



PRIMER BOLETÍN DE NOTICIAS COLABORATIVO DE LA CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ABRIL DE 2021 • NÚMERO 1 • AÑO II

CONTENIDO

NOVEDADES

EDITORIAL

Por Ing. Daniel Galli

NOTICIAS DE ACTUALIDAD SOBRE EL COMERCIO INTERNACIONAL

Colaboran en esta edición
Lic. Juan Manuel Rosselló Fernández
Lic. María Eugenia Saliva
Sra. Ivana Vaskof

ACTIVIDADES DESTACADAS

Te contamos todo lo que tenés que saber
de la Carrera de Comercio Internacional

DEPARTAMENTO DE GRADUADOS

Presentamos las actividades
desarrolladas por el Programa de
Graduados

PROGRAMA UPEmpleo

Enterate en qué consiste el Programa

TE TIRO LA POSTA

Selección de las noticias más relevantes
a nivel internacional desarrolladas por el
Observatorio de Comercio Internacional

COMPAGINACIÓN Y EDICIÓN
DRA. MÓNICA ABALO Y LAFORGIA

COLABORADORES
LIC. JUAN MANUEL ROSELLÓ FERNÁNDEZ
LLIC. CONSTANZA BUGLIONI

DIRECCIÓN
LIC. MIRIAN ARDURA

NOVEDADES

EGRESADOS 2020

Queremos FELICITAR a todos aquellos
alumnos y alumnas que durante un año tan
difícil como fue el 2020, han podido culminar
sus estudios de la Tecnicatura y la Licenciatura
de Comercio Internacional.

Asimismo, no queremos dejar de alentar, a
quienes aún no lo hayan hecho, a que
gestionen la tramitación del título respectivo
con el Departamento de Graduados, para
poder presentarlos a todos y a todas en
nuestra próxima edición de CIUPE @N LINE.

Deseándoles el mayor de los éxitos en esta
nueva etapa, esperamos seguir compartiendo
nuevos espacios de formación, capacitación y
docencia.

JORNADAS PREPARATORIAS 2021 DEL II CONGRESO DE COMERCIO INTERNACIONAL UPE

El Equipo de Coordinación de la Carrera ya
está trabajando en preparación de las
Jornadas Preparatorias del II Congreso de
Comercio Internacional UPE.

Este año, desarrollaremos una serie charlas y
actividades interactivas que servirán de base
para la realización del II Congreso de Comercio
Internacional UPE con fecha prevista para el
mes de Septiembre de 2022.

EDITORIAL

POR RECTOR ING. DANIEL GALLI

Estimados Lectores:

El año 2020 nos ha puesto a prueba de todas las formas y en todos los niveles, tanto a las autoridades, como a docentes y no docentes. Hemos enfrentados desafíos tanto tecnológicos como educativos para mantener el nivel académico y la participación de aquellas personas que son lo más importantes para esta Casa de Estudios: los alumnos y las alumnas.

Con el esfuerzo compartido de toda la comunidad universitaria, pudimos sostener la UPE abierta cuando la pandemia nos obligó a cerrar las puertas y así de manera virtual se logró darle continuidad a las 14 carreras de grado y pregrado con sus más de seis mil estudiantes. Con foco en el desarrollo académico, también se fueron realizando durante el año 2020 las otras actividades troncales de la universidad pública: extensión e investigación. Y con esta base, la carrera de Comercio Internacional ha sido una referencia en la presencia de acciones extracurriculares que con diversa modalidad siempre interpretó la necesidad de mantener viva la intercomunicación, el relacionamiento Docente/Alumno y la convivencia ininterrumpida con el conocimiento temático como puente de contacto entre actores.

Este 2021 nos vuelve a convocar para sostener, con herramientas remotas, formas tradicionales de divulgar y actualizar conocimientos específicos, entre otras tantas actividades orientadas en esta dirección. Seguirán las clases sincrónicas y asincrónicas por EVEA, las Conferencias y charlas por Meet, la lectura por bibliotecas Virtual BIDI, los convenios por GDEBA, las pasantías y prácticas que se puedan por teletrabajo, los posgrados con Educación a Distancia, nuestra administración desarrollando tareas con la modalidad home office y compartiendo saberes, reflexiones, datos, experiencias desde la pagina institucional con, por caso, el boletín que la Licenciatura de Comercio Internacional ofrece desde aquí.

Con estas líneas, les quiero dar la bienvenida al primer número del año 2021 del Boletín de Noticias de la Carrera de Comercio Internacional -CIUPE @N-LINE- (www.upe.edu.ar), alentando a docentes y alumnos, a comprometerse en las próximas ediciones aprovechando espacios como los que brinda este Boletín para participar de la tarea de difundir el conocimiento en pos de la formación de futuros profesionales, graduados de la UPE.

¡Gracias por el compromiso y la participación!

Ing. Daniel Galli
Rector
Universidad Provincial de Ezeiza





LA ARGENTINA NECESITA PROFESIONALES DE COMERCIO INTERNACIONAL "DECONSTRUIDOS" Y "REINVENTADOS"

POR LIC. JUAN MANUEL ROSELLÓ FERNÁNDEZ (*)

El perfil operativo es superado por el estratégico con afinidad tecnológica

La irrupción de la pandemia pone sobre relieve las competencias que debe tener en el presente el Profesional del Comercio Internacional. Si en el pasado dominar los temas relacionados con el entorno aduanero, logístico y operativo alcanzaba, hoy día los nuevos paradigmas nos exponen a un horizonte de cambios que nos obligan a una reinvención constante.

Los sociólogos han desarrollado numerosas teorías que sostienen, entre otras cosas que la Generación X buscaba estabilidad y adquisición de bienes, mientras que los Millennials privilegiaban "vivir la experiencia". En contraste, la Generación Z nació en la era digital y se caracteriza por desarrollar múltiples tareas al mismo tiempo. Es dicha generación la que representa el futuro tecnológico del mercado laboral y la que le empieza a dar forma a nuevas formas de trabajo que irrumpen en nuestro presente y nos obligan a corrernos de nuestra "zona de confort".

En el mismo sentido, podemos afirmar que la lógica del mercado de trabajo siempre estará alineada a la innovación científica, pues la tecnología se desarrolla continuamente y nuevas demandas van surgiendo en el mundo a

causa de ello. Por eso se habla tanto de empresas de innovación, que lo único que hacen es adecuarse a las demandas cambiantes.

El COVID-19 nos obliga a pensar diferente

La irrupción de la pandemia dañó significativamente la economía del mundo y terminó de arruinar la local. En 2020, el producto bruto argentino continuó con otro año más de retracción, inflación y volatilidad financiera en medio de uno de los confinamientos más extensos del mundo. El perfil productivo del país continúa siendo netamente agrícola y la economía hace décadas está atada al rendimiento de la soja. El mono producto pone en evidencia lo endeble que es la estrategia del país, basada en "sacarle jugo" a los dólares provenientes de la exportación de oleaginosas. Por ello, un mal año para el campo representa una catástrofe para la Argentina.

En función a lo expuesto, corresponde hacer una reflexión acerca de lo que hacemos a nivel personal para contribuir a la construcción de un país más justo y equitativo. En parte, tenemos que asumir la responsabilidad de lo que hacemos y decidimos. La visión del profesional del comercio internacional tradicional es la que regía para los primeros 70 años del siglo XX. Desde entonces, el mundo vive una serie de

transformaciones sociales, educativas, tecnológicas y por consiguiente económicas sin igual. Muchas naciones han visto la oportunidad de apostar a la industria tecnológica y hoy disfrutan de un Producto Bruto diversificado, ostentando también ascenso social en segmentos otrora postergados. En otras palabras, tenemos que asumir que el reto hoy para todos nosotros es fomentar la exportación de servicios y convertirnos en los negociadores de los acuerdos internacionales que podrían llevar a la concreción de miles de proyectos tecnológicos y la apertura de decenas de mercados internacionales. En medio del desplome del mercado laboral, las empresas tecnológicas se consolidan como atractivos empleadores en medio de la pandemia con beneficios concretos para sus colaboradores en busca de un equilibrio que logre conciliar el teletrabajo en la "nueva normalidad". Desde el arranque de la pandemia, la industria fintech, por ejemplo, es una de las de mayor crecimiento y de las que mejores sueldos ofrece.

En la sección empleos de LinkedIn aparecen al menos una veintena de ofertas laborales de Amazon Web Services (AWS), la división de cómputo en la nube del gigante del e-commerce. Un empleado virtual de la compañía cobra aproximadamente entre USD 16 y USD 22 la hora dependiendo de sus conocimientos en tecnología. Si se trabajan ocho horas con salario mínimo, al mes serían USD 2.816, unos ARS 239.360 teniendo en cuenta el dólar oficial. Por USD 22 la hora, serían alrededor de ARS 329.120 al mes. Dichos salarios están muy por encima a los del resto de los diferentes sectores económicos de la Argentina. Durante el primer trimestre del 2021, los salarios de este sector ya le ganaron a la inflación y hay demanda de profesionales al alza.

¿Qué espera el mercado laboral de los profesionales del comercio internacional?

Las nuevas dinámicas dentro del sector tecnológico presentan oportunidades significativas para los profesionales del sector. Hay empresas IT argentinas que han planteado un programa estratégico para fomentar la industria de servicios y su exportación. Nuestro país pasó a ser un referente en la región en cuanto a la industria del software se refiere. De hecho, la Provincia de Córdoba está impulsando el sector formalmente y hasta exige a Cancillería una agenda de negociaciones concretas para lograr la apertura del mercado norteamericano. Si los profesionales de comercio internacional seguimos pensando que exportar es siempre vender bienes al exterior y cumplir con la burocracia

estatal, una vez más, no seremos capaces de entender cuál es nuestro rol en esta nueva realidad y nuestros puestos serán ocupados por otros profesionales que entiendan por dónde pasa el negocio realmente.

Los Profesionales del Comercio Internacional debemos dominar a la perfección al menos el idioma inglés y portugués, comprender en detalle los contratos tecnológicos y sus implicancias, ser expertos en la negociación internacional, adquirir expertise en el e-commerce y las diversas formas de promoción digital. Además, será un requisito fundamental entender las dinámicas de la industria del software, que lentamente va ganando terreno y relevancia a nivel nacional e internacional.

(*) Juan Manuel Roselló Fernández es Licenciado en Comercio Internacional, Consultor Independiente y Docente UPE

EVOLUCIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL ARGENTINO Y LATINOAMERICANO 2020-2021

POR LIC. MARIA EUGENIA SALIVA (*)

Para comprender el desarrollo comercial de un país, una de las maneras más directas es analizar su balanza comercial. El intercambio comercial argentino (ICA) muestra la evolución de la balanza comercial argentina, que es la relación entre los ingresos en dólares provenientes de los productos que exporta el país al mundo y de aquellos artículos que se compran en el exterior.

La información aquí mostrada proviene del INDEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina. El INDEC elabora las estadísticas de comercio exterior en base a la información que la Aduana, organismo dependiente de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP).

Antes de adentrarnos en los números actuales, veamos dos datos importantes sobre el Comercio Exterior Argentino:

I) PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE LA ARGENTINA



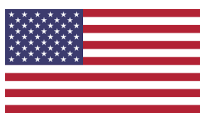
BRASIL



CHINA



CHILE



ESTADOS
UNIDOS



INDIA



INDONESIA

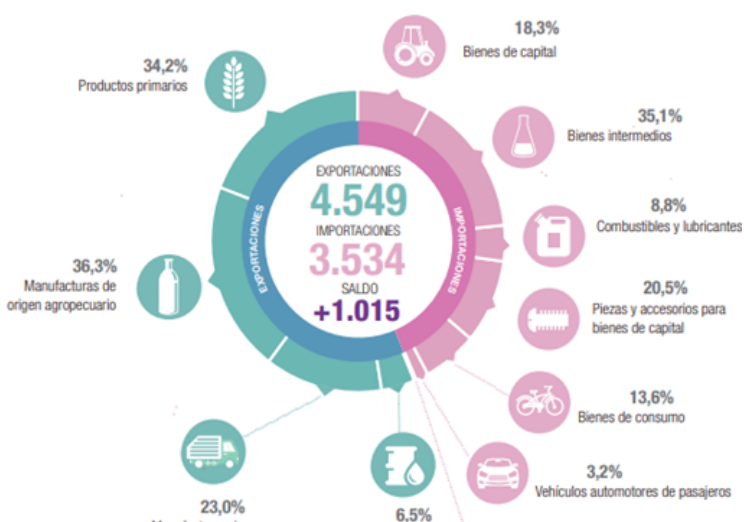


VIETNAM



ALEMANIA

II) EXPORTACIONES POR GRANDES RUBROS E IMPORTACIONES POR USOS ECONÓMICOS. PORCENTAJES DE PARTICIPACIÓN



Ahora podemos comenzar a pensar como la pandemia por Covid-19 ha afectado a nuestro país y al mismo tiempo, podemos hacer un análisis paralelo con nuestra región: América latina.

El valor de las exportaciones de América latina luego de haber caído un 2.3% en 2019, se contrajo aún más en 2020: se ha estimado que la contracción ha alcanzado más de un 15% en 2020.

El informe “Estimaciones de las Tendencias Comerciales América Latina y el Caribe” -elaborado por el Sector de Integración y Comercio del BID y de su Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe (Intal)- concluye que el impacto de la pandemia en el desempeño comercial de la región se ha ido atenuando, pero la recuperación es aún inestable.

Las contracciones más severas se observaron en Venezuela (-70,8%); Bolivia (-28,7%); Colombia (-23,6%) y Perú (-21,7%). Respecto de la Argentina, el trabajo estima que las ventas al exterior disminuyeron en un 18%, aproximadamente.

La retracción responde principalmente a la reducción de los volúmenes exportados, aunque los precios también disminuyeron durante la crisis generada por el Covid-19. La caída de las exportaciones se generalizó en todas las subregiones.

Si bien en la segunda mitad del 2020 se atenuó el impacto de la pandemia en el desempeño comercial de la región, a marzo de 2021, aún no se vislumbra un cambio de tendencia hacia una trayectoria de crecimiento sostenido en los próximos meses.

El contexto comercial global se deterioró notablemente a partir de marzo de 2020, a raíz de la crisis económica desatada por la pandemia, y que las medidas de confinamiento aplicadas en la mayor parte de los países del mundo con el objetivo de detener la propagación del nuevo coronavirus, creó disrupciones en la oferta y deprimió la demanda global.

La región fue rápidamente afectada por la caída de los precios de los productos básicos, que reaccionaron a la reducción de las perspectivas de crecimiento de China, el primer epicentro de la crisis sanitaria. Sin embargo, a medida que se fue ampliando el alcance de la pandemia, la contracción de las exportaciones de la región fue crecientemente provocada por la merma de los volúmenes.

Pese al panorama complicado, se destaca que la contracción comercial fue inferior y más breve de lo previsto inicialmente, aunque el clima sigue siendo de marcada incertidumbre.

Argentina 2021 - Exportaciones

En enero de 2021, las exportaciones alcanzaron 4.912 millones de dólares y las importaciones, 3.844 millones de dólares. El intercambio comercial (exportaciones más importaciones) aumentó 8%, en relación con igual período del año anterior.

La balanza comercial registró un superávit de 1.068 millones de dólares, fue 24 millones de dólares superior que el del mismo mes de 2020, y se dio en el contexto de subas tanto de las exportaciones como de las importaciones.

Las exportaciones aumentaron 7% respecto a igual mes de 2020, debido principalmente a un aumento de los precios de 10%, en tanto las cantidades disminuyeron 3%.

A nivel de rubros aumentaron solamente las exportaciones de manufacturas de origen agropecuario (MOA), el resto reveló caídas: 30% para los productos primarios (PP) y 1,4% tanto para las manufacturas de origen industrial (MOI) como para los combustibles y energía (CyE).

Las importaciones aumentaron 8% respecto a igual mes del año anterior, por subas en las cantidades y en los precios de 7% y 1,4%, respectivamente.

Como podemos ver, Argentina ha comenzado su proceso de reactivación de la economía y de las exportaciones de manera agresiva, para de esta forma poder paliar los efectos devastadores para la Economía derivados de la pandemia. Resta ver si este repunte inicial se mantiene durante los próximos meses, o incluso -esperemos- continúa en ascenso; o si vuelve a caer. Gran parte de esta responsabilidad está en las manos del Estado quien, con sus políticas, debe guiar a la Argentina hacia una pronta recuperación que como todos sabemos, nuestro país puede lograr.

(*) Maria Eugenia Saliva es Docente UPE

INVESTIGACIÓN DE MERCADO: UNA HERRAMIENTA SUBESTIMADA

POR IVANNA MARINÉ VASKOF (*)

Desde la antigüedad, las pequeñas y medianas empresas, al momento de tomar la decisión de insertarse en el comercio internacional, se encuentran con diferentes obstáculos. La mayoría de las MiPyMEs fracasan en el intento de incursionar en la internacionalización. Otras quedan exhaustas luego de su primera exportación. Los comentarios de pymes aventureras las incentivan, por sí mismas, a incursionar, a efectuar una investigación de mercado inexperta. La falta de confianza, los escasos recursos y, muy especialmente, la falta de apoyo gubernamental, hacen que esas ilusiones, que el emprendedor tenía, se diluyan como azúcar en agua. Estas personas, que sueñan con que sus productos encuentren un mundo nuevo, se chocan con la falta de previsión, con la falta de análisis de barreras arancelaria y fundamentalmente las no arancelarias, sin mencionar la situación geopolítica económica que puede llegar a tener el país importador.

En la gran mayoría de los casos, las pymes exportan sin conocer bien al comprador y se enfrentan con un miedo mayor: la incertidumbre de pago. El mundo se les cae a pedazos cuando se encuentran con que las mercaderías son retenidas en aduana. Ese es el momento clave de la

travesía del exportador; el punto en el cual empiezan a preguntarse "¿y ahora quién podrá ayudarme?" Al primero que preguntan es al contador, como fiel asesor de las empresas, quien rara vez tiene conocimientos de comex, pero éste los manda a un abogado especialista, experto como profesional avezado que puede lograr que la travesía continúe, pero con unos honorarios que hacen que nunca más piensen en comercio exterior.

Juguemos un poco... ¿qué pasaría si en vez de tener este escenario, tuviéramos uno que prevea los problemas, que sea estratégico, que sea analítico y que haga que el producto llegue a lugares nunca imaginados?

Es necesario un cambio de paradigma socio-económico y que la investigación/estudio de mercado profesional deje de verse como un gasto que se puede ahorrar sino como una inversión que en el mediano y largo plazo conlleva grandes réditos, no solo para el propietario, sino también para los empleados, los asesores, para la comunidad y la sociedad en general. ¿O alguien puede llegar a pensar que las grandes empresas se insertan en nuevos mercados sin investigar anteriormente? Estas empresas conocen el beneficio de la investigación de mercado, que no solo les va a decir dónde deben invertir y de qué forma, sino que también les dirá de qué lugares alejarse.

Una investigación de mercado realizada por un profesional de comercio internacional ayuda a conocer el tipo de mercado en el cual se quiere ingresar, a prever los problemas de normativas arancelarias y no arancelarias para el producto como así también el marco socioeconómico del país destino, ayuda a decidir sobre los medios de transportes adecuados para el producto, la formas de pago más confiables, el tipo de packaging que es aceptado por las normas vigentes, qué acuerdos internacionales son más beneficios y muchas otras cuestiones que quedan afuera de un análisis realizado por un emprendedor inexperto. Utilizando entonces esta herramienta, los representantes de las pequeñas y medianas empresas dejarían de exportar a la deriva y muchas más empresas se animarían a incursionar en el mundo internacional.

MARKET RESEARCH, AN UNDERRATED TOOL.

BY IVANNA MARINE VASKOF

Since ancient times, small and medium-sized companies (pymes) have found different obstacles

when taking the decision of getting involved in international trade. Most of the MiPyMEs (micro, small and medium-sized companies) fail in the attempt to engage in internationalization. Others get exhausted after their first export. The comments of adventurous pymes encourage them to act, by themselves, and to conduct inexperienced market research. Lack of confidence, scarce resources and, especially, the lack of government support make the illusions that the entrepreneur had disappear as sugar in water. These people, who dream of their products finding a new world, clash with the lack of foresight, with the lack of analysis of tariff barriers and mainly non-tariff barriers, not to mention the economic geopolitical situation that the importing country may have.

In most of the cases, the pymes export without knowing the buyer well and face a greater fear: payment uncertainty. Their world falls apart when they find that the goods are held in Customs. That is the key moment in the exporter's journey; the point when they begin to wonder "and now who can help me?" The first person they ask is the accountant, as a loyal advisor of the companies, who rarely has any knowledge of international trade, but said accountant sends them to a lawyer specialised in the matter, an expert professional who can make the journey continue, but with such fees that discourage them from thinking about international trade ever again.

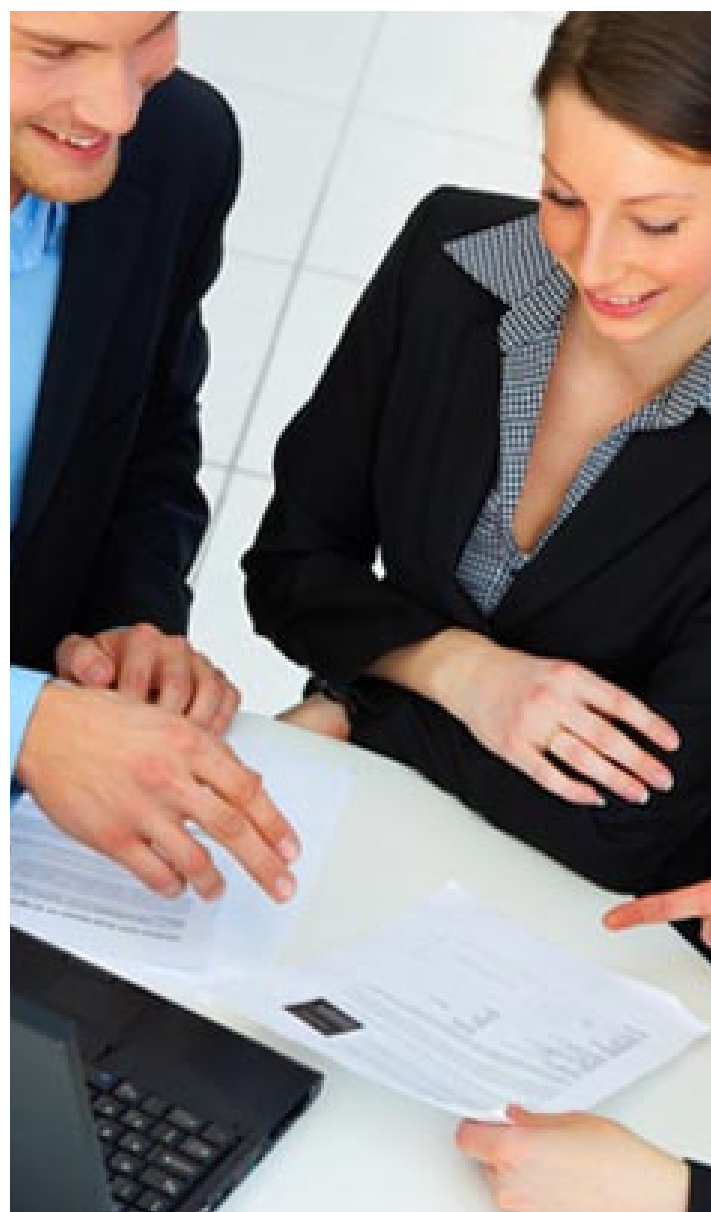
Let's play a little... what would happen if, instead of having this scenario, we had one that foresees the problems, that is strategic, that is analytical and that makes the product reach places never imagined before?

A change of socio-economic paradigm is necessary and that the research /professional market study ceases to be seen as a cost that can be saved and starts to be seen as an investment that in the medium and long term will entail great income, not only for the owner, but also for the employees, advisors, for the community and the society in general. Or can anyone think that big companies get engaged into new markets without first conducting an investigation? These companies know the benefit of market research, which will not only tell them where to invest and how, but also which places to get away from.

A market research carried out by an international trade professional makes it easier to know the type of market you want to enter, to foresee the problems of tariff and non-tariff regulations for the product as well as the socio-economic framework

of the country of destination; it helps you decide on the appropriate means of transport for the product, the most reliable forms of payment, which packaging is accepted by the current rules, which international agreements are more beneficial and many other things that are left out in an analysis carried out by an inexperienced entrepreneur.

Therefore, using this tool, the representatives of small and medium-sized companies would stop exporting adrift and many more companies could be encouraged to venture into the international world.



ACTIVIDADES DESTACADAS

• **CICLO DE CHARLAS**

Durante la segunda mitad del 2020 continuamos con las actividades que se desarrollaron durante la primera parte del año y que denominamos **"Ciclo de Charlas UPE"**.

Para lo cual se llevó a cabo una capacitación a cargo de representantes de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), la primera de ellas el 23/09/2020 donde participó Emanuel Venice, Demian Dominguez (Experiencia Usuario) y Fernando Seijido (Responsable de Proceso). La segunda capacitación se realizó el 19/10/2020 en la que participó, además de los expositores anteriores, la Srta Micaela Rostom (Responsable de Calculadora FOB)

Las capacitaciones tuvieron por objeto explicar en una primera parte las generalidades de VUCE, los objetivos y lo que ocurre en la región, para luego contar cuáles son las herramientas que maneja y cómo es el uso de dichas herramientas, para culminar con la presentación de un caso práctico.

Luego de la presentación de las herramientas que actualmente posee la VUCE, Emanuel Venice presentó una nueva herramienta que se encuentra en etapa de desarrollo: la VUMA (Ventanilla Única Marítima Argentina) facilitando la presentación de documentación de los agentes marítimos.

Al finalizar, los participantes realizaron diferentes preguntas que enriquecieron la capacitación.

Las dos charlas se encuentran disponibles en nuestro canal de YouTube de la Carrera de Comercio Internacional:

<https://www.youtube.com/channel/UCHokNn0n8qbG8KlPd9fBc8w>

• **CÓMO CREAR UNA OFERTA DE EXPORTACIÓN COMPETITIVA**

En el marco del aniversario de la realización del I CONGRESO DE COMERCIO INTERNACIONAL UPE, que se llevó a cabo en el mes de Septiembre de 2019, con fecha 10/09/2020 se desarrolló un encuentro virtual que contó con la participación del Sr. Mariano Mastrángelo (*).

El objeto de la presentación fue analizar cuáles son las transformaciones que está sufriendo el comercio internacional -acelerado por la situación de pandemia- que obliga a mejorar las ofertas exportadoras para

generar interés en diferentes compradores de diferentes perfiles.

Para ello, analizó las estrategias y oportunidades en el nuevo contexto. Un punto interesante que se planteó fue el "paradigma" relación PRECIO/CALIDAD para una operación de comercio exterior, en la cual aseguró que corresponde a un concepto que ha quedado "obsoleto". En primer lugar porque siempre existen empresas que vendan productos de mejor calidad y más baratos y porque los compradores internacionales buscan otras variables que exige el desarrollo de ofertas competitivas. Otro punto importante, es la exigencia -a nivel de normativa internacional- de que los productos sean ecodiseñados.

Asimismo, la determinación del destino es otro elemento fundamental para saber cuál es el mercado interesado en el producto a vender y cuáles son los motivos por los cuales ese tipo de producto tiene aceptación en dicho mercado. Otro tema abordado fue el plan de exportación y la forma de definirlo, para cerrar con el concepto de "valor" de una oferta exportadora, a través de la presentación de un caso real de éxito.

(*)Lic. en Comercio Internacional, Despachante de Aduana, Magister en Desarrollo Económico Local de la Universidad Autónoma de Madrid, Consultor Independiente y autor de diversos libros y artículos.

• **CLASE ESPEJO**

Los días 26 y 28 de octubre a las 19 y 19.50 (hora Argentina), respectivamente, se llevó a cabo la segunda Clase Espejo organizada por la UPE conjuntamente con la Universidad de las Américas (UDLA) de Ecuador y la Universidad de Concepción del Uruguay -Sede Regional Gualguaychú- donde se abordó el tema de **"Acciones logísticas reales para optimizar las operaciones de comercio exterior"**.

Aprovechamos la oportunidad de agradecer la participación de docentes y alumnos de las tres Universidades.

• **NUESTROS CANALES DE COMUNICACIÓN**



Instagram
@CIUPEOFICIAL



YouTube/Comercio Internacional UPE



Facebook
@UPE LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL (OFICIAL)

DEPARTAMENTO DE GRADUADOS

Programa Integral de terminalidad, seguimiento de egresados y vinculación con el mundo del trabajo

POR CARMEN DÍAZ (*)

(*) Coordinadora Programa Integral de Terminalidad, Seguimiento de Egresados y Vinculación con el Mundo del Trabajo

En el año 2018 la UPE diseñó y puso en marcha el Programa Integral de Terminalidad, Seguimiento de Egresados y Vinculación con el Mundo del Trabajo (Programa Graduados), centrado en los tres ejes que le dan nombre: Promoción de la Terminalidad, diseñando estrategias que acompañen para que concluyan los planes de estudios; el Seguimiento de quienes se gradúan a fin de construir información oportuna y confiable, incorporando en 2019 la Encuesta que realizan los y las estudiantes al tramitar tu título y; la Vinculación con el mundo del trabajo, orientado a la inserción laboral, promoviendo acciones de capacitación y actualización profesional, y además, coordinando actividades con el mundo del trabajo para lograr insertar en sus búsquedas a la población graduada en UPE.

Al iniciar 2020 el Programa se centró en generar propuestas que fortalecer la línea de vinculación con el mundo trabajo. Y así, luego de poner en marcha el programa en la modalidad virtual, se continuó trabajando en cada una de las líneas, generando y apelando a nuevas formas de comunicación con la población graduada porque, justamente, el eje que mejor se buscaba fortalecer es el que más se vio afectado por el contexto del covid-19. Por esa razón se organizaron numerosos cursos de capacitación para fortalecer sus habilidades laborales y se organizó el Segundo Encuentro Anual de Graduados/as con a través de video conferencia.

El Ing. Daniel Galli, Rector de la Universidad Provincial de Ezeiza asegura que "el área de seguimiento al graduado, tiene como meta lograr que su lema «un estudiante, un graduado; un graduado, un trabajo», sea la representación de una ecuación que pueda multiplicarse por diez y por cien, de manera que derive en desarrollo social para las familias de los que deciden estudiar en la UPE y también en desarrollo local, para los territorios de actuación de nuestros egresados."

El Proyecto UPEmpleo, en conjunción de la Secretaría Académica a través el Programa Graduados, con la Secretaría de Extensión Universitaria y las distintas coordinaciones de carrera

surgió como la mejor herramienta para generar y afianzar la comunicación con las empresas que requieran de la población graduada y realizar un posterior seguimiento de los resultados obtenidos por los profesionales que participan de las entrevistas laborales.

En el mes de febrero de 2021 se realizó el relevamiento para conocer la situación laboral de la población graduada implementando por primera vez la Encuesta de Actualización de datos de graduados UPE.

Del 100 % de los datos obtenidos el 29 % corresponde a quienes se graduaron en las carreras de Tecnicatura en Despacho de Aduana y Licenciatura en Comercio Internacional.

Uno de los datos más sobresalientes es que al momento de ser consultados un 54% declara tener trabajo, en tanto que un 45% no trabaja pero busca activamente y sólo 1% no trabaja ni busca trabajo por estar jubilado o pensionado

Del total de quienes tienen trabajo actualmente, 6 de cada 10 señalaron que su actividad laboral está muy relacionada o medianamente relacionada con los estudios que cursó en la Universidad. Sólo 1 de cada 10 reconoce que su actividad está poco relacionada, y 3 identifican que su trabajo no tiene ninguna relación. En tanto que al ser consultados sobre el nivel de satisfacción con respecto a su trabajo más del 80% respondió estar muy o medianamente satisfecho.

El 96% de los graduados con empleo trabaja en relación de dependencia
Tres de cada cuatro graduados/as se insertan laboralmente en el sector privado.

Las principales ciudades donde se insertan laboralmente son CABA, Ezeiza y La Matanza. En CABA trabajan el 33%, en Ezeiza 29% y en La Matanza 13%.

El 68% de los graduados ocupados tienen jornada de trabajo completa que implican 35 horas semanales o más, y casi un 20% tiene personal a cargo.

Dos tercios de las personas graduadas en UPE, con trabajo, identifican que su situación laboral se modificó luego de haberse graduado. Y el 76% sostiene que esto está relacionado con la obtención del título universitario. Acceder a una actividad vinculada a la carrera por la que se graduó, percibir mayores ingresos o algún reconocimiento social no expresado en remuneración económica fueron los principales cambios identificados.

Con respecto a quienes no tienen trabajo pero lo buscan un dato significativo es que la mitad de ellos (50%) hace un año o más que no trabaja, y otro 16% nunca trabajó. Los motivos principales por los que consideran que no consiguen trabajo son: Falta de experiencia laboral (43%), Ausencia de demanda laboral concordante con su formación (20%) e Insuficiente demanda laboral en general (20%). En un escalón más abajo, un 7%, identifica que el principal motivo por el que no encuentra trabajo es Capacitación insuficiente para la exigencia de la demanda laboral.

Retomando los datos obtenidos del relevamiento realizado y el seguimiento que se viene realizando

Quienes finalizan un carrera de Tecnicatura o Licenciatura de la UPE actualmente trabaja, su ocupación está muy relacionada con la carrera por la que se graduó, y está medianamente satisfecho con su actividad laboral. Se desempeña bajo relación de dependencia de manera formal, con jornada completa y presenta una antigüedad mayor a un año. No tiene personal a cargo, trabaja en CABA, en el sector privado.

Su situación laboral cambió después de haberse recibido por acceder a una actividad vinculada a la formación, y esto lo relaciona con la obtención del título universitario.

Este año representa un nuevo desafío para el Programa, el objetivo es proponer actividades que mejoren las condiciones de empleabilidad de quienes se han graduado en UPE, porque, finalmente, y como expresa la secretaria académica de la universidad, Macarena Forneris: "Los graduados y las graduadas son la UPE, y la universidad, debe asumir el compromiso de conocerlos en su nuevo rol, escuchar sus necesidades y demandas y generar propuestas institucionales que le den respuesta."

Jaqueline Sena, Milagros Terenzani, Milena Albanese, Jesica Terenzani, Ignacio Kuppe, Jimena Gondar forman parte del Equipo Programa Integral de Terminalidad,

Seguimiento de Egresados y Vinculación con el Mundo del Trabajo.



graduados@upe.edu.ar



GRADUADOSUPE



PROGRAMA UPEmpleo

POR LIC. MARIA EUGENIA ROMERO (*)

Se genera este proyecto, a partir de un trabajo integrado entre Secretaría de Extensión en sus distintos espacios de búsquedas laborales y la Secretaría Académica a través del Programa de Graduados. Proponiendo un espacio en el que las distintas búsquedas de empleo que ingresen sean encaradas de forma conjunta, articulando con los diversos actores de la universidad que participan en el interés que nos convoca, que es lograr la empleabilidad de nuestra comunidad UPE.

Nuestro objetivo principal es consolidar un espacio de trabajo entre los actores internos y externos a la Universidad, con la finalidad de responder a las demandas del mercado laboral local. Diferenciando si se trata de una pasantía o empleo para estudiantes o para graduados.

Consideramos que mediante un trabajo conjunto con las coordinaciones de las carreras de la Universidad podemos llegar a generar redes con empresas del sector productivo relacionadas directamente con cada una de ellas. Garantizar un espacio interactivo cuya finalidad es la inserción laboral de nuestros estudiantes.

Hemos modificado el proceso de selección de las búsquedas laborales para poder acompañar a los graduados y estudiantes en su inserción en el mundo del trabajo. Actualmente, luego de recibir el perfil solicitado, y decidir a cuál de las líneas de búsquedas corresponde. Se realiza la convocatoria mediante los diversos medios de comunicación que dispone la Universidad y a través del micro sitio UPEMPLEO (<https://web.upe.edu.ar/upempleo/>), para que la comunidad universitaria de graduados y estudiantes, envíe su CV. Luego de una preselección realizada de manera conjunta con el coordinador correspondiente a la carrera solicitada, se les realiza una entrevista individual, y finalmente se envía una terna a la empresa solicitante. Nuestra labor no termina ahí, ya que solicitamos a las empresas una devolución de sus entrevistas para conocer la situación profesional de nuestros graduados y/o estudiantes con la finalidad de seguir trabajando en su formación.

En lo que va del 2021 a la fecha, hemos realizado cuatro búsquedas laborales, con la satisfacción de que una graduada de la Lic. en Logística ha sido incorporada en la empresa solicitante. En cuanto a las pasantías, actualmente contamos con dos pasantes que continúan las mismas, luego de un año en ellas.

Como actividad eje, este año realizaremos reuniones con la participación de empresas, graduados, alumnos y coordinadores de las carreras con la finalidad de conocer las necesidades del mercado laboral y de transmitir nuestra labor como alta casa de estudios.

Queremos destacar que la publicación de las búsquedas laborales es una manera de poner en conocimiento la situación actual del mercado y las necesidades del mismo, llevando el mensaje a los graduados y estudiantes que el perfeccionamiento continúa aún luego de obtener el título universitario.



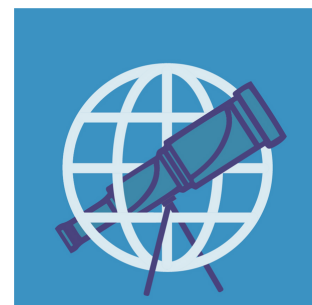
(*) LIC. MARIA EUGENIA ROMERO -
Coordinadora del Programa UPEmpleo



upempleo@upe.edu.ar

TE TIRO LA POSTA...

COLABORACIÓN DEL OBSERVATORIO DE COMERCIO INTERNACIONAL



América Latina 2020. Los mecanismos extrajudiciales de resolución de conflictos en línea: su problemática en el derecho internacional privado.

El futuro del comercio electrónico depende en gran parte del desarrollo de mecanismos extrajudiciales para la solución de conflictos adaptados a la dinámica de internet (ODR), que sean capaces de brindar seguridad y confianza a consumidores y comerciantes por igual. Lo cierto es que a la fecha no existe una normativa internacional consensuada para la solución de controversias transfronterizas relativas al comercio electrónico entre empresas y consumidores. Lo anterior, trae como resultado una serie de dificultades a nivel global que definitivamente impactan al Derecho Internacional Privado. La finalidad de este artículo es precisamente poner de manifiesto la problemática que enfrentan en la actualidad los ODR, al momento de resolver conflictos derivados del comercio digital y plantear, con una visión diferente –más atrevida y postmodernista–, algunas ideas de como deberían ser abordadas dichas dificultades.

<https://revistas.uosario.edu.co/index.php/acdi/article/view/7524>

NACIONES UNIDAS 2020. Informe Especial CEPAL. Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística

<https://drive.google.com/drive/folders/1wPmcK0lifqDnjkoFlKlluU8rRVd83uQl?usp=sharing>

CHINA 2019. Explorando la tecnología blockchain en el comercio internacional: reingeniería de procesos comerciales para cartas de crédito.

Exploring blockchain technology in international trade: Business process re-engineering for letter of credit

The purpose of this paper is to explore the applicability of blockchain technology in international trade process from a perspective of letter of credit payment.

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IMDS-12-2018-0568/full/html>

UE 2018. El papel que juega Bitcoin en el comercio internacional

The Role Bitcoin Plays In International Trade

It's only a matter of time before Bitcoin takes over the world... literally. After years of wondering whether or not Bitcoin would stay around, it's starting to mold itself into one of the leading solutions for doing business across international borders. What started out as a pseudo interest by a select group of people is poised to become a major player in the world market. In this blog post, Coin Cloud explores the role that Bitcoin plays in international trade.

<https://coincloud.medium.com/the-role-bitcoin-plays-in-international-trade-37c7fcfdd7ed>



Boletín de noticias

Si querés colaborar con el Boletín de Noticias CIUPE @NLINE,
contanos tu propuesta enviando un mail a
comerciointernacional@upe.edu.ar