



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
ESTATAL DEL CARCHI

VISIÓN EMPRESARIAL



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

CRÉDITOS

COORDINACIÓN GENERAL:

Ing. Diego Almeida
Lic. Javier Villarreal
Ing. Gladys Urgilés, Directora EAEM

COLABORACIÓN:

Dr. Hugo Ruiz Enríquez, Rector UPEC
Msc. Jorge Bolaños, Vicerrector UPEC
Dr. José Pijal, Director Académico UPEC

DOCENTES UPEC:

Ing. Diego Almeida
Dr. Pedro Velasco
Dr. Wilmer Ger
Ing. Félix Paguay
Ing. Jairo Chávez
Msc. Héctor Chuquín
Ing. Cristian Villa
Ing. Ramiro Urresta
Msc. Roberth Pérez
Mgs. Luis Viveros
Ing. Gerardo Mera
Ing. Luís Vela
Lic. Fredy Quinde
Ing. Sonia Malquín
Ing. Manolo Mafla

OPINIONES

Eco. Jorge Narvárez

ESTUDIANTES DE LA UPEC

Milton Díaz
Oswaldo Aguilar
Alexandra Herrera
Nesmary Tulcán
Esperanza Benavidez
Jennifer Paredes

FOTOGRAFÍA:

Archivo de la Escuela de Administración de Empresas y Marketing
Lic. Fredy Quinde
Agradecimiento a todos los estudiantes de la EAEM que participaron en la sesión de fotografía.

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Jhonny I. Cando H.

IMPRESIÓN



EDITORIAL



ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Una opción positiva...

A lo largo de los últimos 40 años, la tendencia de los bachilleres del país ha estado relacionada directa o indirectamente con carreras profesionales como la Administración de Empresas, de ahí que al momento se hable con certezas estadísticas sobre la existencia de miles de profesionales de esta rama, muchos de ellos vinculados a actividades laborales drásticamente alejadas de su formación profesional.

Sin embargo de lo manifestado, el equipo técnico que llevó adelante la creación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, previo a un solvente estudio de mercado, incluyó en su oferta académica la carrera de Administración de Empresas y Marketing, que en coherencia con el esquema de comportamiento vocacional de los bachilleres del Ecuador, también ha tenido una gran demanda a nivel local.

Quienes así lo decidieron, consideraron la existencia en las instituciones públicas y privadas de la localidad, de una buena masa de ciudadanos y ciudadanas ejerciendo roles laborales inherentes

a algunos campos de la Administración de Empresas, con lo cual la oferta hecha realidad, vino a responder a esa necesidad de formación, lo que tarde o temprano repercutirá en el mejoramiento de la calidad de los servicios en las instituciones referidas.

Por otra parte, en la Escuela de Administración y Marketing de la UPEC existe una considerable masa de estudiantes jóvenes que todavía no están vinculados a la actividad laboral, pero que con esfuerzo y optimismo se preparan en las aulas a la espera de consolidar una profesión que pueda abrirles importantes y seguros horizontes.

Frente a ello, bien podría surgir una inquietud lógica, ¿qué empresas van a administrar los futuros administradores? si en Carchi, éstas se pueden contar con los dedos de las manos.

Esto amerita una respuesta también racional y certera; en el sentido de que Carchi, en verdad no tiene desarrollado un parque empresarial, sin embargo, no es menos cierto que existen grandes potencialidades para hacerlo, justamente por la ubicación



geográfica en frontera, además el comercio y la vocación agrícola y pecuaria de nuestra gente.

Para esclarecer la duda generada, habría que partir del hecho verídico de que la realidad de la inexistencia de empresas en nuestra provincia se debe ante todo a la ausencia de personal calificado que pueda generarlas, en razón de que la falta de una universidad, suscitó lo que comúnmente se conoce como la “fuga de talentos”, pues la casi totalidad de los jóvenes que partieron en busca de formación profesional, definitivamente echaron raíces en

otras regiones, desmantelando la riqueza intelectual, creativa y emprendedora del carchense.

Otro aspecto que abre expectativas interesantes a la carrera, es el perfil que maneja el gobierno central en lo referente a la generación de empresas, a través de la acción del Ministerio de la Productividad, con apoyo también hacia los Gobiernos Locales, factor que genera importantes perspectivas no sólo para Carchi sino también para el país entero, con lo cual los jóvenes que se forman en esta área avizoran una positiva posibilidad de acceso al tra-

bajo lógicamente mediando un proceso óptimo de formación, que potencie competencias laborales con solvencia, pertinencia, actualidad, excelencia y con insumos de carácter nacional, regional y mundial.

Además de lo señalado, no hay que olvidar el perfil de formación que la carrera en la UPEC está ofertando, en el sentido de que los profesionales en formación están en capacidad de generar empresas pequeñas, medianas y grandes, contando paralelamente con que se pueda suscitar un importante ensamblaje inter y trans-



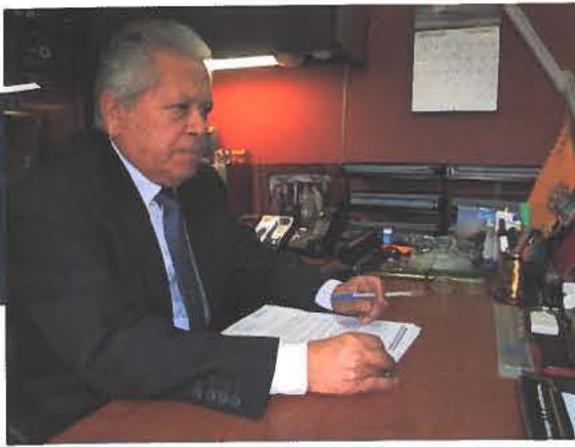
profesional con las carreras de Turismo y Ecoturismo y de Desarrollo Integral Agropecuario, llamadas también en función de los perfiles de salida, a ser generadoras de empresa y por lo tanto de empleo.

Complementariamente, habrá que recordar también que lo que se está formando no son únicamente gestores de empresas, tampoco exclusivamente gerentes y propietarios, pues existe dentro de la malla curricular de la Carrera de Administración de Empresas y Marketing la generación y fortalecimiento de conocimientos y

competencias que dan respuesta a los llamados mandos medios; con lo cual, áreas como las de Contabilidad, Recursos Humanos, Atención al cliente, Marketing, entre otras, constituyen ámbitos en los que los profesionales podrán vincularse con solvencia y posibilidad de éxito, dentro y fuera del país. Hubo y hay acierto en la presencia de esta carrera Académica, llamada a ser y a dar la respuesta que el Carchi necesita para el fomento de su verdadero desarrollo, a través de la incubación de empresas y el aporte de los conocimientos y competencias de

vanguardia entregados por los primeros profesionales de esta área.

A través de la presente revista la Escuela de Administración de Empresas y Marketing, fija su objetivo central en informar sobre las actividades realizadas durante su creación, asumiendo la tarea de capacitar y formar profesionales competentes y proactivos capaces de solucionar las necesidades empresariales del desarrollo regional y nacional con una alta formación académica que se convertirán en fortaleza del campo social y productivo.



Mensaje del Rector

La Universidad Politécnica Estatal del Carchi comprometida con el desarrollo social, económico y cultural de la provincia, de la región fronteriza ecuatoriana-colombiana y del país, tiene la misión de formar profesionales en administración de Empresas y Marketing que asuman el liderazgo de solucionar los problemas de la región, a través de la generación, formación e implementación de sus propias empresas con las que impulsen la economía, desarrollo y solución de los problemas sociales de la comunidad. Para lograr estos objetivos debemos citar primero, la creación de nuestra universidad, que se logró gracias a una serie de acciones individuales y colectivas de un grupo de visionarios que en un esfuerzo conjunto llevamos adelante el proceso de creación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Institución que actualmente busca insertarse positiva y eficazmente en el mundo complejo de la educación superior a través de una estrategia trazada, de un trabajo en equipo, bajo el modelo educativo institucional Social-crítico-constructivista. Considero que luego de la creación de

nuestra "Alma Mater", la misma que constituye un hecho histórico de mucha significación en la vida misma de la provincia del Carchi, tenemos la imponente y muy bien concebida infraestructura de nuestro Campus Universitario, la cual se complementa con una serie de laboratorios y equipamiento con tecnología de punta, que nos permite impartir una enseñanza superior de calidad, en la cual se transmiten conocimientos, ciencia, tecnología, investigación, valores y costumbres, en sus distintos niveles a las nuevas generaciones que asimilan y aprenden normas de conducta, modos de ser y distintas formas de ver el mundo. Posteriormente, tomando en cuenta la idiosincrasia de los carchenses y de los tulcanes en particular, los mismos que han realizado permanentemente actividades comerciales y de pequeños negocios o emprendimientos, creímos necesario incluir en nuestra oferta académica la carrera de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING, con el objetivo de formar profesionales calificados que se dediquen a organizar los recursos humanos y materiales que posee

el entorno en donde se educan, sea con la conformación de sus propias empresas o dirigiendo organizaciones empresariales públicas o privadas, en las cuales pondrán en práctica los conocimientos adquiridos, cumpliendo así con las expectativas y requerimientos de la sociedad.

Como un mecanismo idóneo para lograr estos objetivos y formar profesionales competitivos, se ha seleccionado en una forma rigurosa la planta docente, que transmite sus conocimientos científicos, tecnológicos, culturales y proyecta el aseguramiento de la calidad educativa; a través de actividades curriculares, de investigación, de vinculación con la colectividad, que son los ejes fundamentales de los principios universales de la Educación Superior. Espero que este medio impreso sea la oportunidad para compartir las actividades universitarias estudiantiles, la vivencia docente, el trabajo administrativo, cuyos contenidos cumplan los parámetros de calidad y pertinencia que exige los modernos paradigmas de la Administración de Empresas y los retos de la Educación Superior en el Ecuador.

Dr. Hugo Ruiz Enríquez
RECTOR



El Modelo Educativo de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Cuando hace cinco años atrás iniciamos con las labores académicas en nuestra institución empezamos de cero, no contábamos con infraestructura propia, no teníamos presupuesto, reglamentos, ni procesos administrativos y académicos, como tampoco teníamos un modelo educativo. Pero teníamos una gran voluntad de trabajo, con equipos interdisciplinarios elaboramos una gran cantidad de instrumentos (alrededor de 40) necesarios para desarrollar la formación educativa de la juventud carchense, que acogió con beneplácito la fundación de su Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

Entre aquellos instrumentos mencionamos: El Modelo Educativo, Pedagógico y Curricular, construido por un equipo de docentes, luego lo socializamos con la comunidad universitaria y finalmente fue aprobado por el Consejo Universitario Politécnico de la institución el 3 de enero de 2009. El modelo asume el paradigma integral SOCIAL-CRÍTICO-CONSTRUCTIVISTA, que considera de importancia la reconstrucción cualitativa del conocimiento científico y el desarrollo de competencias, en concordancia con los

desafíos que debe asumir la universidad actual y con las políticas educativas nacionales e institucionales.

El modelo orienta hacia un proceso de formación humanista, en donde el estudiante es el centro del aprendizaje, considerado como un ser inteligente y sociable, un descubridor permanente que se prepara para cambiar el entorno y servir a los demás. La universidad, además, facilita una formación integral con Módulos formativos (asignaturas) todos planificados estratégicamente para contribuir a la formación de un perfil profesional crítico propositivo. El pensamiento crítico es una herramienta que el estudiante la utiliza para mejorar su calidad de vida, por cuanto lo conduce al aprendizaje significativo mediante el cuestionamiento de la información que recibe en el aula y busca profundizar con lógica e imparcialidad en la investigación del nuevo conocimiento. La calidad de vida de una persona depende de la calidad de su pensamiento. Desde el enfoque constructivista del Modelo, el factor más importante del aprendizaje del estudiante está en su interior, en su manera de ser, pensar y aplicar los conocimientos para la solución de los problemas; él es el protagonista en el proceso aprendizaje-enseñanza y el docente es el mediador

y facilitador. El estudiante adquiere conocimientos duraderos que le servirán para su vida profesional cuando sus conocimientos previos los vincula sustancialmente con los nuevos, lo cual le permite construir o reconstruir sus estructuras cognitivas generando, que es importante, su aprendizaje autónomo. Se promueve también la construcción del conocimiento en la zona de desarrollo próximo (aprendizaje en grupo), con la ayuda de los compañeros, en un contexto de apropiación social, adicionalmente con una conciencia de respeto y compromiso con la naturaleza.

Complementariamente este modelo orienta la formación basada en competencias considerando a la investigación e innovación como ejes transversales del aprendizaje, para promover en el estudiante el aprender a conocer, aprender a ser, aprender a vivir juntos y aprender a trabajar en equipo.

En conclusión nuestro modelo educativo Social-Crítico-Constructivista forma personas con valores éticos y morales, con voluntad para emprender y vencer obstáculos, inteligencia para aprender críticamente, para integrarse a la sociedad como personas con ideas, con soluciones y constructores del conocimiento.

Msc. Jorge Bolaños
VICERRECTOR



Mensaje del Director Académico

EL CAMBIO DE ÉPOCA que vive la humanidad desde 1950, es cada día más evidente con el acercamiento vertiginoso de la tecnología a grupos humanos económicamente bajos, aquí se muestra la brecha que el sistema capitalista ha creado entre el SER y el TENER de una sociedad que se deshumaniza y materializa a la vez. Paradójicamente, como dice el filósofo español José Antonio Marina, mientras la tecnología nos distancia y crea dudas de su efectividad, más la queremos y anhelamos. Mientras más cuestionamos a los políticos, más veces les confiamos nuestro destino. Así mismo, en el mundo, y el país se forman administradores de empresas, para una sociedad sin capitales y una juventud sin oportunidades.

En este contexto la Escuela de Administración de Empresas y Marketing, en el marco del Modelo Educativo, Pedagógico y Curricular de la UPEC, está obligada a orientar con énfasis la formación de emprendedores como eje neurálgico del perfil de competencia profesional de estudiantes, con accio-

nes proactivas que se irradian a todas las carreras universitarias y a la sociedad, convirtiéndose en el modelo generador de jóvenes emprendedores para la provincia, la zona de integración fronteriza y el país, considerando además que la Constitución, Leyes y normativa institucional también direccionan este proceso.

Es el tiempo y la dedicación que los estudiantes destinen a su formación en clase, en trabajo autónomo, en ejercicio efectivo de teoría y práctica en proyectos de emprendimiento, prácticas profesionales y proyectos de su carrera aplicados a la solución de problemas de la sociedad, lo que afirme su condición, o perfil de Ingeniero, Emprendedor, Administrador, Marketero, Gestor y Gestionador, no olvidemos que la educación debe estar centrada en el ser humano, es tarea docente lograr este cumplimiento. Esta carrera permite verificar en la organización privada y pública, el área funcional más dinámica, conflictiva, popular, atrayente, generadora de imagen y pasiones encontradas,

de una importancia capital para una existencia dinámica y competitiva en parámetros de calidad y excelencia en constante movilidad ascendente y a su vez exigente, generadora de autoempleo y empleo.

Razones sobran para demostrar su relevancia: apetecibles oportunidades de ingresos, perspectivas de progreso laboral o independencia profesional, pero básicamente porque las Empresas no podrán sobrevivir en un mundo cada vez más competitivo si no se deciden a aplicar técnicas racionales de Administración y Mercadeo.

Es una de las mejores alternativas estudiar Administración de Empresas y Marketing, en tanto, se presentan crean, innovan y renuevan empresas y productos, a la vez que se promocionan, distribuyen y comercializan bienes y servicios. Tomemos en cuenta que el consumo crece, la competencia da pasos acelerados, planificados, estratégicos, contexto de presente y futuro profesional que se forma en la UPEC, el mismo que se vuelve cada vez más importante y necesario.

Dr. José Pijal
DIRECTOR ACADÉMICO

MISIÓN

DE LA ESCUELA DE
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y MARKETING.

Contribuir al desarrollo regional y local mediante la formación de profesionales Ingenieros en Administración de Empresas y Marketing, que aporten en la sociedad a la reactivación empresarial, a través de la investigación de la economía de mercados, así como la formación e implementación de PYMES y grandes empresas, logrando de esta manera la productividad y competitividad en la región y el país.

VISIÓN

DE LA ESCUELA DE
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y MARKETING.

Lograr la excelencia académica formando profesionales en Administración de Empresas y Marketing a través del trabajo por competencias, ya sea en el mercado nacional e internacional, tomando como base la calidad de los docentes, alumnos y una moderna infraestructura, lo que permitirá situarse en niveles de competitividad y mejoramiento continuo en la sociedad.

DEFINICIÓN DE LA CARRERA

La Ingeniería en Administración y Marketing se constituye en un espacio que brinda a través de sus recursos humanos, técnicos y físicos para entregar una profesión, que da oportunidad al desarrollo de nuestra colectividad. Esta actividad permitirá a sus profesionales desarrollar destrezas para la planificación y elaboración de proyectos que los conduzca a ser los motores que generen el trabajo empresarial acorde a las nuevas tendencias y exigencias tanto legales, profesionales y de calidad existentes en la actualidad en el sector comercial.

La carrera de Administración y Marketing tiene por objeto capacitar para investigar, analizar, planificar, orientar y dirigir con eficacia los procesos administrativos, financieros y comerciales de los sectores productivos empresariales, y de la empresa en particular, partiendo de premisas que enfatizan las variables estratégicas.

Nuestra Escuela se basa en la fundamentación pedagógica adoptada por la universidad como es el trabajar con un modelo social-critico-constructivista que permite implementar a nuestra realidad cambios socio-económicos, científicos, culturales, políticos, técnicos indispensables para crear un nuevo sistema de educación enfocado en competencias que permitan resolver problemas del contexto y que considere a la investigación como eje transversal del aprendizaje. Esto permite promover en el estudiante el aprender a conocer, a ser, a hacer, a vivir juntos y trabajar en equipo tal cual lo refiere la UNESCO; otorgando en la sociedad la razón de formar más que modelar, de participar proactiva y creativamente en el quehacer local, regional, nacional e internacional.



La UPEC tiene como finalidad formar personas integralmente competentes, que respondan a los cambios permanentes que la vida enfrenta y que afectan de una u otra manera el estilo de vida de cada ser humano. La institución asume el modelo educativo social-crítico-constructivista, desde el cual considera de gran importancia la construcción del conocimiento científico a tono con las demandas actuales y la aplicación de los principios, valores y políticas formuladas por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi. El modelo orienta la formación basada en competencias para resolver problemas del contexto y considera la investigación como eje transversal del aprendizaje, para promover en el estudiante el aprender a conocer, el aprender a ser, el aprender a hacer, el aprender a vivir juntos y aprender a trabajar en equipo (UNESCO); por lo tanto, la razón del ser de la academia es sembrar más dudas antes que dar respuestas. Por esta razón se debe formar, más que informar.

PERFIL DEL EGRESADO

El ingeniero/a en Administración de Empresas y Marketing de la UPEC, estará en capacidad de:

- Elaborar, diseñar, ejecutar y dirigir procesos de negocios empresariales para el manejo operativo, contable y financiero, de las actividades que realiza la empresa, de una forma técnica y legal, acogiéndose a las normas vigentes del país.
- Diseñar y ejecutar planes operativos y estratégicos de marketing, que permitan aprovechar nuevas oportunidades de mercado, para obtener resultados inmediatos en forma eficiente y eficaz.
- Diseñar y aplicar proyectos factibles que originen y den crecimiento a empresas atrayendo la inversión nacional e internacional conforme a las normas establecidas
- Elaborar y ejecutar planes de negocios que promuevan la permanencia de las empresas en el mercado, basados en los estándares de calidad vigentes
- Diseñar y aplicar proyectos factibles que atraigan la inversión nacional e internacional utilizando estándares de sostenibilidad y sustentabilidad.





MSc. Jairo Chávez Rosero
Docente EAEM

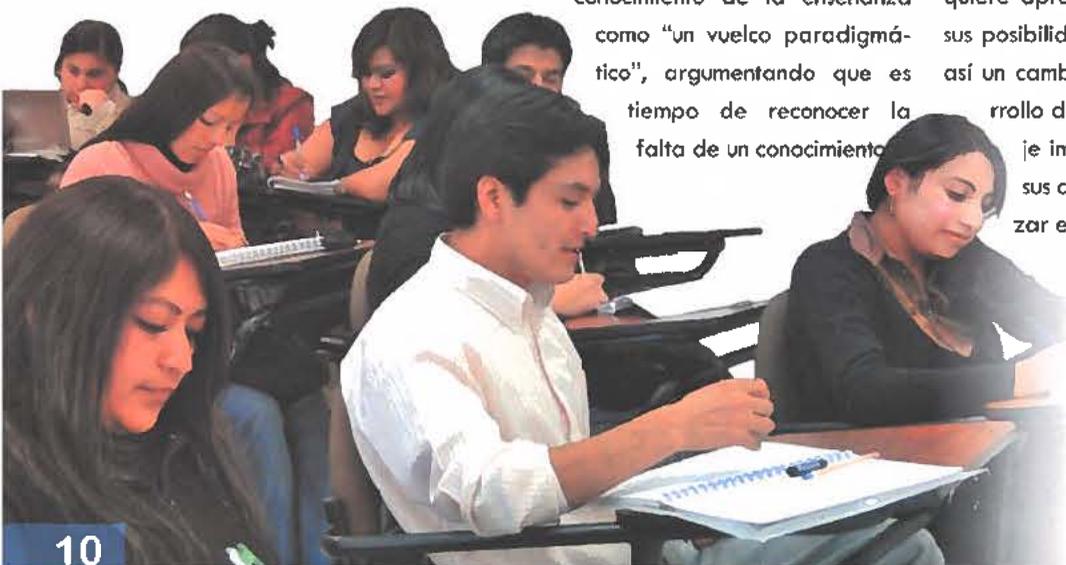
LA ENSEÑANZA APRENDIZAJE EN EL AULA

Los retos de la educación contemporánea en el Ecuador han trasladado a los docentes a ser partícipes de parámetros de actualización, innovación, investigación y especialmente a dirigir sus procesos de enseñanza aprendizaje utilizando paradigmas actuales que consoliden los neo modelos que la educación debe implantar en beneficio de las personas que lo necesitan. La institución, el docente y por ende los involucrados de la educación deben permitir construir el conocimiento en forma compartida y mediante metodología crítica constructivista que permita mediar entre las diferentes esferas que el ser consciente debe rotar como parte de su entrenamiento formativo y racional ante los demás.

Los docentes actuales se encuentran reuñentes a adquirir y poner en práctica nuevos enfoques educacionales, sin saber que una fortaleza absoluta es aplicar en la actualidad la explotación de inteligencias múltiples que fortalecen el aspecto conductual, cognitivo, investigativo, potencial motriz e intelectual del estudiante bajo la guianza y correcta explotación del docente y su medio. (INTELIGENCIAS MÚLTIPLES). La educación requiere enseñar cómo se da el proceso de conocimiento desde una visión multidimensional, desarrollando en las personas la capacidad para buscar la lucidez tras las tendencias de la ilusión y el error. Entonces según Morín (2000) es necesario orientar el aprendizaje hacia el abordaje de los problemas estableciendo la ubicación de cada área dentro del conjunto del plan formativo, para luego determinar los vínculos entre las diferentes áreas. El docente está continuamente intentando aprender más sobre sí mismo y su manera de trabajar. Algunos autores han caracterizado la construcción del conocimiento de la enseñanza como "un vuelco paradigmático", argumentando que es tiempo de reconocer la falta de un conocimiento

científico y tecnológico que guíe la actuación de los profesionales, creando situaciones artificiales entre el conocimiento de unos y la práctica de otros, reproduciendo la dicotomía entre el conocimiento y la actuación en la práctica cotidiana (Biddle, Good & Goodson 2000; Camps 2001; Cárdenas, Rodríguez y Torres 2000; Crookes 2003). Desplazar la prioridad del proceso educativo al aprendizaje del alumnado representa, en buena medida, una ruptura con el modelo tradicional en vigor en las aulas universitarias; aspectos que en verdad se deben cambiar utilizando nuevas metodologías, estrategias docentes, sistemas de evaluación, espacios y organización de recursos a la disposición.

La motivación y la participación activa del alumnado son elementos fundamentales de los procesos de aprendizaje, debiendo el docente utilizar recursos de la Escuela Nueva, como Tendencia Pedagógica que enfatiza la importancia que tiene el educando de asumir un papel activo, consciente de lo que quiere aprender, en concordancia con sus posibilidades e intereses, trayendo así un cambio importante en el desarrollo de la enseñanza aprendizaje impartida por el maestro en sus clases, con el afán de alcanzar el éxito de una planificación previamente realizada, preparada y dirigida con amor y paciencia a sus alumnos.





NUEVA GENERACIÓN EMPRESARIAL

Por: Alexandra Herrera
Estudiante EAEM

La Escuela de Administración de Empresas y Marketing gracias a la gestión desempeñada por parte de sus autoridades y docentes, trabajan arduamente con el fin de crear un verdadero interés académico que forme una nueva generación empresarial con una visión de compromiso en el talento humano, el ambiente y un crecimiento sostenido. Sin dejar de lado la formación del estudiante en el marco de una filosofía humanista, cultivando en el nuevo empresario

valores éticos, morales y fomentando particularmente un alto sentido de responsabilidad hacia la sociedad.

La Escuela de Administración de Empresas y Marketing no solo ha orientado esfuerzos en transmitir teorías, sino en desarrollar y fortalecer el espíritu emprendedor de sus estudiantes por lo que la exigencia es mayor y demanda más responsabilidad. Plasmándola como una carrera que permite adquirir conocimientos necesarios

para responder a los desafíos del mundo actual, a través de la creación, innovación y ejecución de ideas que generen un valor agregado y que coadyuven al progreso de la comunidad local y nacional.

Ser alumno de la escuela de Administración de Empresas y Marketing de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi es aceptar el noble reto de servir a la Patria con una visión transformadora.





EL EMPRENDIMIENTO EN LA VOZ DEL ESTUDIANTE

Por: Milton Javier Díaz T.
Estudiante EAEM

La Escuela de Administración de Empresas y Marketing fue creada para formar profesionales emprendedores y críticos que sean capaces de contribuir al desarrollo y progreso económico, social y cultural de la Provincia del Carchi, su misión ha sido encaminada a alcanzar el éxito de sus estudiantes con la preparación constante, la investigación y la práctica de sus conocimientos en el ámbito laboral, éxito que se logra con la calidad de enseñanza impartida por parte de los docentes con experiencia y ética profesional, los cuales fomentando la interacción estudiante - docente, hacen de la enseñanza y el aprendizaje una manera de conocer mejor la realidad actual, que se escapa de la teoría.



Participación en la Feria de Emprendimiento - Universidad de Naríño

La Calidad Académica

La Escuela de Administración de Empresas y Marketing de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi surge como un ave libre que vuela hasta llegar a lo más alto del infinito. A través de grandes y pequeños eventos organizados tanto por las autoridades como por nosotros los estudiantes, se ha visto el alto grado de integración, unidad, y compañerismo.

Los docentes de la Escuela de Administración de Empresas y Marketing, se preocupan por llenar nuestra mente no solo de conocimientos científicos sino también de valores éticos y morales como parte de una formación integral, con el objetivo de convertirnos en empresarios que fomentan la misión de progreso y desarrollo para construir una sociedad diferente.



Por: Oswaldo Aguilar Granda
Estudiante EAEM



DESARROLLO

Lic. (MBA) Freddy Quinde
Docente EAEM



Carchi es una provincia definida por una actividad comercial, que se ve refleja en los números que actualmente maneja el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC).

Es por su característica de frontera, una población que compra y vende productos, de allí que la actividad micro empresarial se sustenta en el comercio de productos para el mercado colombiano.

Y más, si nos apartamos por un momento de la realidad agrícola, nos damos cuenta que no somos una provincia productiva, pues no producimos (industrializamos) nada, por eso, debemos dar un aplauso a la ya tradicional Industria Lechera Carchi y por ahí a otras dos empresas lácteas, que con esta escasa reali-

dad industrializadora, se confirma que Carchi no es productiva, es una provincia comercial, por tradición y por cultura.

Mucho se ha hablado de cambiar y transformar esta realidad y apostarle al desarrollo micro empresarial productivo, que genere procesos industriales que logren convertirse en una fuente generadora de empleo, pero se han quedado en anuncios.

Gobierno nacional y autoridades seccionales le han apuntado a la implementación de políticas que ayuden al desarrollo micro empresarial. Para esto se pueden citar varios programas, por ejemplo Fodepyme que incluso da una definición de micro empresa: "Aquella que tenga entre 1 a 9 trabajadores, un valor

de ventas o ingresos brutos anuales inferiores a cien mil dólares de los Estados Unidos de América o un volumen de activos de hasta cien mil dólares" cantidad que para el bolsillo del carchense deja de ser micro. También se suma la implementación de instancias de apoyo articulador como es la ADECARCHI, programa del Gobierno Provincial, que buscan el desarrollo económico de la provincia. Bajo este contexto, se ha ido creado, a través de las múltiples capacitaciones una "cultura micro". Pero en Carchi hay gente que no piensa en micro, citemos un ejemplo, que corrobora la actitud comercial emprendedora de los carchenses, el transporte pesado. Este sector ha sido un segmento que mayor empre-

MICROEMPRESARIAL



sa a desarrollado en la provincia. La oferta potencial actual de servicios de transporte de carga, en el norte de Ecuador y Sur de Colombia, está conformada por un total de 4 743 vehículos; la flota para carga pesada aumentó de 450 a 800 unidades en los últimos cuatro años (INEC - Estadísticas de transporte 2010), conjuntamente logran cubrir una oferta de 19,721 toneladas. De acuerdo al estudio, se evidencia que la flota vehicular de transporte pesado seguirá en crecimiento; también se puntualiza que este crecimiento obedece al incremento del comercio entre Perú y Colombia y que las mercaderías responden a la categoría de productos perecibles como la cebolla perla, frejol, arroz.

Hoy les viene un nuevo reto, la aplicación de la decisión 399, que en resumen permite el libre tránsito de mercancías en transporte de carga colombiano, por los cinco países de la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

Pero, insistimos en la interrogante sobre: cuál es el problema, el por qué no se palpa un desarrollo empresarial basado en la producción en Carchi, (nótese que se ha eliminado el término micro), las respuestas son múltiples, entre ellas, la falta de recurso económico, la falta de apoyo y asesoramiento efectivo, y sobre todo la falta de mercados reales. Es en este último, considero, es el punto neurálgico, donde la universidad, a través de la escuela de administra-

ción de empresas y marketing, juega un rol importante al capacitar nuevo talento que entienda que la acción, hoy por hoy, es vender y luego producir, es decir, que debo tener cuantificado un mercado, saber sus gustos y preferencias de consumo, entonces producir, rompiendo el viejo esquema de sembrar, sembrar y luego ver quien compra, que ese es otro mal de nuestra antigua generación de agricultores.

Luego, es importante advertir que si se quiere implementar una estrategia nueva ha de hacerse en mentes nuevas, es decir, en estudiantes con nueva actitud, la misma que debe ser el resultado de una experiencia nueva de enseñanza, en la que la UPEC está comprometida.



CAPACITACIÓN ESTUDIANTIL

Por: Nesmary Tulcán M.
Estudiante EAEM

Conforme se perfecciona el desarrollo de las tecnologías en la humanidad, mayor es el desequilibrio y la necesidad de adquirir competencias; la utilización del conocimiento como recurso estratégico de la sociedad conjuntamente con el desarrollo de las TIC's (Tecnologías de la Información y Comunicación) como herramientas que ayudan a alcanzar objetivos para transformar la realidad

circundante, se convierten en la principal fuente de ventaja competitiva para un estudiante caracterizado por su curiosidad, misma que lo lleva a una constante búsqueda de la comprensión que contribuye al crecimiento del mundo que lo rodea.

Es por eso que la Escuela de Administración de Empresas y Marketing se ha destacado por brindar constantes capacitaciones, previamente planeadas y acopladas a nuestra carrera, las que han servido para elevar nuestro nivel de

conocimientos, incrementando las posibilidades de un rendimiento académico satisfactorio para así lograr un mejoramiento del perfil estudiantil.

Las capacitaciones estudiantiles de las cuales hemos sido partícipes nos han brindado aquella información, aprendizaje que necesitamos para complementar nuestros conocimientos y formación que llevamos y así poder desempeñarnos dentro de la sociedad. Destacando siempre el modelo que como Universidad mantenemos el de ser



*Nunca consideres el estudio como un deber,
sino como una oportunidad para penetrar
en el maravilloso mundo del saber.*

(Albert Einstein)

estudiantes con un pensamiento crítico constructivista. Esta perspectiva nos conduce por un camino de crecimiento personal integral que ha permitido el desarrollo de habilidades y actitudes más acertadas para alcanzar nuestras metas en la vida como futuros profesionales.

La educación es el más formidable motor del progreso, Siempre y cuando se explote adecuadamente el capital intelectual del ser humano.



PASANTÍAS

PRÁCTICAS PROFESIONALES EN LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Por. Ing. Sonia Malquín
Docente EAEM

La Escuela de Administración de Empresas y Marketing basa su actuar en el Reglamento de de Pasantías de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi aprobado con Resolución No.091CSUP-2009. En su Artículo 4 estipula que los estudiantes que posean la aprobación del 50% de su pensum académico

deben cumplir con la función curricular en la Formación de Prácticas Profesionales, que representan a 640 horas laborables.

Bajo esta normativa, la Dirección de Escuela realiza la elaboración del proyecto de pasantías, enfocando en ello la logística de búsqueda y firma de convenios con instituciones públicas y privadas de la provincia del Carchi; mediante convenios suscritos entre el Señor

Rector y los representantes legales de los organismos en los cuales deban cumplirse las pasantías.

Por lo tanto una vez que se concreta la logística y la firma de los convenios respectivos, los estudiantes que en ese entonces cursaban los séptimos niveles empiezan a realizar las prácticas pre profesionales a partir de noviembre del 2009, contando para ello con las siguientes instituciones públicas y privadas:

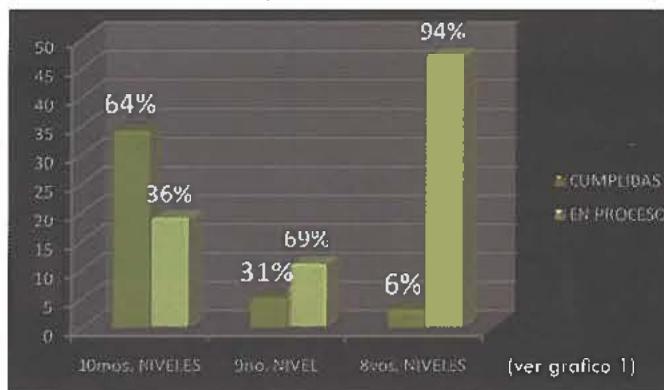
Ítem.	NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN
1	AUTOMOTIZ RICHARD
2	AUTOMOTRIZ GÓMEZ
3	COOPERATIVA 29 DE OCTUBRE
4	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO TULCÁN
5	COOPERATIVA PABLO MUÑOZ VEGA
6	DIOESIS DE TULCAN
7	HOTEL FLOR DE LOS ANDES - BOARDER
8	IMBAUTO S.A.
9	LA PRENSA
10	REGISTRO DE LA PROPIEDAD
11	UNIÓN DE COOPERATIVAS DEL CARCHI
12	ASOCIACIÓN DE JUNTAS PARROQUIALES DEL CARCHI
13	CENTRO DE SALUD N°. 1
14	DIRECCIÓN DE SALUD
15	EMAPA - T
16	FEDERACION DEPORTIVA DEL CARCHI
17	FISCALIA
18	GÓBERNACIÓN DE LA PROVINCIA DEL CARCHI
19	GOBIERNO PARROQUIAL DE JULIO ANDRADE
20	POLICIA NACIONAL
21	SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
22	UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Fuente: Base de Datos AEM-UPEC

De este universo podemos analizar que en un 50% pertenecen al sector público y 50% sector privado, factor que es determinante en el complemento a la formación impartida por la institución.

En el manejo y administración del proyecto, la Escuela ha desarrollado mecanismos de control que le permitan realizar el seguimiento de los profesionales en formación, para cuantificar y cualificar el cumplimiento de las prácticas profesionales.

1. El primero es el informe de registro y evaluación de las prácticas, documento que es elaborado por el jefe inmediato de los pasantes, reporte que es emitido cada 15 días de la jornada laboral realizada.



2. Matriz de la base de datos, que es el compendio de la información en cumplimiento de horas laboradas por los pasantes y que se clasifica por niveles.

3. El proyecto de pasantías que presenta el estudiante toda vez

que haya concluido las 640 horas de prácticas profesionales.

Hasta la fecha estos son los avances en cumplimiento que han tenido los pasantes de la Escuela de Administración de Empresas y Marketing, por nivel: (ver grafico 1)

Las pasantías son la ambientación que el profesional en formación requiere en su proyecto de aprendizaje, ya que le permiten ganar experiencia y destreza en el desenvolvimiento laboral que enfrentará el día de mañana.



Primeros pasantes de la EAEM, septiembre 2009 - febrero 2010



Pasantías Coop. Pablo Muñoz Vega



Pasantías Cooperativa
29 de Octubre



Pasantías SRI



Pasantías Cooperativa
Tulcán



Pasantías SRI



Pasantías UPEC

INTERNACIONALIZACIÓN DE NEGOCIOS, UN LIGERO ACERCAMIENTO A DUNNING.

Por: Lic. (MSC) Javier Villarreal
Docente EAEM

Al revisar los apuntes del no tan popular en nuestro país, Jhon Dunning, podemos encontrar respuestas al parecer básicas acerca del porque las empresas se internacionalizan. Este autor parece abordar el tema y solucionar las grandes interrogantes después de una pregunta básica que se hace la organización, ¿cuál es mi siguiente paso estratégico?.

Que debe hacer una empresa cuando descubre que posee algunas UEN (Unidades estratégicas de negocios) que resultan rentables en los actuales momentos pero que requieren inversiones altas para su progreso, o que siendo beneficiosas económicamente representan un mercado que no se expande, o que a pesar de las ventajas actuales que puede brindar un mercado de exportación descubre que es más exigente en cuestiones claves como el diseño, packing, servicio postventa, etc.

Las respuestas que plantea Dunning en su estudio del año 1997 nos responden muchas de ellas. Sin duda las respuestas a estas preguntas pueden determinar el éxito o el fracaso de un proyecto de expansión al extranjero. Con la teoría ecléctica de Dunning se ha desarrollado un modelo multidimensional capaz de reconocer ciertos momentos en la vida de la organización que pueden dar una alerta de prevención para pensar en buscar mercados internacionales, tales como:

Propiedad de ciertos activos, especialmente tecnología no existente en el país donde se va a internacionalizar, capacidad de lograr sinergia entre estos activos y los otros recursos disponibles en la empresa. Recordemos que la internacionalización es otra forma de exportación pero que se procura desarrollarla cuando existe la posibilidad de reemplazar mercados externos por operaciones que estén dentro de su control interno, pero fuera del país. Además de lo citado

anteriormente es recurrente el pensar que, la decisión de la alta gerencia por tomar este camino estratégico es importante al igual que medir la capacidad que tenemos como organización para abastecer a mercados diferentes sin tomar en cuenta su localización.

El análisis de Dunning resulta positivo al ilustrar las condiciones que orientan las decisiones organizacionales para que se presenten las IED (Inversiones Extranjeras directas) al decir de este autor existen tres tipos de ventajas que deben presentarse conjuntas en las decisiones de invertir.

La primera centrada en las ventajas de propiedad, nuevamente con relación a tecnología material e inmaterial. Luego menciona una ventaja de internacionalización representada por la relación beneficio - costo de rescindir de la propiedad de algunas de esas ventajas de propiedad hacia terceros en términos de la extensión de la cadena de valor mediante permisos, franquicias, patentes, Know How versus la posibilidad de explotarlas bajo su propia gestión, naturalmente, la respuesta debería ser la elección de una gestión directa. Finalmente las ventajas de localización están presentes por las condiciones de desarrollo empresarial inherentes al país, que son inmóviles (tal cual las ventajas comparativas de Smith), necesarias para desarrollar las actividades de la organización.





La primera tarea
de la educación es
agitar la vida,
pero dejarla
libre para
que se desarrolle

Maria Montessori





GIRAS ACADÉMICAS

Por: Esperanza Benavides
Estudiante EAEM



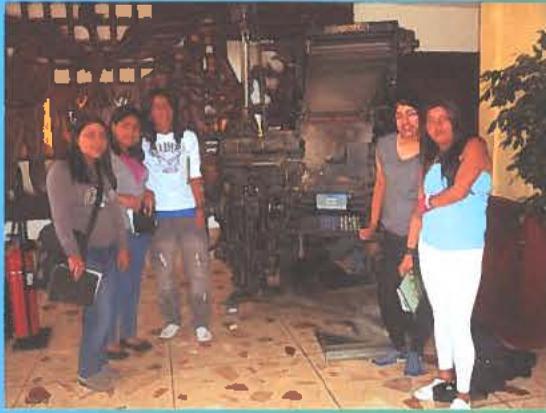
SENA, Pasto.

La complejidad del mundo empresarial y sus avances exigen profesionales cada vez más competentes que sepan desenvolverse en el medio laboral, donde se evidencia cuan preparada está la persona para enfrentarse al mismo.

La Escuela de Administración de Empresas y Marketing por su parte tiene como fin primordial el de formar profesionales

emprendedores que aporten al desarrollo socio-económico de la región y consecuentemente del País, lo cual implica métodos educativos no tradicionales únicamente; de ahí la importancia de las giras de observación como aporte en la formación profesional, mismas que permiten conocer la realidad donde se desenvuelven las organizaciones, además de que conllevan a

verificar, reforzar e interiorizar los conocimientos teóricos - prácticos adquiridos en el aula, con el propósito de formar al futuro profesional pragmático de tal forma que pueda defenderse en los diferentes campos de acción. Con las giras académicas de observación la Escuela pretende orientar al futuro profesional, de tal manera que adquiera plena capacidad de análisis



Diario El Comercio, Quito



Fábrica de colchones Chaide & Chaide, Quito



Planta productora de gas AGA, Guayaquil.

de la realidad empresarial, su problemática y así mismo aporte con alternativas de solución al momento de enfrentarse al entorno laboral, ya que las giras permiten a los estudiantes tener una amplia perspectiva del entorno en el que operan las empresas, así como de su gestión administrativa y su relación con la sociedad donde se desarrolla, brindando la oportunidad

de analizar su funcionamiento, relacionarlo con la teoría impartida en el aula y los resultados e impactos que ha tenido su aplicación dentro de las empresas que han abierto sus puertas para poder conocer de cerca la forma de llevar una gestión administrativa.

Como experiencia personal, la visita realizada a la empresa reconocida "Pinturas Cóndor"

permitió conocer la gestión de calidad que maneja dicha firma con lo que se complementaron las teorías de la cátedra de normas de calidad, de ahí que las giras de observación son una herramienta fundamental para el aprendizaje integral de los estudiantes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y más aun de nosotros como futuros administradores.



Por: Ing. Luis Vela
Docente EAEM

CAPACITACIÓN DOCENTE

EN LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

La actividad de todo docente exige que su preparación y su capacitación se transformen en procesos permanentes, enfatizando nuestro rol como productores culturales y no solo como meros transmisores de contenidos.

Los docentes, cuando desarrollamos nuestras tareas, entendiendo por éstas a las distintas actividades que van desde la selección temática de los programas de estudio, la planificación de las clases, la selección bibliográfica y los distintos instrumentos educativos para desarrollar nuestra labor, optamos y decidimos que modelo didáctico asumiremos. En definitiva, lo precedente no es ni más ni menos que una "elección"

de la política pedagógica que llevaremos adelante y ésta puede ser el producto deliberado de nuestras convicciones filosóficas educativas o la simple adhesión al modelo educativo institucional. Por lo tanto se puede manifestar que la capacitación docente, especialmente en el campo de la Administración de Empresas y Marketing, que son dos áreas que se complementan y convergen en el desarrollo profesional, que aspiramos lograr en nuestros estudiantes, son necesarias adquirirlas día a día. En este sentido, no debemos parcializar el alcance del currículo sólo al conjunto de planes y programas de estudios, por el contrario, lo

debemos considerar en su sentido más amplio como al conjunto de las experiencias de aprendizaje individual y grupal, intra y extra clase; lo que cotidianamente viven, padecen y sienten nuestros alumnos debe ser objeto de aprendizaje, por lo tanto, no pueden estar fuera del tratamiento educativo.

La capacitación emprendida en nuestra escuela ha venido fortaleciendo y apoyando al perfil profesional de nuestros estudiantes, al vincular la teoría con la praxis, generando así una mirada globalizadora, desde un marco teórico hacia la práctica que se implementa o ejecuta en el entorno empresarial.



Capacitación evaluación docente



ESAP, Pasto



Taller de emprendimiento empresa Catapulta, Tulcán



Capacitación pedagógica



LEGISLACION EMPRESARIAL EN LA ZONA DE FRONTERA

Por: Dr. Wilmer Ger
Docente EAEM

Para el gobierno, la culminación del año dos mil diez es fructífera para los y las ecuatorianas, ya que según las estadísticas hubo un crecimiento aunque en mínimo porcentaje de las fuentes de empleo en el país.

En nuestra frontera la realidad nos dice lo contrario, cuando la informalidad en la actividad comercial a aumentado, y tomando en cuenta que esta actividad constituye una fuente de sustento de los pueblos fronterizos de Colombia y Ecuador, viene obstaculizado su normal desarrollo, por la falta de coordinación y de acuerdos entre las dos fronteras, y ante lo cual las autoridades de turno han permanecido indiferentes ante el problema.

Es deber de nuestras autoridades asumir un rol protagónico, creando vínculos y estableciendo estrategias que permitan la fluidez

en el comercio de frontera, ya que como sabemos, el comercio de nuestro cantón subsiste, por el intercambio que se realiza con los hermanos colombianos, y que permiten obtener tributos considerables para el estado; que de no tomarse medidas urgentes, la actividad comercial decaerá, y por ende aumentará el nivel de desempleo y la pobreza en nuestra provincia.

La Cámara de Comercio de Tulcán, en colaboración con otras Instituciones, con el afán de dar solución y mejorar la actividad comercial en nuestra Frontera, ha venido promoviendo la socialización de normas legales; como el nuevo Código de La Producción, el Reglamento de Facturación, y de todas aquellas que permitan regular, efectivamente el comercio en nuestra Provincia.

Pero resulta insuficiente si las autoridades gubernamentales, provinciales y seccionales, no aúnan sus esfuerzos y contribuyen a la solución del problema fronterizo, que sin asumir una actitud pater-

nalista, deben ser consecuentes con las necesidades de los pueblos, estructurando un plan que permita el desarrollo normal del comercio en nuestra frontera; gestionando la actualización y firme observancia del "Convenio entre Colombia y Ecuador, sobre tránsito de personas, vehículos, embarcaciones fluviales marítimas y aeronaves", o Convenio de Esmeraldas, que de cumplirse, en mucho aportaría a las buenas relaciones y a una mejor convivencia entre los dos pueblos, y no estaríamos inmersos en inconvenientes, como el actual paro de transporte realizado por las organizaciones del pueblo colombiano.

La UPEC, vinculada con la sociedad carchense y tulcanense desde sus inicios, consciente de su rol fundamental, como pilar de desarrollo del Norte de la Patria, preocupada por su entorno, es y será su propósito, lograr la integración de sus pueblos, en busca de mejores condiciones de vida para sus habitantes.



Por: Ing. Com. Félix Paguay
Docente EAEM

EL MARKETING EN LA MICROEMPRESA

Los seres humanos desde el principio de los tiempos han buscado la satisfacción de sus necesidades tanto físicas como emocionales. En esta búsqueda se han agrupado y organizado para la convivencia y consecución, en primera instancia, de objetivos comunes y luego individuales.

Sin ánimo de dar la definición correcta de lo que es el marketing, pues ni los propios teóricos del tema se ponen de acuerdo, podemos decir que el marketing es aquella combinación de conocimientos y de técnicas orientadas a comprender el mercado y a influir en él, lo cual le convierte en una herramienta que facilita la realización de intercambios entre dos o más partes de forma que se produzca un beneficio mutuo.

Dentro de la empresa, el marketing desempeña una función primordial que debe estar perfectamente coordinada con las otras funciones, especialmente con la de producción.

La microempresa, debe conocer los conceptos fundamentales de mercadeo, para poder sobrevivir a una

competencia difícil. La idea es que el microempresario pueda comprender su mercado, ubicar bien sus productos y los venda más fácil.

única vez y no muchas pequeñas versiones que a la postre salen más costosas con resultados de menor calidad

TÁCTICAS DE MARKETING EN LA MICROEMPRESA

1. PAPELERÍA DE LA EMPRESA:

El aspecto, la textura y la calidad de la papelería hacen que ésta sea un arma poderosa de mercadeo. Las cartas comerciales, las cotizaciones, las facturas, las tarjetas de presentación, etc. llegarán a muchas manos llevando la imagen de su empresa.

2. COLOR "PROPIO":

Cuando la microempresa se asocia con un color, la recordación aumenta y es más fácil crear actitudes. La microempresa debe usar un mismo color en todos los recursos de mercadeo que utilice.

3. PUBLICIDAD:

La publicidad debe mantener una línea de unidad. Así, se logra un mayor impacto y una mejor imagen con un menor costo de inversión.

4. FOTOGRAFÍAS:

En materia de fotografía, es preferible hacer una buena inversión una

5. AFICHES:

Hoy es posible hacer cantidades reducidas y se pueden exhibir en vitrinas, hoteles, almacenes, oficinas y otros sitios estratégicos.

6. REIMPRESIÓN DE ANUNCIOS Y PUBLICIDAD:

Estos recursos se pueden multiplicar haciendo fotocopias de calidad para enviarlas por correo o colocarlas en carteleras y otros lugares estratégicos.

7. "CANJES" PUBLICITARIOS:

Cuando la empresa reciba una oferta publicitaria y ésta sea de su interés, proponga pagar en "canje", si acaso los productos o servicios hacen viable esta opción.

8. PATROCINIOS PUBLICITARIOS:

Muchos proveedores estarían dispuestos a hacer publicidad compartida con las empresas que distribuyen sus productos, asumiendo parcialmente los costos, si se argumentan adecuadamente los beneficios que recibirían ambas partes.

EL SECTOR COMERCIAL Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE



Por: Ing. Diego Almeida
Docente EAEM

La economía del Ecuador y de Tulcán principalmente la sostiene el sector comercial. En Tulcán la mayoría de sus habitantes se dedican al comercio con el vecino país de Colombia, esto por ser una ciudad fronteriza, donde la compra y venta de varios productos se ha vuelto una tradición de generaciones.

El sector comercial, es una fuente de ingresos para el país, es generadora de empleo y crece cada día más. Este sector, en nuestra ciudad abarca varias actividades como: hoteleras, restaurantes, almacenes, instituciones bancarias e

incluso el mismo comercio informal. Todas estas formas de hacer comercio contribuyen a incrementar los ingresos para las familias tulcanefías y para el Estado ecuatoriano mediante la declaración de impuestos.

La atención al cliente tiene mucho que ver en el sector comercial y en nuestra vida diaria, todos estamos expuestos a atender a clientes y ser atendidos como tales. Hoy en día el tema de atención al cliente, se ha vuelto impredecible en todas las empresas o instituciones; porque un cliente es un punto vital que sin él no habría razón de ser en los negocios.

Las empresas deben tener en cuenta que atraer un nuevo cliente

es más difícil que mantener uno, por lo que se debe dar un trato personalizado al cliente que llegue a nuestro negocio, tratarle con honestidad, cordialidad, amabilidad, saber escucharle y lograr que se sienta satisfecho por un servicio o producto vendido.

Por su parte el vendedor como un profesional debe ser una persona capacitada en ventas conforme a las exigencias del mercado competitivo actual.

Las empresas en la actualidad demandan poner énfasis en el valor agregado de los servicios, utilizando las estrategias y técnicas de marketing para que día a día acrecienten sus portafolios de clientes.

INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD EMPRESARIAL

Según Shapiro, "La Creatividad es la generación de una idea útil y original; la invención es la capacidad de hacer realidad física dicha idea; la innovación es el proceso mediante el cual dicha invención llega al mercado y es adquirida por los clientes"

En un sentido más amplio, innovar es la acción de introducir o producir algo novedoso, alguna idea, método, instrumento, modos de pensar en: negocios, servicios, entradas al mercado, producir, formar u organizar, solucionar problemas, realizar adaptaciones y modificaciones de bienes y servicios destinados a solucionar necesidades o descubrimiento de necesidades. Considero por tanto que la innovación debe estar al servicio no solo de las empresas y del marketing, sino que los investigadores deben lograr que la innovación esté cerca, enfocada y dirigida a los clientes, usuarios y/o comunidades beneficiarias de sus efectos.

Creatividad es la producción de una idea, un concepto, una crea-

ción o un descubrimiento que es nuevo, original, útil y que satisfaga tanto a su creador como a otros durante un período. La creatividad productiva es algo dinámico que está en permanente actividad y renovación.

Se puede aprender a ser creativos, capacitando a las personas, dándoles las estrategias y herramientas que necesitan para ser pensadores más efectivos y productivos y creando un clima y ambiente organizacional motivador.

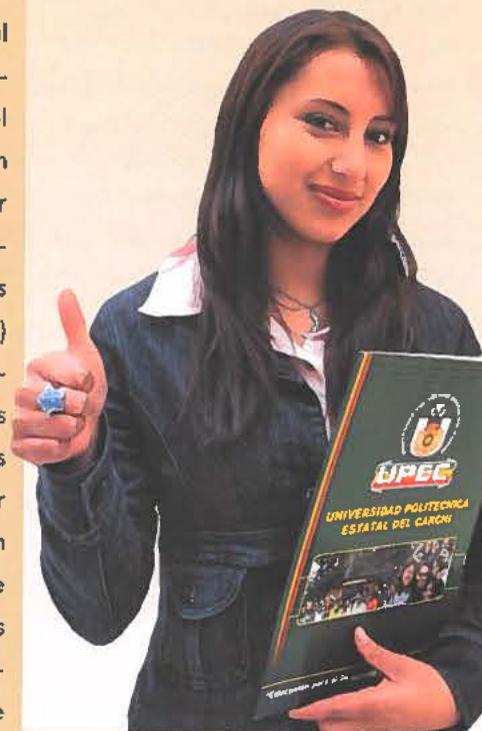
El éxito en el mundo intelectual requiere conocimiento y habilidad de uso; la educación es el reto más grande que enfrentan los países en desarrollo; la labor y responsabilidad de la Universidad es la de formar profesionales creativos e innovadores (Líderes) y no Funcionarios y/o trabajadores para las empresas. Las mallas curriculares de las universidades deben reformarse para formar profesionales creativos, más no en función de los posibles puestos que el profesional desempeñará en las organizaciones del sector público o privado, considerando que



Por: Ing. Ramiro Urresta Y.
Docente EAEM

siempre habrá trabajo, más el empleo será siempre escaso.

La Innovación y Creatividad son características que definen y diferencian a un empresario de un emprendedor. Nuestra sociedad requiere entonces de Empresarios Emprendedores con Pensamiento Creativo y Responsabilidad Social que descubran y aprovechen oportunidades con un manejo eficiente de los factores de la producción.



ESTAMOS EMPRENDIENDO



Por: Msc. Héctor Chuquín M.B.A.

Docentes de la Escuela de Administración de Empresas de la UPEC, impulsan el emprendimiento en las aulas universitarias, fomentando el espíritu pionero, dinámico en pro de desarrollar proyectos que fortalezcan el sector productivo y de servicios de la provincia del Carchi.

El gran desafío de sus estudiantes y docentes está en la formulación de ideas creativas e innovadoras, que se conviertan en proyectos de gran impacto social y productivo respaldados por una base de conocimientos adquiridos en los módulos implementados en las mallas curriculares de la escuela.

Los docentes y estudiantes de la Escuela de Administración de Empresas y Marketing, se encuentran apoyando proyectos de emprendimiento con los gobiernos seccionales en la provincia del Carchi, como la "Creación de una unidad de producción de bloques, tubos y adoquines para

fomentar la obra pública del Cantón Mira", proyecto que es un prototipo para ser replicado en la mancomunidad de Municipios de la Cuenca del Río Mira a la que pertenecen los Cantones de Mira, Bolívar, Espejo, Urcuquí y Pimampiro.

El emprendimiento al ser un eje transversal de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, se proyecta como una fuente genuina, de grandes oportunidades para la implementación empresarial, transformando a nuestros estudiantes en los nuevos empresarios de la provincia, generadores de nuevas fuentes de trabajo, aportando y contribuyendo con el desarrollo productivo de la zona norte del país.





Por: Ing. Cristian Villa
Docente EAEM

La auditoría es una de las aplicaciones de los principios científicos de la contabilidad, basada en la verificación de los registros y procesos de las empresas, para observar su exactitud; no obstante, este no es su único objetivo.

Antes de 1990, la práctica de la auditoría estaba estrictamente relacionada con la exactitud de los registros del sistema contable que le sirve de soporte, pero con la tecnificación de las organizaciones, así como también, la complejidad de los mercados modernos en los que se desarrollan sus actividades, que hoy más que nunca requieren de un mayor análisis de un sin número de variables por parte de la alta gerencia, ha hecho que la administración de estas organizaciones sea mucho más compleja, lo que requiere medios de

LA AUDITORÍA

EN LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

control, como la administración y la auditoría que busquen el mejoramiento del desempeño de estas instituciones.

Con el desarrollo de la tecnología, creció también la necesidad de examinar y evaluar la información administrativa, que requieren organismos de control estatales y privados, la cual requiere de ciertas características específicas como la exactitud y la veracidad, para satisfacción de las necesidades de información de los mencionados actores.

Es por eso que James McKinsey (1935) y Holmes (1988) sentaron las bases para lo que denominaron Auditoría Administrativa, que la definimos como el "examen integral o parcial realizada en forma objetiva y metódica de una organización con el propósito de precisar su nivel de desempeño y oportunidades de mejora".

Es por eso, que los objetivos y principios que rigen el accionar de la auditoría administrativa están encaminados al control de recursos, mejorar los procesos de calidad, y sobre todo la evaluación de la calidad tanto individual como colectiva, de gerentes y demás directivos, responsables de la toma de decisiones encaminadas a la consecución de objetivos y resultados económicos satisfactorios.

Podemos concluir, que al crecer las empresas, los problemas administrativos son cada vez más frecuentes lo que complica la administración, creando con el avance del tiempo nuevas dimensiones en el pensamiento administrativo, adoptando mayor importancia, la comprobación y el control interno, dependiendo de su estructura orgánica, objeto, giro, nivel de desarrollo, etc, factores, que constituyen la base para estructurar líneas de acción capaz de provocar y promover el cambio personal e institucional.

Es por eso que la auditoría y la administración siempre son dinámicas, al igual que las necesidades modernas y su aplicación formal debe ser en toda empresa, independientemente de su magnitud y objetivos; aún en empresas pequeñas, en donde se llega a considerar inoperante, su aplicación debe ser secuencial y constatada para lograr eficiencia. Particularmente nuestro país prevé un futuro realmente muy grande para la profesión administrativa y contable en el sector auditoría, razón por la cual deben crearse, en nuestro círculo de enseñanza, cátedras para el estudio de la materia, incentivando su aprendizaje.





Por: Mgs. Luis Viveros
Docente EAEM

PROYECTOS EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL



La interesante complejidad de los ambientes en los que maniobran las empresas determinan las acciones gerenciales que les permiten permanecer en el mercado, así como también, crecer y desarrollarse, esto, siempre y cuando estas acciones logren el efecto de adaptación a una serie de factores cambiantes que influyen sobre las operaciones empresariales.

De esta forma, la gerencia cuenta con herramientas importantes que le permiten reducir los peligros inherentes a una realidad cada vez más compleja, con efectos poco previsible si no se visualiza de manera estratégica la posición futura de la empresa, de su entorno y de la interrelación entre estos dos. Una de estas herramientas es la planificación, que define la acción

empresarial para desafiar la presión versátil del medio ambiente nacional e internacional.

En este contexto, los proyectos se constituyen por una parte, en el aporte básico de la administración para el cumplimiento de los POA (planes operativos anuales), que en su conjunto y a través del tiempo permiten el cumplimiento de la estrategia definida por la empresa, ligando en el mediano y largo plazo la situación actual de la empresa con su posición futura; y por otra parte, los proyectos permiten el aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el entorno para generar nuevas opciones de inversión, creación de nuevos productos o mejoramiento de la competitividad empresarial, entre los aspectos más importantes.

En consecuencia, los proyectos favorecen en sí mismos la consecución de las ideas de negocio de los emprendedores, consolidan la gestión del empresario y permiten reducir los riesgos inherentes a su ejecución, beneficiando la toma de decisiones, ya que las condiciones de incertidumbre por medio de estos, son menores.

La Universidad Politécnica Estatal del Carchi comprometida con la comunidad a la que sirve, privilegia la formación de profesionales capaces de diseñar, evaluar y gerenciar proyectos de inversión, como uno de los aspectos esenciales en el desarrollo de las competencias de los estudiantes; de esta forma, se promueve la detección de oportunidades en el medio provincial, identificando, a raíz de potencialidades locales, ideas de negocio viables, que podrán ser puestas en marcha de acuerdo al correspondiente análisis profesional.

Carchi como tal, es una fuente inagotable de oportunidades que pueden ser gestionadas por medio de proyectos y que promoverán el desarrollo sustentable de la economía provincial, diversificando la actividad productiva y propendiendo a la generación de empresas, gerenciadas por profesionales competentes, como una parte importante del fundamento y existencia de la UPEC.

LAS MATEMÁTICAS Y LA ESTADÍSTICA

SU PAPEL EN EL MUNDO DE LA
ECONOMÍA, DE LA EMPRESA Y
LOS NEGOCIOS



Por: Msc. Roberth Pérez
Docente EAEM

Las empresas obtienen miles de datos sobre sus procesos industriales y para optimizar su análisis y aplicación, son necesarios los procesos matemáticos y estadísticos.

En la actualidad, se entiende generalizadamente que las matemáticas, dentro del ámbito de la economía y la gestión de empresas, deben dar soporte a la modelización económica, así como a otras materias con una clara base matemática, como la estadística, las finanzas y la informática. La primera función de las matemáticas es, por tanto, la modelización cuantitativa de la realidad económica, aprovechando, las ventajas del enfoque matemático a la hora de la búsqueda del conocimiento económico.

Las matemáticas resultan tremendamente útiles para el sistema productivo en dos vertientes:

- Por un lado, proveen al individuo

que las ejerce de una gran capacidad de aprendizaje y de análisis, de comprensión de los problemas, para ver dónde están las dificultades. Esta capacidad forma parte de la solución del problema, porque, para resolverlo, primero hay que comprenderlo y plantearlo adecuadamente. Éste es un aspecto que muchos empresarios ya comienzan a vislumbrar poco a poco, - Por otro lado, las matemáticas sirven como instrumento para resolver problemas tecnológicos que se plantean en el ámbito de la innovación.

Los modelos matemáticos y estadísticos son una valiosa herramienta para la concepción y el diseño de dispositivos y procesos en la industria. El uso de modelos matemáticos permite acortar y abaratar el proceso de diseño y salida al mercado de un producto, al reducir la construcción de prototipos y ensayos en el laboratorio. De hecho, las matemáticas resultan tremendamente útiles cuando se trata de resolver problemas relativos a la innovación tecnológica y algunas empresas han tomado conciencia de esta necesidad

De igual manera, el uso de los modelos estadísticos permiten en las empresas hoy día, disponer de miles de datos para luego procesarlos; de lo contrario, muchas veces se desaprove-

chan dichos datos y no se extrae la información que almacenan, aprovechando esos datos se podría saber si el proceso de fabricación de la empresa es el más adecuado o si cumplirá las normativas de calidad con la consiguiente mejora del proceso productivo.

Los modernos procesos estadísticos acompañadas de las poderosas herramientas informáticas permiten a los directivos, asesores y personal, contar con la suficiente información para mejorar a partir de ella los procesos de la empresa, tomar mejores decisiones comerciales, mejorar la seguridad y hacer un uso mucho más productivo y provechoso de los recursos.

Finalmente los procesos matemáticos y estadísticos permiten optimizar y satisfacer las demandas de los clientes por ello las empresas tienen que encajar en un sistema de gestión informatizado con base matemática es decir llevar toda la gestión empresarial en un correcto proceso de Investigación operativa, así la actividad empresarial y sus costes sean compensados en gran forma mediante una mejor gestión, lo cual generará mayores ingresos acompañados de menores costes por unidad monetaria ingresada, aumentando en gran forma la rentabilidad de la empresa.

VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD



Por: Jennifer Paredes
Estudiante EAEM

Los requisitos fundamentales que debemos cumplir los estudiantes de la escuela de administración de empresas y marketing son la planificación, elaboración y ejecución de proyectos para beneficio de la colectividad, permitiéndoles participar con sus inquietudes y preguntas sobre la administración de sus negocios, pequeñas y medianas empresas.

Así, los estudiantes de niveles superiores, brindamos el asesoramiento y capacitación técnica en temas de in-

terés socio-económicos, que demuestran a la sociedad, que la UPEC está formando profesionales competentes y capaces de resolver problemas del entorno a través del planteamiento de soluciones en beneficio colectivo.

Prueba de esto son los diferentes proyectos que la escuela viene desarrollando y ejecutando conjuntamente con los docentes, como la entrega de planes de marketing a negocios del centro urbano de la ciudad de Tulcán, diferentes seminarios dictados a comunidades rurales de la urbe, investigaciones de mercado con varios municipios de la provincia del Carchi, auditorías internas, entre otros.

Esto nos compromete aún más con la sociedad, puesto que el país necesita profesionales pro activos, que generen trabajo para disminuir los índices de pobreza, desempleo y migración e incrementen los índices de emprendimiento a través de la implementación de micro, pe-

queñas y medianas empresas, que fomenten un trabajo digno, sobre todo apoyando la iniciativa del Gobierno Nacional con los beneficios de ley al que un trabajador debe acceder.

Este primer paso, constituye el inicio de grandes sueños que día a día los estudiantes los convertimos en realidades apoyados en la investigación, la creatividad y el asesoramiento técnico que nos imparten en las aulas.

Los estudiantes tenemos una misión socialmente responsable, que se preocupa y vela por el bienestar de la comunidad cercana y lejana, aplicando políticas que beneficien directamente a las personas.

Por tanto, la vinculación con la colectividad se traduce en asumir y preocuparse por forjar nuevos cambios en la sociedad. La vinculación no se limita simplemente en cumplir con motivos morales o legales, sino que se cristaliza en efectos positivos dirigidos a beneficiar a la comunidad.





Celebración Día de la Madre, la Concepción



Capacitación Rancheros del Norte



Asesoramiento sector comercial Tulcán



Capacitación UTE II Huaca

IMPORTANCIA DE LA METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL DISEÑO Y ELABORACIÓN DE PROYECTOS INVESTIGATIVOS DE CARÁCTER SOCIAL



Por: Ing. Gerardo Mera
Docente EAEM

La investigación constituye un camino para conocer la realidad en cualquier campo del conocimiento humano; esta realidad puede tener diversas representaciones que surgen de conjugar dos aspectos fundamentales: la motivación que se tenga al querer interpretarla y la forma como se logra.

La investigación y la innovación tecnológica poseen un valor estratégico económico y son fundamentales para el desarrollo integral del país, así como las múltiples aplicaciones prácticas de las ciencias sociales, establecen los nuevos retos que en adelante deben asumir las investigaciones enfocadas al desarrollo

de nuevos esquemas cognoscitivos para el logro de resultados pertinentes y útiles a la sociedad, y al desarrollo mismo del ser humano.

La globalización ha motivado el incremento de inversión en Investigación y Desarrollo. De tal forma que, los parámetros que caracterizan la gestión de empresas, como: mercado, liderazgo y dirección; desarrollo de personal, conocimiento, planeamiento y control; administración y mejora de productos, procesos, equipos; solidez empresarial, impacto en la sociedad, efectividad y valor agregado; están orientados por el mejoramiento de los productos y procesos, la mejora continua de la calidad, y la gestión de la innovación.

Así, la dinámica empresarial ha tenido que adaptarse a los actuales escenarios y adoptar la estrategia del conocimiento; puesto que han surgido diversas oportunidades y desarrollo de nuevos mercados, regulaciones y normas que obligan a cambiar las estrategias.

De esta manera, cada vez más, las empresas asumen que su rentabilidad futura depende de sus gastos actuales en investigación y desarrollo, su actividad de patentamiento, los sistemas de gestión de la calidad y ambientales, y muchas otras facetas de la estrategia empresarial; de ahí que el desempeño competitivo dependa de la formación de capital intelectual y de la capacidad de innovar.

La formación investigativa, es entonces una herramienta esencial en el desarrollo de los profesionales que puedan llevar a cabo los anteriores planteamientos, por ello es necesario establecer su relación con la formación académica y los criterios que son relevantes para un buen desempeño de la investigación en la generación de conocimiento. En este orden de ideas, y acogiéndonos a estos criterios, factores como el problema de investigación y su formulación requieren de un mayor cuidado en el momento de ser planteados, pues es allí donde se determina la

orientación del proyecto; además es indispensable establecer la metodología a seguir como factor esencial a la hora de definir la forma de trabajo y el camino a tomar.

La investigación social no puede ser una actividad improvisada, pues ésta al sustentar y orientar sus resultados hacia los intereses sociales y culturales de una realidad requiere de un estudio y documentación profundos del tema a investigar, así como también de la definición y aplicación de una buena metodología de trabajo que contribuya al desarrollo de la investigación y al avance del conocimiento, se requiere además por parte del investigador disciplina y constancia, características que están directamente ligadas

al óptimo resultado que se desea obtener.

La investigación social ha contribuido a la comprensión y evaluación de las situaciones y fenómenos presentados en la sociedad, proporcionando de esta forma la explicación de los cambios que se dan continuamente en ella, siendo el punto de partida y la fase más importante de toda investigación la formulación o planteamiento del problema con su respectivo desarrollo a través de un proyecto de investigación.

Una investigación de cualquier clase que se desee emprender requiere de enfoques metodológicos o de una metodología de investigación la cual se dedica principalmente al estudio de los métodos y técnicas para realizar

investigaciones, un constructo que se caracteriza por relacionar los conceptos con los cuales se elabora la teoría con la cual se explica la realidad del problema. Seleccionar dentro de esas diversas alternativas, fundamentalmente una, que se considera como la más adecuada, es precisamente uno de los pasos más importantes y decisivos en la elaboración de un proyecto. De esta decisión dependerá la forma de trabajo, la adquisición de información, los análisis que se practiquen y por consiguiente el tipo de resultados que se obtengan, el diseño metodológico guía todo el proceso investigativo y con base en el se logra el objetivo de toda investigación: generar conocimiento válido y generalizable.





Por: Ing. Manolo Mafla
Docente EAEM

La microempresa se la define como: "la unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho formales o informales, de autoempleo o que tengan hasta 10 colaboradores y con un capital de trabajo de hasta USD 20.000, que no incluya inmuebles y vehículos que sean herramientas de trabajo, registradas en una organización gremial micro empresarial y que se dedican a actividades de producción, comercio o servicios, en los subsectores de alimentos, cerámico, confecciones, textil, cuero y calzado, electrónico, gráfico, químico, plástico, materiales de construcción, maderero, metalmecánica, profesionales, transporte, restaurantes, hotelería y turismo, ecológicos, cuidado de carreteras o mantenimiento vial, y otras actividades afines."

La microempresa es una fuente importante de ingresos para muchos hogares ecuatorianos, por consiguiente, es prioritario mejorar las oportunidades para que más

familias se beneficien de este tipo de actividad, para lograrlo, es necesario dar mayor acceso al crédito, así como continuar con políticas de capacitación para evaluar proyectos productivos, el apoyo a grupos organizados que tienen programas dirigidos a la microempresa.

En el campo del crédito, la política será direccionar el crédito a las instituciones hacia la microempresa, fortalecer los programas de crédito y finalmente promover reformas a la supervisión y regulación del sistema bancario, para desarrollar prácticas especializadas en la microempresa que impulsen el sector norte de nuestro país. El crecimiento del sector informal en el Ecuador ha sido muy significativo y representa un importante rubro dentro de la economía nacional. Se estima que existe alrededor de 1.3 millones de microempresas urbanas y rurales que tradicionalmente no han tenido acceso a servicios financieros formales, los mismos que generan puestos de trabajo, y que de alguna forma aportan al Producto Interno Bruto del Ecuador. Del estudio

realizado por el proyecto SALTO / USAID, en la encuesta realizada a alrededor de 17.000 microempresarios en las zonas urbanas, se desprenden las siguientes conclusiones:

- La mayoría de microempresas urbanas se encuentra en la Costa.
- El 81% de las microempresas urbanas se dedican a actividades comerciales o de servicios.
- La falta de fondos para operaciones o inversiones no es el problema primordial de la gran mayoría de microempresarios urbanos.
- Sin embargo, dentro de las necesidades identificadas en el negocio, el crédito a corto plazo es la necesidad más apremiante.
- Los ahorros personales son la principal fuente de recursos para el inicio del negocio en parte debido a que la mayoría de microempresarios urbanos no conoce las características de la oferta de crédito disponible para su sector.
- El 69% de los microempresarios urbanos que acceden al crédito del sistema financiero, se financian en Bancos o Cooperativas de Ahorro y Crédito.

OPIN

MICROFINANZAS EN ECUADOR

IONES



LA CULTURA TRIBUTARIA EN EL CARCHI

Por: Eco. Jorge Narvaez
Director SRI – Carchi

La historia del Ecuador nos recuerda instituciones débiles e ineficaces en la recaudación de los impuestos, que nada o casi nada hacía para que los tributos constituyan aporte al Estado. No cobraban a quienes estaban obligados al pago y por ende agravaron la desigualdad social, sin embargo en 1997 se creó el Servicio de Rentas Internas, con el gran desafío del cambio; que no solamente involucraba a la administración sino a toda la sociedad ecuatoriana. La cultura de la tributación adquirió una importancia real y se plasmó como una necesidad ur-

gente para el progreso regional y nacional.

El SRI CARCHI nace y crece, mejorando incansablemente el servicio, capacitación y asistencia al contribuyente. Se establecieron brigadas móviles y se ofrecieron nuevos productos en los distintos Cantones y ciudades de la Provincia, a fin de acercar y facilitar los servicios tributarios a los ciudadanos

En estos años la visión social del pago de impuestos tomó fuerza. El ciudadano, cada día con mayor información y consciente de la mejor utilización de sus tributos, asimila de mejor manera la Cultura

tributaria y entiende que el cumplimiento de sus obligaciones como contribuyente le permite insertarse directamente en el desarrollo sustentable de su Ciudad, Provincia y País.

Nos proyectamos a ser una institución que goza de la confianza y el reconocimiento social, por su transparencia, modernidad y cercanía. Por contar con funcionarios competentes, honestos, comprometidos y motivados dispuestos a cumplir a cabalidad la gestión tributaria, disminuyendo la evasión, elusión y fraude fiscal, porque ...El SRI le hace bien al país...!

AÑO LECTIVO	EDUCACION BASICA			BACHILLERATO	
	MAESTROS	SEXTO AÑO	SEPTIMO AÑO	INSTRUCTORES	ESTUDIANTES
2005 - 2006	63	650	650	16	193
2006 - 2007	NO SE REALIZO			21	300
2007 - 2008	81	1088	1074		
2008 - 2009	135	1732	1783	20	236
2009 - 2010	571	3370	3006	18	212



Por: Dr. Pedro Velasco Erazo
Docente EAEM

Contar con una universidad fue uno de los requerimientos más importantes de esta Provincia, el Carchi históricamente vino luchando para lograr alcanzar este vital objetivo para la vida económica, cultural, social de la frontera Norte. Lo logramos con esfuerzo, constancia y liderazgo de un grupo de ciudadanos que se atrevieron a correr riesgos y enfrentar el futuro con esperanza y fe en el porvenir de nuestros hijos.

Junto a otras carreras universitarias y con visión de un mañana prometedora nació la Escuela de Administración de Empresas y Marketing,

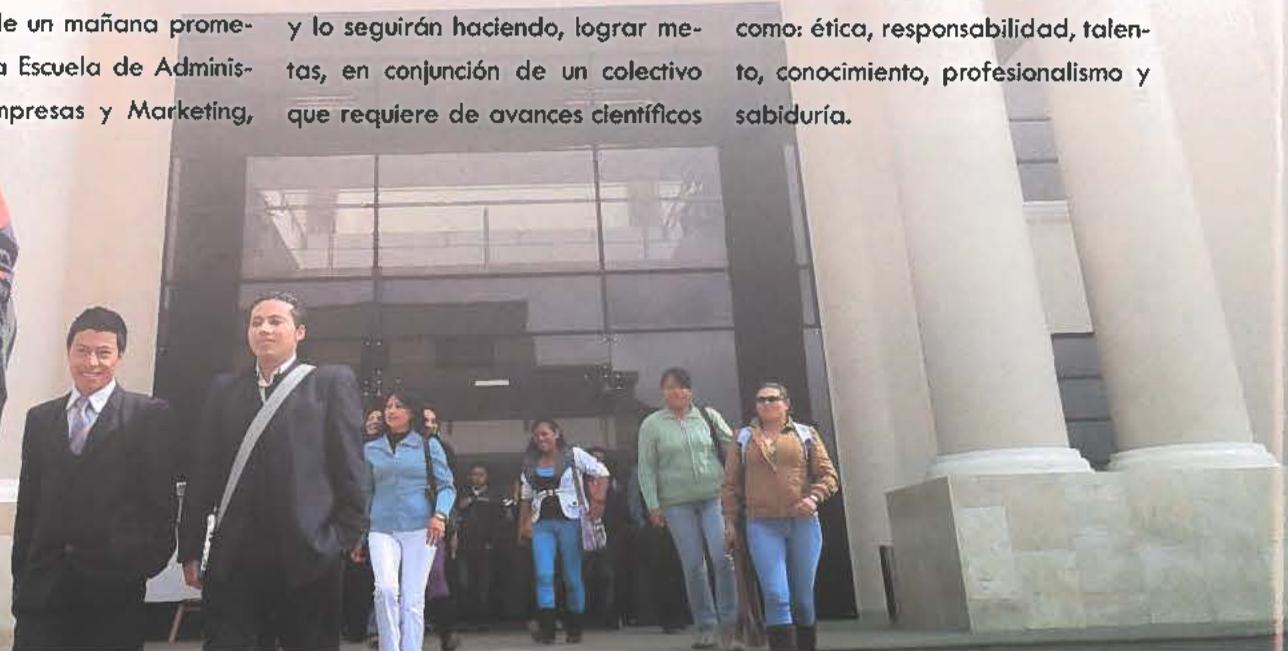
IMPORTANCIA DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING DE LA UPEC

que no sólo llenó un vacío en la formación de la juventud, sino que se convirtió en uno de los pilares esenciales de la educación superior, que desde esos primeros años colmó las expectativas de los bachilleres y creó oportunidades y alternativas para enfrentar los retos y abrir nuevos senderos de mejor vida, siendo competitivos en el mercado laboral, y sembrando desarrollo con las semillas del saber y la ciencia adquiridas en esta Alma Mater carchense.

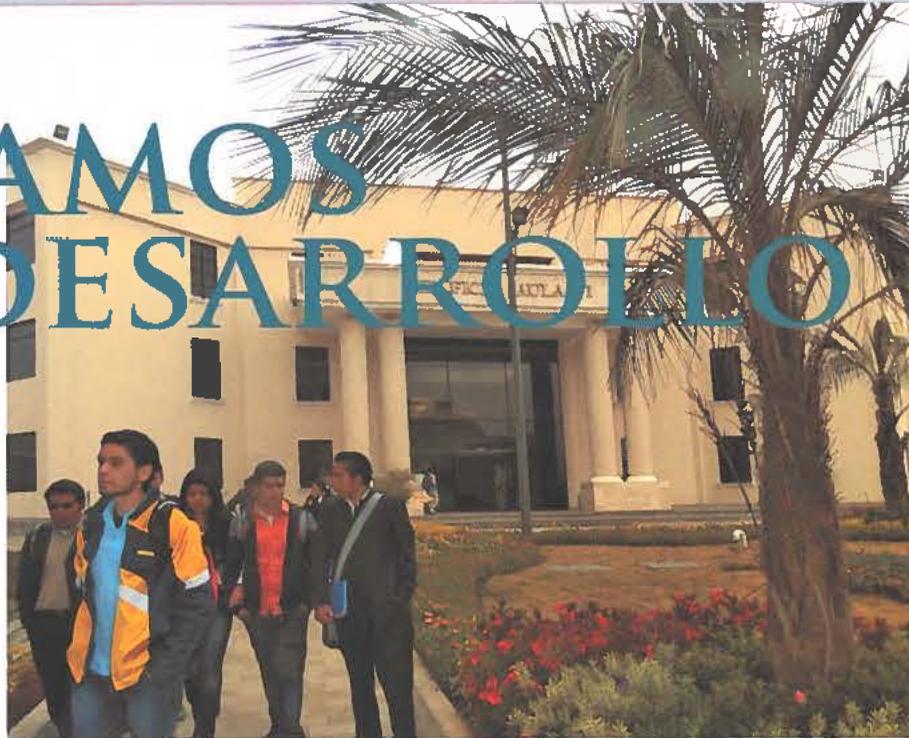
Esto significa, que la carrera de Administración de Empresas se convirtió en un proceso dinámico, con objetivos centrados en mejorar la calidad de nuestra pequeñas y medianas empresas, cuya razón principal es lograr parámetros de eficiencia y eficacia, que permiten, y lo seguirán haciendo, lograr metas, en conjunción de un colectivo que requiere de avances científicos

y tecnológicos que nos pongan en un día cercano a la par de otras ciudades ecuatorianas y del contexto internacional, priorizando la calidad, la productividad, una organización interna excelente, el empoderamiento de las tareas requeridas para llegar al fin propuesto.

La administración de empresas brinda el éxito a cualquier organismo social, porque se hace indispensable administrar debidamente los recursos humanos y materiales que poseen. Una adecuada administración proporciona previsión y creatividad, mejoramiento constante, promueve y orienta al progreso sostenido. Por lo que resulta innegable la trascendencia que tiene esta carrera en la vida del ser humano, impregnado de grandes valores que le da esta Escuela, como: ética, responsabilidad, talento, conocimiento, profesionalismo y sabiduría.



EDUCAMOS PARA EL DESARROLLO



Por: Byron Guerrero Villacís.
Estudiante EAEM

Educamos para el desarrollo, este es el eslogan la Universidad Politécnica Estatal del Carchi ha venido promocionando desde que se integro a la comunidad carchense, pero es completamente necesario analizarlo y entenderlo.

En muy poco tiempo la primera generación de profesionales de nuestra universidad, estaremos listos para ingresar al campo laboral, en donde nos enfrentaremos al gran desafío de desenvolvernos con integridad, responsabilidad y capacidad, demostrando que la UPEC entrega a sus estudiantes los conocimientos suficientes para poder hacerlo.

Pero, ¿qué es el desarrollo y cómo encajamos en él?, esta es la pregunta que todos los nuevos gra-

duados se deben hacer. El desarrollo es sinónimo de crecimiento, avance y progreso, siendo aquí donde encaja el nuevo profesional, quien con sus ideas innovadoras se vincula a una sociedad que anhela caminar sin temor alguno hacia un futuro, que a pesar de estar lleno de incertidumbre a su vez mantiene la esperanza de lograr mejorar su calidad de vida.

Las perspectivas están expuestas siempre ante la mirada aguda de los nuevos constructores de la sociedad, Administradores que buscan optimizar el uso de los recursos creando nuevas y mejoradas empresas, con visión de calidad y la tan famosa aplicación del mejoramiento continuo que logra la fusión ante la cambiante naturaleza del ser humano, Agrónomos Integrales, que lucharán por que nuestros campos sean más productivos, in-

genieros en comercio exterior para colocar la marca registrada del profesional de UPEC y del Carchi alrededor del mundo, y el profesional del turismo que dé a conocer la maravillosa belleza y encanto de nuestra provincia norteña.

Como vemos los retos a superar son innumerables pero contamos ya con el conocimiento necesario para afrontarlos responsablemente y enmarcarnos en la historia como sujetos de cambio, existe por tal razón un triple compromiso, el primero para con nosotros mismos, el segundo con la Institución que nos formó profesionalmente y por último pero más fundamental con la sociedad que nos espera ansiosa y llena de oportunidades, el momento ha llegado solo depende de nosotros.

Profesional de la UPEC tus ideas pueden cambiar al mundo.

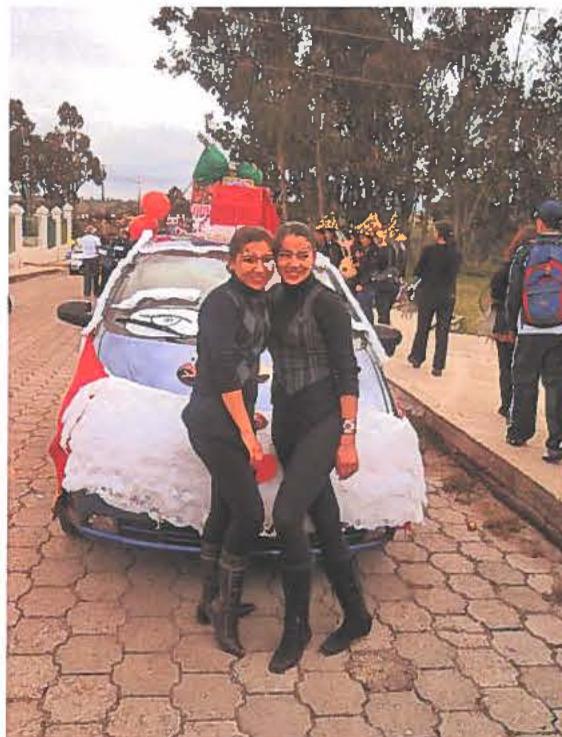
ASPECTO SOCIAL CULTURAL Y DEPORTIVO



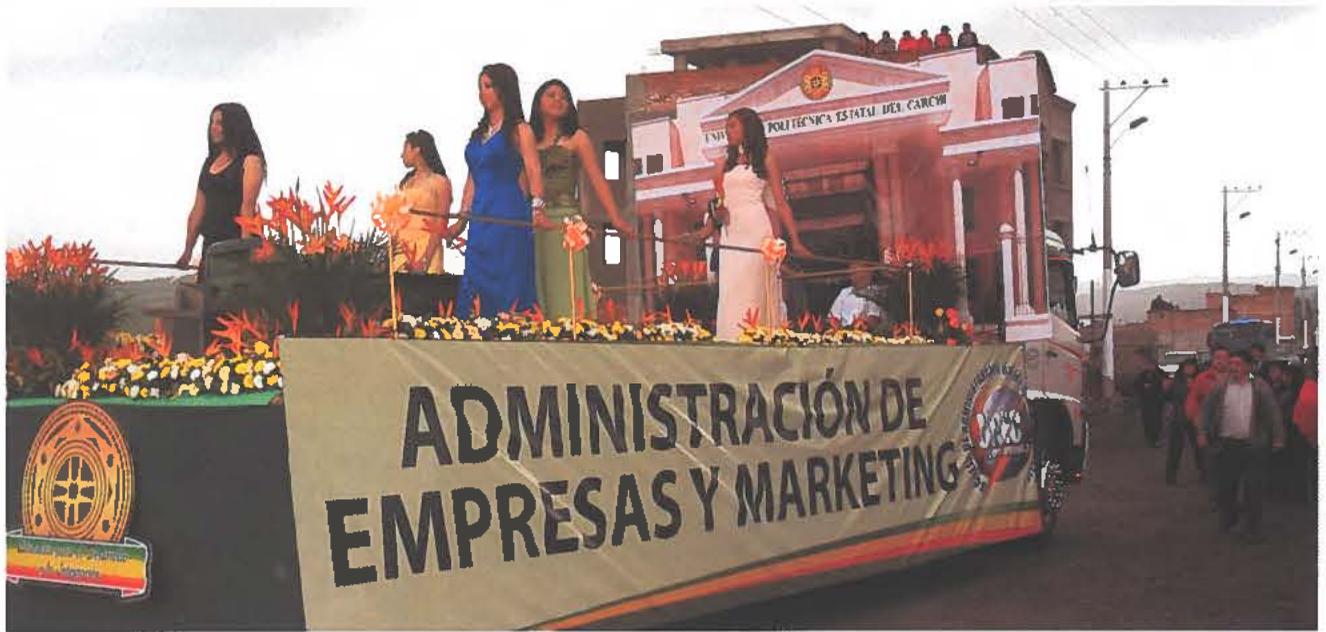
Adecantamiento Av. Universitaria



Pregón con motivo de colocación de la primera piedra 2008



Gincana EAEM 2009



Pregón por la inauguración del campus universitario



Pregón de la confraternidad



Juegos deportivos 2010



Srta. Alexandra Herrera, representante de EAEM electa "Reina UPEC" 2011 - 2012



Campeonato de Baloncesto 2010



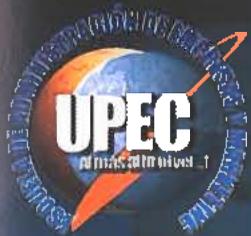
Elección señorita deportes 2010



Posta atlética 2010



Pregón de la confraternidad



Estudiantes de Décimo Nivel jornada nocturna - Primera Promoción de Egresados



Educación para el Desarrollo y la Integración



Universidad Politécnica Estatal del Carchi
Calle Antisana y Av. Universitaria
Telfs. 2981009 / 2961858

E-mail: info@upec.edu.ec

www.upec.edu.ec