proyectamos la posibilidad de llevar a cabo el programa PODÉS, aprobado en el año 2015. El proyecto es de apoyo al desarrollo y fortalecimiento de capacidades institucionales para la atención de necesidades de personas con discapacidad en el ámbito de la enseñanza universitaria, correspondiente al eje "Accesibilidad académica" en el marco de PODÉS, y es financiado por la Secretaría de Políticas Universitarias, donde está previsto la capacitación docente en relación a la accesibilidad académica. Nuestro propósito es seguir trabajando para acompañar los procesos en los cuales los diferentes sectores de la Universidad empiecen a incorporar en sus prácticas la visión de que ya no hay un estudiante o trabajador "legítimo", con un único formato de acceder al conocimiento y de transitar por la Universidad.

Seguir fortaleciendo a la CUD, con la participación colectiva de los diferentes sectores y unidades académicas, ya que actualmente en las reuniones mensuales participan aproximadamente 20 participantes de 14 facultades.

La vida universitaria nos pone de cara a revisar nuestros espacios, nuestras prácticas y nuestra cultura universitaria, para transformarla en políticas institucionales donde el postulado "la Universidad sea pública, la educación superior sea un derecho, y un bien público y social, pueda ser real y nos sólo una utopía". ■

www.rapicuotas.com.ar

RapiCuota\$

EL PRÉSTAMO MÁS RÁPIDO DEL MUNDO

La Plata
Diag. 80 e/49 y 50

Los Hornos
137 e/63 y 64

Olmos
197 e/43 y 44

Berisso
Montevideo N° 425
e/6 y 7

Ensenada
La Merced N° 324

**¡VENÍS,
FIRMÁS
Y TE VAS!**



Por: Mg. Fernando Simonato

LOS MILLENIALS EN ECONÓMICAS

EL PROFESOR FERNANDO SIMONATO, DE LA ESCUELA DE POSGRADO EN MARKETING INTERNACIONAL DE LA FACULTAD, EXPRESA LAS GENERALIDADES DE LOS ESTUDIANTES DE NUESTRA CASA DE ESTUDIOS EN TÉRMINOS DE COMPORTAMIENTO, PERSONALIDAD Y ESTILO DE VIDA. LA GENERACIÓN “Y” O MILLENIALS COMPRENDE A LOS JÓVENES NACIDOS ENTRE 1980 Y 2000, CUYAS CARACTERÍSTICAS ESTÁN LLAMADAS A PRODUCIR UNA EXPLOSIVA MUTACIÓN GENÉTICA EN LA IDENTIDAD DE LAS ORGANIZACIONES ACTUALES.

Durante el otoño del año 2011, junto al colega Mario Morí, se condujo una investigación (*) desde la cátedra Administración III: Comercialización de la carrera de Contador Público para conocer en mayor detalle las características de la generación “Millenials”, que actualmente se encuentran cursando las distintas carreras que componen la oferta académica de la Facultad.

Se realizó una encuesta a 1136 estudiantes, para determinar la personalidad de consumo de los mismos. Además se analizaron una serie de variables descriptivas respecto a la interacción de esta generación con las redes sociales, los dispositivos con que se conectan, la motivación de uso, las actividades que realizan y las marcas que consumen. Luego se realizó un análisis de

variables de comportamiento, de posesión, de nivel socioeconómico y de ideología social, económica, política y cultural. Por último, se relevaron variables de personalidad y estilos de vida.

Hoy varios docentes de trayectoria en nuestra Facultad comienzan a dejarles su lugar a profesores a los cuales les tocará lidiar con esta nueva generación de estudiantes. Cuando analizamos la distribución etaria de los mismos, observamos que aproximadamente más del 70% de ellos son pertenecientes a la "generación Y". Los estudiantes de económicas interactúan, en una mayoría del 54.8% con las redes sociales desde hace 2 años, con una media de casi 13 horas semanales. Cuando analizamos la participación en el uso de las redes sociales por carrera, se puede observar que Facebook es la red que predomina con un 85.43% en todas las carreras. La educación secundaria posee una característica distintiva en los estudiantes. En el estudio, se observó la distinción (45.1%) del porcentaje de estudiantes con educación privada (de la Licenciatura en Administración alcanzaron un 61.2%). Más del 44% trabajan aproximadamente 14 hora semanales. Los de la carrera de Administración

poseen un nivel de educación secundaria claramente de tipo privado. Ello nos sugiere la importancia en el núcleo familiar de la educación de sus hijos, y a que los padres pueden afrontar colegios pagos (en algunos casos de calidad), en relación al resto de la demás carreras. En el extremo opuesto, encontramos a los estudiantes de Turismo, en donde el 64.6% posee educación secundaria en colegios públicos. Respecto a la situación laboral, encontramos que el 44.7% trabaja unas 14.2 horas por semana. El 46.6% de los estudiantes alquila, y los restantes, viven en las casas de sus padres. Se conoció la ideología de los estudiantes de la muestra, ya que ellos fueron expuestos a una tarjeta donde se definía el concepto de pensamiento de derecha y de pensamiento de izquierda, a través de afirmaciones que representaban lo más aproximado de cada una de las posiciones ideológicas. Se les expuso a los encuestados una escala que iba de 1 a 10, siendo 1 extrema izquierda y 10 extrema derecha. En la **figura N°1** vemos los resultados en los que se describen los porcentajes de la escala segmentada en los siguientes rangos: de 1 a 4 (Centro Izquierda), 5 y 6 (Centro) y de 7 a 10 (Centro Derecha):



BUENOS AIRES ZONA FRANCA LA PLATA S.A.
Calle Pte. J. D. Perón e Hipólito Yrigoyen s/n
Edificio de Usos Múltiples Primer Piso
(B1925CKA) - Ensenada - Bs. As. - Argentina
Teléfono: (54+221)468-0000 Fax: 468-0014
Web: www.bazflp.com.ar - Mail: bazflp@bazflp.com.ar

Figura N°1 Ideología Segmentada por Carrera

Estudiantes de Económicas	Centro Izquierda	Centro	Centro Derecha	TOTAL	Cantidad de Alumnos
Licenciados en Administración	19,60%	36,70%	43,70%	100%	245
Contadores Públicos	16,20%	35,10%	48,70%	100%	345
Licenciados en Economía	29,10%	28,80%	42,10%	100%	292
Licenciado en Turismo	19,70%	41,70%	38,60%	100%	254
Promedio	21%	35,30%	43,70%	100%	1136

Si bien en general a esta generación se la considera apolítica, observamos que lejos de ello, la ideología tiene un peso específico en la conformación de la personalidad. Predomina en los estudiantes de la facultad la ideología de centro derecha con un promedio del 43.7% en todos los estudiantes. El pensamiento de centro alcanza al 35.3% de todos los estudiantes y, finalmente, el pensamiento de centro izquierda llega al 21%. En la carrera de economía observamos que un 29.1% de los estudiantes poseen un pensamiento de centro izquierda claramente mayor respecto a las demás carreras. Una de las variables en la que se encontró una correlación media alta ($r = 0,53$) con la variable ideología, fue en donde habían realizado la educación secundaria (en colegio público o en un colegio privado) los estudiantes de económicas.

Las marcas Premium son las principalmente consumidas por este tipo de estudiantes en las redes. El nivel socioeconómico medio alto se pudo determinar a través de un algoritmo estadístico altamente probado en función de las posesiones que tienen los estudiantes, del trabajo que realizan, del tipo de colegio secundario al que asistieron, del gasto en la carrera, del la vivienda que poseen, y de los ingresos familiares mensuales.

Agrupamos a través de la técnica multivariada de "Clúster Análisis", a los estudiantes de económicas mediante una pregunta sobre la personalidad de consumo. Se les pidió, mediante una serie de cualidades, que se autodefinan como persona. A través del Clúster Análisis se construyó el algoritmo que maximizó las diferencias entre los grupos, encontrándose en la **figura N° 2** tres segmentos claramente diferenciados: Los Ahorrativos Conservadores que representan un 31% (352

estudiantes) de la muestra, se describen como poco consumistas, altamente ahorrativos, poco afectos a la moda, a las cosas lujosas, y a la participación en concursos y promociones de marcas. Poseen poco interés por el confort. El segmento está integrado principalmente por los estudiantes de la carrera de contador público. Los Ociosos Anticuados, que representan un 33 % (370 estudiantes) se describen como un poco más consumistas que los anteriores, no les gusta pelear por precios, y menos recorrer para conseguir algún tipo de ahorro. En alguna medida, les gusta pasar la buena vida a través del placer y las cosas lujosas. Les interesa muy poco estar a la moda y tener lo último. Este segmento está integrado mayormente por los estudiantes de la Licenciatura en Economía.

Pero el mayor segmento de los estudiantes de económicas observado es el de los Ostentosos Consumistas, que representan un 36% (414 estudiantes) y se describen como altamente consumidores de productos/servicios, de la moda, del confort, del lujo, de la buena vida y del placer. Finalmente en este segmento priman los estudiantes de la Licenciatura en Administración.

Figura N°2 Conformación de los Segmentos por Carrera

Estudiantes de Económicas	Ahorrativos Conservadores	Ociosos Anticuados	Ostentosos Consumistas	TOTAL
Licenciados en Administración	20,30%	16,20%	32,60%	21,60%
Contadores Públicos	35,20%	25,50%	26,70%	30,40%
Licenciados en Economía	28,10%	33,40%	18,60%	25,70%
Licenciado en Turismo	16,40%	24,90%	25,10%	22,30%
Total	100%	100%	100%	100%

Cantidad de Estudiantes por segmento	352	370	414	1136
--------------------------------------	-----	-----	-----	------

En cuanto cruzamos el estereotipo de la personalidad de los estudiantes con el tipo de esparcimiento durante el tiempo libre, podemos observar en la **figura N° 3**, un estilo de vida particular en los alumnos de económicas. Hay actividades que son frecuentemente llevadas a cabo por los tres clústers. Ellas son: practicar deportes, ir al estadio a ver fútbol, reunirse con amigos, ir a pubs, ir al cine y ver películas en DVD. Son actividades que le dan un perfil netamente social a todos los encuestados más allá de distinciones puntuales. Cuando profundizamos el análisis, vemos que los Ostentosos Consumistas tienen un alto perfil en la mayoría de los esparcimientos evaluados, se distinguen en una óptima actividad sexual, un alto consumo en turismo y shopping, presencia y salidas en discotecas, gimnasio, restaurants, cafés, Facebook, le gusta experimentar lo nuevo, y es llamativo su perfil hedonista (alto nivel en salón de belleza). Tienen un bajo apego a llevar adelante tareas hogareñas (esto refuerza el perfil ostentoso, todo para el afuera, nada para el adentro.) y es lejos el segmento con menor

apego a llevar adelante actividades comunitarias, apuntalando otra vez su perfil ostentoso. Cabe destacar que en general es muy bajo el promedio de actividades comunitarias para los tres segmentos, esto refleja también una cuestión que nos lleva a la reflexión respecto del perfil social del estudiante de Económicas, que posee una fuerte tendencia a lo que podemos llamar “show off” y poco al trabajo comunitario respecto a otras unidades académicas de la Universidad. Los otros dos segmentos, en cuanto a los esparcimientos salvo raras cuestiones, tienen un menor interés en develar puntualmente sus gustos, al menos si lo comparamos con los ostentosos. Los Ahorrativos Conservadores tienen una tendencia marcada hacia los deportes, al café con amigos, a la actividad sexual, y a escuchar música, pero nada tan diferente a los demás, salvo porque leen libros, realizan actividades hogareñas y actividades comunitarias. Esto nos muestra que son los menos “show off” de los 3 segmentos por lo que definimos tal vez su perfil ahorrativo.



TODO LO QUE BUSCÁS.

Una variedad de productos única.
Los mejores precios,
y todas las facilidades de pago.

CASA GENERAL - Avenida 44 891031 al 95 8 16 - (022) 475-0277
SHOWROOM - Avenida 31 891272 al 39 y 48 - (022) 475-0278
La Plata - Buenos Aires - www.gruposocieta.com.ar
AnacletoCeramics @gruposocieta



En cuanto al último segmento, los Ociosos Antiguados, básicamente tienen la característica distintiva de ser los más apegados a visitar museos, pero muy poco apego a actividades gimnásticas, de belleza y a las compras.

Como reflexiones finales, podemos observar que el conocimiento, la atracción, la comprensión, el desarrollo y la retención de estos jóvenes futuros líderes en las organizaciones que conducirán, se ha convertido en una de las principales preocupaciones de los dirigentes empresarios, políticos y sociales. En estos momentos la generación “Y” está siendo responsable de áreas de la Facultad, de la Universidad, y del destino de muchas de las organizaciones públicas y privadas.

A modo de conclusión final, podemos advertir que esta cultura del consumo, de individualismo, del no apego a la solidaridad, que impera en gran parte de

los estudiantes de esta facultad, influirá sin duda en las empresas en las cuales ellos les toque conducir, trabajar o asesorar. De manera que se debería tener presente esto, y comenzar un camino más acorde hacia dónde van los líderes mundiales en esta materia y los principales programas de las Escuelas de Economía, Arte y Administración de las principales Universidades del mundo desarrollado. Es preciso humanizar los contenidos de los programas que los docentes imparten en la enseñanza, incorporar materias claramente en consonancia con estos principios, de forma tal que la ética, los valores colectivos, la filosofía, la economía civil, entre otros, sean los lineamientos que los “Millennials” y la prominente “Generación Z” (que viene detrás), vean que bajan de una institución que los formará para ser profesionales, y que de este modo contribuyan a un colectivo más equitativo en la sociedad futura. ■

Figura N°3 Principales Esparcimientos por Segmento

Esparcimientos en el tiempo libre	Ahorrativos Conservadores	Ociosos Antiguados	Ostentosos Consumistas
Ir al cine	4,04	3,77	4,48
Visitas a Museos/Arte	2,48	3,45	2,57
Visitas a Teatros	2,6	2,13	3,74
Escuchar Música	5,47	5,18	5,79
Escuchar Radio	4,5	4,13	4,66
Ir a Restaurantes	3,8	3,95	4,6
Ir a Pubs	4,49	4,89	5,15
Ir al Gimnasio	3,66	2,25	4,85
Actividad Sexual	5,03	4,48	6
Ir a Discotecas	3,9	4,44	4,8
Beber bebidas alcohólicas	3,5	3,9	4,2
Lectura de un Libro	3,84	3,68	3,72
Reunión de Café con amigos	4,72	5,16	5,23
Actividades Hogareñas	3,86	3,25	2,75
Conectarme a Facebook	3,57	4,1	4,5
Experimentar cosas nuevas	3,9	4,13	4,8
Hacer turismo	3,11	3,84	5,1
Salon de Belleza	1,87	1,98	3,45
Ir a un Estadio de Fútbol	3,39	3,44	3,38
Ir a conciertos	3,61	3,36	4,03
Realizar Deportes	4,43	4,42	4,65
Ir de compras	3,54	3,53	4,8
Ver películas en DVD	4,69	4,38	4,9
Actividades Comunitarias	2,84	2,61	1,1
Cantidad de estudiantes en c/segmento	352	370	414

Valores Medios: Siendo 1 Totalmente en desacuerdo y 7 Totalmente de Acuerdo

Mg. Fernando R. Simonato

(*) SIMONATO, F & MORÍ, M. (2015). "Los Millennials y las Redes Sociales. Estudio del Comportamiento, Ideología, Personalidad y Estilos de Vida de los Estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata a través del Análisis Cluster". Revista de Ciencias Administrativas. Facultad de Ciencias Económicas. UNLP.

DE LA COCINA A LA CALLE

LA MOVIDA FOODIE PLATENSE





Al cruce entre camino Centenario y calle Güemes lo invaden diferentes aromas: cordero, pollo, salsas, verduras hervidas, leña, hamburguesas y quesos; olores y colores, que despiertan un hambre que se debate entre la tentación de salir a comer a más no poder, y otro más sutil, que pretende degustar, conocer, explorar. Así es el Picurba: una feria de sabores, de olores, de comidas con elaboración estética, de puestos hechos con lonas y madera, emulando una rusticidad entre argentina, western y alemana (quizás la invasión de cervecerías artesanales dé esa idea). A su vez, es la explicitación de la tendencia foodie que invade la ciudad: la búsqueda de la innovación y la creatividad, más allá de las etiquetas o del prestigio de las grandes marcas. La gente va y viene. El puesto de waffles belgas está repleto a esa hora y contrasta con algunos más tranquilos. Y uno se tienta por la pata de cordero a punto, o las empanadas salteñas, o los sándwiches, o los shawarmas y, si pasa el escenario, tendrá que sortear los dulces, los chocolates, las tortas, y también los quesos, salames, conservas y demás productos para llevar a casa y pasarse el día comiendo.

"Algo está sucediendo en City Bell y en La Plata. Hay un boom gastronómico de restaurants, de barcitos, de cosas muy estéticas, con propuestas muy bien desarrolladas. Es algo que ya venía pasando y esto es el reflejo de eso, no es algo que nosotros inventamos, sino que sólo lo difundimos" cuenta Paula Wachs, parte del comité organizador del Picurba.

La feria movilizó a la gastronomía: los emprendedores gastronómicos, los que tienen los *Food Trucks* ("camiones de comida") y los dueños de restaurantes, empezaron a reunirse, a plantearse objetivos en común, a crecer y a brindar a la ciudad la oportunidad de recrear el paladar con platos alternativos y modernos. A su vez, impulsan el proyecto de conformación de la Cámara de Gastrónomos de La Plata, donde trabajarán en conjunto empresarios y emprendedores de esta área.

En el escenario Narda Lapes habla con el público: "y ponele bastante aceite de oliva, no le vas a andar ratoneando: ya te vas a comer unas mollejas che, dale". En el aire húmedo de domingo se huelen los ajos y las cebollas dorándose, mientras la pantalla muestra las manos ágiles de la cocinera agregando condimentos a una sartén.

Debajo, la gente se amontona, algunos en sillas de plástico, otros parados, a observar. La gastronomía ha invadido la televisión, se ha vuelto popular, y con ellos sus cocineros: hoy en día cada plato es como un tema, las recetas son las letras que la gente memoriza y estos eventos son los conciertos al aire libre.

Narda habla y cocina, mientras varios asistentes se mueven a su alrededor haciendo su trabajo como en una coreografía. Más tarde tocaría Miss Bolivia, al igual que la noche anterior tocó Bahiano, ambos entre recetas y aromas, opacados por las verdaderas estrellas de estos festivales, de estos *Woodstocks* culinarios: los cocineros.

El Picurba también apunta al desarrollo turístico de la ciudad: "El viajero busca también las experiencias gastronómicas para conocer un lugar. Es súper importante eso: poder mostrar un lugar a partir de la gastronomía. Acá está el tomate platense, el alcaucil, la cerveza; hay un montón de cosas que son de acá y que también es otro atributo del lugar" relata Paula.

El turismo gastronómico es una de las tendencias que toma cada vez más protagonismo en Argentina. Muchas provincias y ciudades tienen sus festivales gastronómicos: en Buenos

Aires encontramos Raíz, Masticar, Food Week, en Mendoza la Fiesta Nacional de la Vendimia, en Salta el Concurso del Asador y el Festival de la Trucha, además existe el Festival Nacional de la Miel en Córdoba y la Fiesta Nacional de la Masa Vienesa y de la Cerveza en Villa General Belgrano. Estos son algunos de los tantos puntos de nuestro país que vinculan la gastronomía con la cultura y el turismo.

Paula destaca que desde la parte de comunicación buscan difundirlo, contactarse con periodistas de Buenos Aires y de todas partes del país para que vean lo que pasa. Incluso han logrado contar con la participación de profesionales destacados y de los integrantes de "Cocineros Argentinos".

Esta feria en particular ha significado la ruptura con los espacios clásicos, significó la salida del restaurant a la calle. Donde uno puede ir desde los platos típicos a otros de culturas diversas, donde puede aprender a cocinar de la mano de los cocineros de la televisión.

Si uno se va hasta el restaurant El Atelier, allá por City Bell, podrá comer platos exclusivos y de gran calidad, por un precio de alrededor de setecientos pesos. Picurba nos ofrece probar sus exquisiteces por casi un cuarto de su precio. Y así uno va viendo cómo cada lugar tiene su identidad: algunos más populares, otros más exclusivos, pero todos ahí, al aire libre, fuera de las cocinas, y todos los aromas se juntan en el aire. Y entonces quien quiera asistir, puede ir a oler ese aire y a juntar esos sabores en su paladar: y la cocina se abre para ellos. ■



DEFENSAS DE TESIS DE POSGRADO

1ER SEMESTRE 2016

MAYO

Carrera: Maestría en Economía

Tesista: Juan Sebastián Fernández

Tema: SWTR: Midiendo protección comercial junto a Impacto distributivo.

Carrera: Maestría en Economía

Tesista: Juan José Galeano

Tema: Análisis del Costo Marginal de los Fondos Públicos para Paraguay mediante un modelo de Equilibrio General Computado.

PROGRAMADAS MAYO / JUNIO

Carrera: MBA

Tesista: María Candelaria Cibraro

Tema: Educación superior y formación profesional. Una medición de la calidad de los profesionales de la obstetricia.

Carrera: MBA

Tesista: Miguel Ángel Fernández

Tema: Servicios de atención al ciudadano por parte del Sector Público. Un estudio sobre la recaudación de tasas municipales en la Municipalidad de Berisso.

Carrera: MBA

Tesista: Natalia Exner

Tema: Calidad de la educación universitaria en facultades de la Universidad Nacional de La Plata. (Un estudio sobre la carrera de Licenciado en Fonoaudiología).

Carrera: MBA

Tesista: Mara De Simone Martin

Tema: Las PyMEs y su influencia en el crecimiento económico de las naciones. Análisis comparativo del estado de situación en Canadá, Brasil y Argentina.

Carrera: MBA

Tesista: Federico Lagunas

Tema: Calidad de la educación primaria de gestión pública en la ciudad de Berisso.

Carrera: MBA

Tesista: Mariano Leonel Rivarola

Tema: Competitividad de sectores industriales. Una aplicación a la industria de productos metálicos, maquinarias y equipos en la región de La Plata, Berisso y Ensenada.

Carrera: MBA

Tesista: Carina Paz Nuño Silva

Tema: El impacto de los valores en la evolución y desarrollo de la sociedad.

Carrera: Especialización en Tributación

Tesista: Patricio César Bazán

Tema: Aspectos Impositivos de los Servicios Empresariales.

Carrera: Especialización en Tributación

Tesista: Luciana Dardis

Tema: Cooperativa de Tamberos Maseros.

Carrera: Especialización en Tributación

Tesista: Marco Impositivo de Las Operaciones Bursátiles

Tema: Marcos Tomas Zocaró.

Carrera: Especialización en Tributación

Tesista: Jesica Gisele Lucesoli

Tema: Análisis Normativo sobre la Importación de Artículos tecnológicos en Argentina.

Carrera: Especialización en Tributación

Tesista: Dr. Marcelo Del Moro

Tema: Construcción de Locales Comerciales en Inmuebles Propios, para su posterior locación o ventas.

110 AÑOS DE CONTINUO CRECIMIENTO

► 1905 - 2015 ◀



Ctabor
► 110 AÑOS ◀

www.ceramicactibor.com.ar



Facultad de
Ciencias Económicas
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

E de N
ESCUELA DE
NEGOCIOS

Seminarios Ejecutivos

Capacitación In Company

- Dirección y Gestión
- Recursos Humanos
- Marketing y Ventas
- Tecnología aplicada a los negocios
- Finanzas

Programas Ejecutivos

- Dirección y Gestión de Pymes
- Gestión de Recursos Humanos

Desayunos Empresarios

- ARTANA, Daniel Alberto
- DAL POGGETTO, Marina
- GONZALEZ FRAGA, Javier
- PRAT GAY, Alfonso
- SECCO, Luis
- SICA, Dante

CONTACTO Tel. +54 221 489-6044
mba.edn@econo.unlp.edu.ar | www.econo.unlp.edu.ar/edn
f ednfceunlp

Calle 3 n° 590. Lunes a Viernes de 8.30 a 13.30 hs. y de 17.30 a 20.30 hs.
Facultad de Ciencias Económicas - UNLP

Auspiciantes

DIARIO EL DIA, GRUPO LOS TILOS, ZONA FRANCA, RAPICUOTAS, CONSEJO PROFESIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CAJA DE CIENCIAS ECONÓMICAS, SEGUROS RIVADAVIA, BANCO NACIÓN, IERIC, BANCO CIUDAD, SERVENTE & CIA.



Facultad de
Ciencias Económicas
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

MASTER EN MARKETING INTERNACIONAL

ACREDITADA CONEAU



*Escuela de
Postgrado de
Marketing
Internacional*

- ▶ Formamos profesionales con alta calificación en el campo del comercio internacional, del Management y del Marketing Global, especialidades con gran demanda en la empresa actual.
- ▶ Programa part-time para profesionales de todas las carreras universitarias.
- ▶ El desafío de crecer con visión de futuro e integrando la empresa con su entorno.
- ▶ Único Master en Marketing Internacional que funciona en el país.
- ▶ Posibilidad de cursar parte de la carrera en Universidades europeas.

CONTACTO Tel. +54 221 424-1458 / 425-9536
marketing@econo.unlp.edu.ar
www.epmi.edu.ar
4to piso, of. 424, 428 - Calle 6 n°777. Lunes a Viernes de 9 a 14 hs.
Facultad de Ciencias Económicas - UNLP



EUROPEAN SCHOOL OF
BUSINESS UNIVERSIDAD DE
REUTLINGEN, ALEMANIA.

*Hacia la
excelencia educativa
con compromiso social*

EXTENSIÓN Lic. Matías Poggio Transformando ideas en proyectos | **EXTENSIÓN Programa de Coequipo** Un proyecto de transformación | **EXTENSIÓN Mg. Liliana Galán** Entre lo académico y lo social | **DOCENTES Cra. Ana María Petti** Estructura de Normas Contables Profesionales | **ALUMNOS Mg. Fernanda Barranquero** (FCE) | **Lic. Sandra Katz** (UNLP) Estudiar y trabajar en igualdad de condiciones | **DOCENTES Mg. Fernando Simonato** Los Millenials en Económicas | **INTERÉS GENERAL** De la cocina a la calle: la movida foodie platense.

 fceunlp  @economicas_unlp  cseconomicasunlp

Suscribite a nuestro newsletter semanal:

 www.econo.unlp.edu.ar