

ASOCIACIÓN DE PROFESORES DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DE MÉXICO
XV CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE INNOVACIONES EN DOCENCIA E INVESTIGACIÓN
EN CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS CHIHUAHUA, CHIHUAHUA,
SEPTIEMBRE 5, 6 Y 7 DE 2012

Programas de difusión, estrategia para la sinergia entre las escuelas de negocios y organizaciones públicas, privadas. “Caso punto de equilibrio TV, FECA-UJED”

Temática

Evaluación del aprendizaje, del desempeño docente, la investigación y la vinculación.

Fortunato Rodríguez Acosta

Hortensia Hernández Vela

Víctor Manuel Lerma Moreno

Facultad de Economía Contaduría y Administración

Universidad Juárez del Estado de Durango

Salubridad 100 fracc Vergel del Desierto

Durango, Durango

natora60@hotmail.com

guioda01@yahoo.com.mx

viclerma@yahoo.com

Nacionalidad Mexicana

**PROGRAMAS DE DIFUSION, ESTRATEGIA PARA LA SINERGIA ENTRE LAS
ESCUELAS DE NEGOCIOS Y ORGANIZACIONES PUBLICAS, PRIVADAS
“CASO PUNTO DE EQUILIBRIO TV. FECA-UJED”**

Resumen

El presente trabajo pretende presentar a los programas de difusión, que en el caso que nos ocupa, un programa de Televisión transmitido por la FECA –UJED, pueden ser una estrategia inicial para: identificar áreas comunes de interés, actividades prioritarias, amenazas y debilidades entre la escuela de negocios y las organizaciones públicas y privadas. Es decir explicitar los puntos de unión que se han generado como resultado del programa.

INTRODUCCION

Las facultades y escuelas de negocios de educación superior, sobre todo las públicas no cuentan con espacios formales y permanentes de comunicación con organizaciones públicas, privadas y con la sociedad en general que den como resultado una sinergia que beneficie a partes involucradas.

El presente trabajo pretende presentar a los programas de difusión, que en el caso que nos ocupa, un programa de televisión transmitido por la FECA –UJED, pueden ser una estrategia inicial para: identificar áreas comunes de interés, actividades prioritarias, amenazas y debilidades. Es decir explicitar los puntos de unión que se han generado como resultado del programa.

La insuficiencia de los recursos tradicionales para garantizar la supervivencia en la mayoría de las organizaciones a largo plazo ha dado lugar a una “economía del conocimiento”, donde la información, inteligencia y experiencia práctica constituyen las piezas fundamentales para dotar a las organizaciones de las cualidades necesarias para sobrevivir.

La obtención regular de resultados superiores a partir del conocimiento no es algo que aparezca espontáneamente sino que exige la instauración de condiciones orientadas tanto a la reunión de conocimientos efectivos como a su movilización activa. Son estos esfuerzos organizados los que se denominan

Esta “Gestión” debe asegurar la disponibilidad del conocimiento necesario para las instituciones, en el momento oportuno y en el lugar adecuado, ayudando a las mismas a compartir y poner en acción el conocimiento en formas que conduzcan a mejorar el rendimiento organizativo. El conocimiento por sí mismo no necesariamente conduce a mejores resultados, su “gestión” modera y facilita esta asociación entre el conocimiento y los resultados, transformándolo en una fuente efectiva de ventajas y de logros sostenibles.

La mayoría de los estudios que se han realizado sobre “Gestión del conocimiento” se enfocan en empresas que se desenvuelven en entornos dinámicos y que necesitan para subsistir de todas las ventajas competitivas, como los conocimientos generados en la propia organización, las instituciones educativas se encuentran actualmente sobre todo con la

incorporación de las tecnologías de información y comunicación, nuevos modelos educativos, innovación en las áreas de conocimiento y prácticas profesionales fuera del ámbito académico, en un ambiente dinámico y cambiante que de no tomar en cuenta las hará ver obsoletas y en el devenir del tiempo, o puede inclusive cuestionar su existencia.

Las IES y en particular las escuelas de negocios deben ser sistemas permeables que asimilen el conocimiento que se genere en el medio con el que interrelacionan (organizaciones públicas y privadas) pero también deben de incidir y transmitir conocimiento en el medio.

Marco teórico

Existen diferentes enfoques que la organización ha adoptado a través del tiempo para adquirir nuevas ventajas frente a sus competidores y entre ellas en la última década ya dentro de este siglo se presenta el desarrollo de la “gestión del conocimiento”.

Las instituciones de educación superior tienen recursos capaces de proporcionar ventajas competitivas y cuentan con capacidad para aprender adaptarse cambiar y renovarse a lo largo del tiempo, es evidente que las universidades generan conocimiento y también que lo transmite a través de sus egresados, difusión de investigaciones y de sus actividades académicas y culturales. Retomando a la organización como un todo y bajo el enfoque de la gestión del conocimiento se puede decir que las instituciones: generan y transmiten conocimiento.

La gestión del conocimiento nos dice Fernández López (2005) “es el proceso sistemático de detectar, seleccionar, organizar, filtrar, presentar y usar la información por parte de los participantes de la organización, con el objeto de explotar cooperativamente los recursos de conocimiento basados en el capital intelectual propio de las organizaciones, orientados a potenciar las competencias organizacionales y la generación de valor”

La “Gestión del conocimiento” es sinónimo de diseño e implementación de procedimientos técnicos y estructurados orientados al desarrollo de los procesos de trabajo así como el procesamiento y administración eficiente de la información dentro de la organización. (Castañeda Pérez, 2005). Dentro de los tipos de conocimiento (Nonaka & Takeuchi, 1999)

el conocimiento tácito es el conocimiento interno y propiedad de cada persona en particular en tanto que el conocimiento explícito: es el conocimiento que está codificado y que es transmisible a través de algún sistema de lenguaje formal. Dentro de esta categoría se encuentran los documentos, reportes, memos, mensajes, presentaciones, diseños, especificaciones, simulaciones, entre otras. El conocimiento explícito es formal y sistemático, por esta razón puede ser fácilmente comunicado y compartido, (Gómez D., *et al.*2005)

Las instituciones de educación operan en ambientes inciertos pero predecibles hasta cierto punto y por lo tanto la investigación se puede abordar con enfoque de **Gestión técnico estructural** que fundamenta la “gestión del conocimiento” en el procesamiento de información utilizando para ello un conjunto de dispositivos técnico-estructurales que les permiten almacenar información y hacerla fácilmente accesible para quien la necesite. Y que tiene como partes elementales las que se señalan en la tabla 1

Tabla 1. Elementos del Enfoque Técnico Estructural
<ul style="list-style-type: none"> • La vigilancia del entorno para la búsqueda y análisis de la información relevante.
<ul style="list-style-type: none"> • Los procesos de planificación estratégica orientados a concebir y adoptar una visión compartida acerca de lo que la organización aspira a hacer en el futuro en concordancia con su entorno.
<ul style="list-style-type: none"> • Los sistemas de información encargados de optimizar el procesamiento de la información.
<ul style="list-style-type: none"> • Los sistemas de evaluación y seguimiento que permiten obtener información a posteriori sobre la idoneidad de las acciones organizativas y los conocimientos que las sustentan.

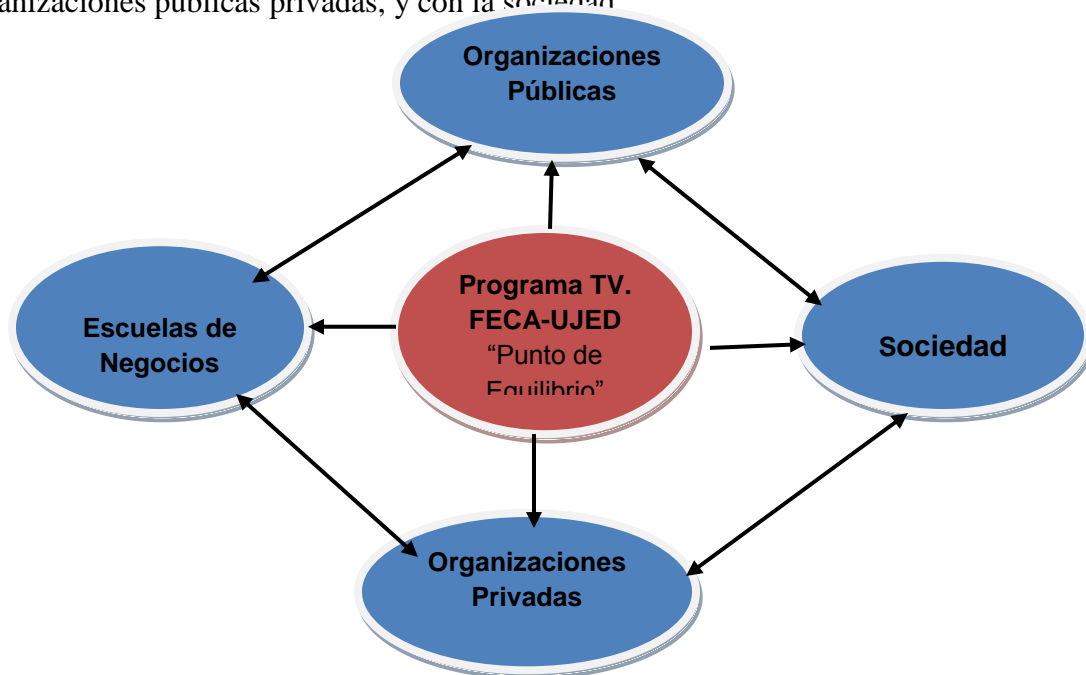
Fuente: Prieto y Revilla, 2004.

La Gestión de conocimiento con orientación técnico-estructural es una capacidad de las empresas para generar, absorber, analizar, distribuir y gestionar el caudal de datos existente en su interior y disponible en su exterior, transformándola en conocimiento, mediante la innovación, es decir, generando ideas inmediatamente aplicables (Fernández López, 2005). Para Zapata y Pineda (2006) la **generación del conocimiento de una gestión con orientación técnico estructural** comprende tres actividades:

- La creación interna de conocimiento: que se obtiene de la investigación y diseño dentro de la empresa.
- El aprendizaje por acción: entrenamiento en el trabajo, experimentos y simulaciones.
- La adquisición y el acceso del conocimiento externo: Los métodos de adquisición externa de conocimiento incluyen: comparación con las mejores prácticas de otras organizaciones, asistencia a conferencias, contratación de consultores, control de tendencias económicas, sociales y tecnológicas, recolección de datos de los clientes y competidores, contrato de nuevo personal, colaboración con otras organizaciones, construcción de alianzas estratégicas y establecimiento de enlaces de conocimiento con otras empresas.

En una segunda etapa el **conocimiento es transmitido** mediante mecanismos de comunicación formal o medios estructurados, tales como libros, documentos y reuniones programadas programas de difusión. Y por medios informales como la relación interpersonal que va desde conversaciones hasta el aprendizaje. Los mecanismos formales cuentan con una infraestructura visible y definida: cables, casilleros, antenas de satélite, oficinas postales, direcciones, buzones electrónicos, etc. (Zapata y Pineda, 2006).

La vinculación de las instituciones educativas a través del programa TV. FECA-UJED con organizaciones públicas privadas, y con la sociedad



Programa “Punto de Equilibrio” FECA-UJED

En abril de 2009 el Rector de la UJED, como egresado de la FECA, y con una preocupación de difundir las actividades de la universidad y tener vinculación con organizaciones públicas y privadas y con la sociedad, le concede a la FECA un espacio en TV-UJED para la realización de un programa de televisión, donde se dieran a conocer temas de interés a la sociedad relacionados con la escuela de negocios teniendo como invitados a expertos de los temas de administración, finanzas, economía, mercadotecnia y fiscal.

El director de la facultad convoca a un grupo de maestros para que se integren a la propuesta y definan el concepto del programa y los temas a exponer, quedando al frente del proyecto como conductor y realizador el Mtro. Fortunato Rodríguez Acosta, quien define el esquema del programa en relación a “programa de análisis” convocando e invitando a maestros, empresarios y funcionarios de gobierno para participar en el programa.

El programa “portafolio empresarial” se transmite por primera vez el 11 de julio del año 2009, con el tema “crisis empresarial” en esta primera emisión se tuvo como invitados un docente y un dirigente empresarial presidente de COPARMEX tres meses después con el interés de cambiar la imagen se renombra el programa como “punto de equilibrio”. El programa se transmite semanalmente con una duración de 30 minutos, en el canal 5 local (TV-UJED) por megacable e internet pagina www.tv.ujed.mx los sábados a las 20:30 pm y los domingos a las 8:30 am, hasta el 14 de enero del 2012 se han transmitido 110 programas.

A través de este marco teórico elaborado se pretende establecer basado en el enfoque técnico estructuralista de la gestión del conocimiento:

1. Que la universidad (FECA-UJED), la empresa y el gobierno generan conocimiento a través de:
 - a. La creación interna: que se obtiene de la investigación y diseño dentro de la empresa;
 - b. El aprendizaje por acción: entrenamiento en el trabajo, experimentos y simulaciones;

- c. La adquisición y el acceso del conocimiento externo
2. Que la universidad (FECA-UJED), la empresa y el gobierno transmiten conocimiento a través de mecanismos de comunicación formal o medios estructurados como lo es el programa “punto de equilibrio” de la FECA-UJED.

En este espacio se genera y transmite conocimiento entre los sectores que no ha sido evidenciado pero que indiscutiblemente está presente, de ahí la importancia de hacer explícita el papel que está realizando el programa lo que se pretende a través de esta investigación que ha establecido como:

Objetivo general: Identificar el tipo de vinculación que se ha establecido entre la FECA-UJED-empresa-gobierno en el espacio del programa “punto de equilibrio”

Objetivos particulares:

1. Elaborar un inventario de los programas realizados
2. Clasificar los programas por aéreas, sector y exponente.
3. Identificar los puntos de unión relevantes (con mayor contacto) que se han generado a través del programa entre sectores.
4. Establecer estrategias para incrementar la interrelación y su impacto holísticamente.

Objeto de Estudio

Fueron los 110 programas transmitidos desde el 11 de julio del año 2009 hasta el 14 de enero del 2012

Metodología:

Se llevó a cabo un diseño de revisión documental histórica e investigación documental descriptiva que se realiza a través de:

1. Revisión documental y registro de programas
2. Análisis de temáticas para definición de grupos
3. Clasificación de los registros en función de sector, exponente y temática

Tabla 2 Clasificación de los programas

Área	Invitado	Sector
Economía	Externo	Empresa
Finanzas	Docencia	Gobierno
Fiscal	Alumnos	Institución educativa
Comercio		
Actividades docentes		
Administración		
Valores		

4. Análisis de información obtenida
5. Presentación de resultados
 - Inventario de programas
 - Clasificación de los programas por áreas, sector y exponente.
 - Identificación de puntos de unión
 - Estrategias para incrementar la interrelación y su impacto holísticamente.

Resultados

Inventario

El inventario de los 110 programas realizados se encuentra en anexo A en donde además se muestra la clasificación de cada programa por fecha, título, invitado y sector.

Clasificación de los programas por áreas, sector y exponente

Se tomaron los archivos de cada uno de los programas para obtener los datos de fecha de transmisión, título del tema a desarrollar y/o analizar, los nombres de los invitados y su categoría.

Posteriormente a cada uno de los temas se le clasificó en un área de estudio, por ejemplo administración, economía; finanzas, actividades docentes, fiscal, mercadotecnia, valores, comercio, laboral.

Y en el caso de los invitados se les clasificó como: docente, externo (empresarios, funcionarios de gobierno consultores, dirigentes empresariales, colegios de profesionistas) y alumnos, en seguida por sector esto clasificado como empresa, gobierno e instituciones educativas. Obteniéndose los siguientes resultados:

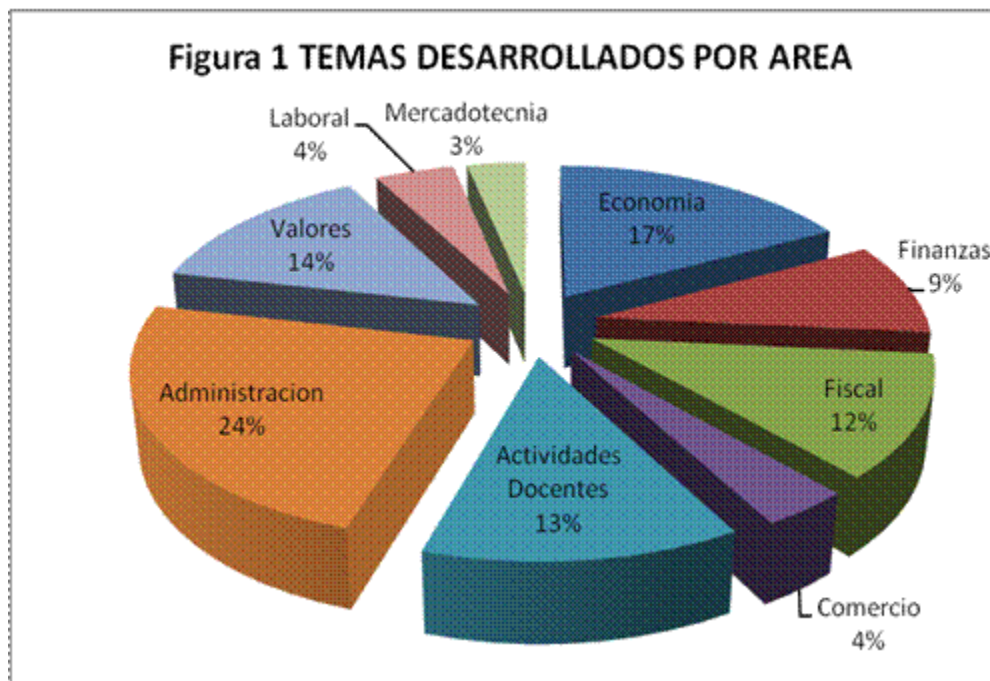


Tabla 3. TEMAS DESARROLLADOS POR ÁREA

No	Temática	Programas	%
1	Economía	19	17%
2	Finanzas	10	9%
3	Fiscal	13	12%
4	Comercio	4	4%
5	Actividades docentes	14	13%
6	Administración	26	24%
7	Valores	15	14%
8	Laboral	5	5%
9	Mercadotecnia	4	3%
Total		110	100%

La figura 1 representa los valores de las nueve áreas de los temas tratados en los programas de “punto de equilibrio”, como puede observarse la temática concerniente a la administración tiene un valor de 24%, en tanto que economía, fiscal, actividades docentes y valores con un porcentaje muy similar en promedio 14%, lo temas menos tratados son los de mercadotecnia, comercio y laboral



Tabla 4. TIPO DE INVITADOS

No	Invitado	Programas	%
1	Externo	41	37%
2	Docencia	65	59%
3	Alumnos	4	4%
Total		110	100%

En la figura 2 se muestra el porcentaje de contribución de cada variable tipo de invitado. Puede observarse que el invitado tipo docente es la variable con mayor contribución que es del 59% dado la procedencia del programa pero muy seguida del tipo de invitado externo con un 37%, y se ve la necesidad de involucrar en mayor grado a los alumnos.

En tanto que la figura 3 presenta los valores de los invitados por sector como se puede observar, el sector Institución educativa representa el 68% esto es que este sector está constituido mayormente por docentes de la FECA-UJED, aunque el sector empresa representa el 25% valor aceptable en tanto que el sector gobierno mínimamente alcanza un valor de 7%.



Tabla 5. INVITADOS POR SECTOR

No	Sector	Programas	%
1	Empresa	27	25%
2	Gobierno	8	7%
3	Institución educativa	75	68%
Total		110	100%

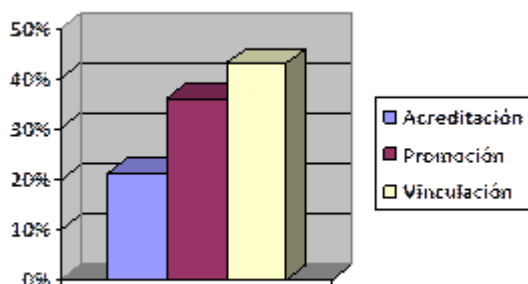
La información también nos permite hacer otras consideraciones en relación a las temáticas, sobre qué temas se han tratado mas y que por lo tanto en ese sentido son abordadas y que representan, cuando se trata de las fortalezas de la institución y estaríamos hablando de temas demandados. En este sentido podemos decir:

Primero se identifican como temas recurrentes:

- Actividades docentes
- Administración
- Fiscal
- Finanzas
- Economía
- Fiscal
- Valores
- Mercadotecnia
- Comercio
- Laboral

Y a su vez dentro de cada uno de ellos se puede encontrar los siguientes grupos

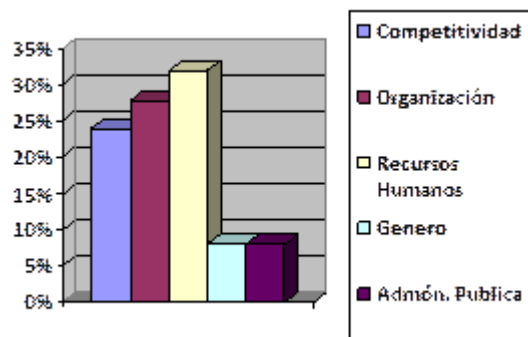
Figura 4 **Actividades Docentes**



Acreditación	21%
Promoción	36%
Vinculación	43%
	100.0%

Como se observa en la figura 4 las actividades docentes se relacionan con la vinculación que en este caso se refiere sobre todo a la experiencia de movilidad académica de los alumnos de la FECA-UJED, la presentación de la oferta educativa y las actividades que en ella se desarrollan, y de alta relevancia por la importancia que toma actualmente la certificación de las instituciones se ha dado amplia difusión a las actividades que ha desarrollado y desarrolla la institución para mantener su acreditación como garantía de lo programas que imparte.

Figura 5 **Administración**



Competitividad	24%
Organización	28%
Recursos Humanos	32%
Género	8%
Administración pública	8%
	100%

En la figura 5 se muestra que dentro del área de administración los temas recurrentes a esta son recursos humanos con un 32% muy seguida de los temas de competitividad y organización con un 24% y 28% respectivamente, esto por el interés de las empresas y la investigación de los docentes en cuanto a temas de interés común

Figura 6 **Economía**

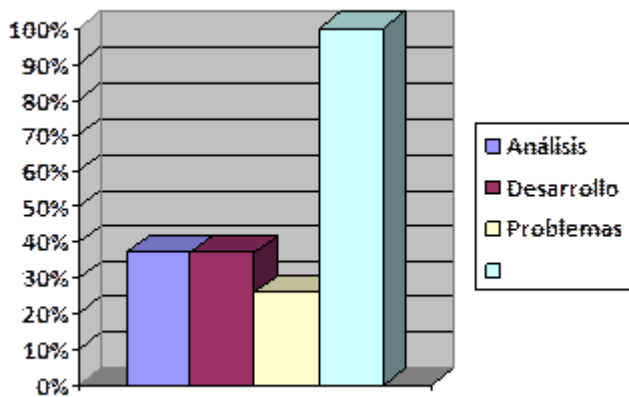


Tabla 8. Economía	
Análisis	37%
Desarrollo	37%
Problemas	26%
	100%

Podemos observar en la figura 6 que dentro del área de economía los temas recurrentes son en el sentido de análisis, desarrollo y problemas económicos con porcentajes muy similares

Figura 7 **Finanzas**

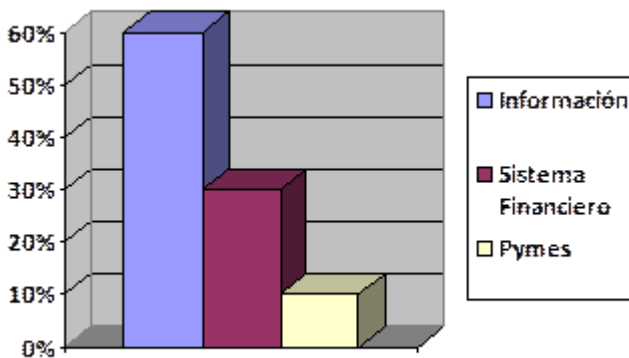
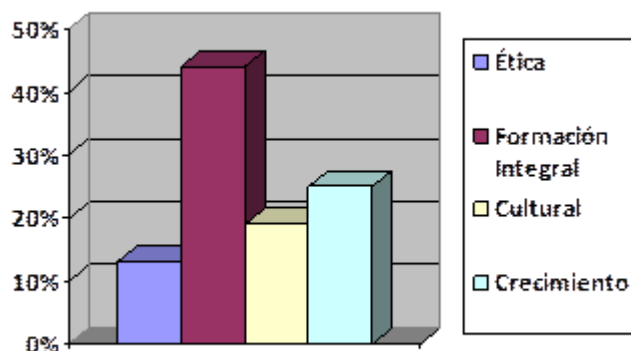


Tabla 9. Finanzas	
Información	60%
Sistema Financiero	30%
Pymes	10%

Y en cuanto al área de finanzas que está contenida en la figura 7 podemos observar que se centra en la información con un 60%, esto en beneficio de la sociedad como es lo de la cultura financiera, uso de tarjetas de crédito, el ahorro entre otras

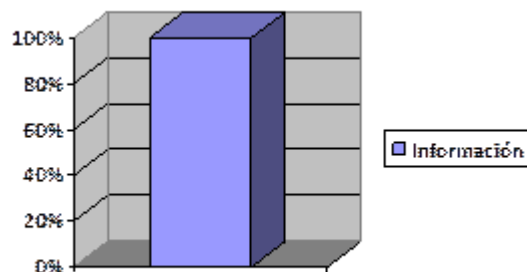
Figura 8 Valores



Ética	13%
Formación Integral	44%
Cultural	19%
Crecimiento	25%

En la figura 8 nos damos cuenta de que un porcentaje considerable 44% como es la formación integral es un tema recurrente dentro del área de valores porque son considerados la perseverancia de los empresarios, la pasión por la profesión, los procesos de mejora personal así como el desarrollo de la juventud, temas de gran aceptación por la sociedad

Figura 9 Fiscal



Información	100%
-------------	------

La figura 9 nos muestra que el 100% de los temas en el área de fiscal son de información por lo correspondiente a declaraciones anuales, reformas fiscales y que son de interés para los empresarios y el gobierno de enterar a los contribuyentes

Figura 10 Comercio

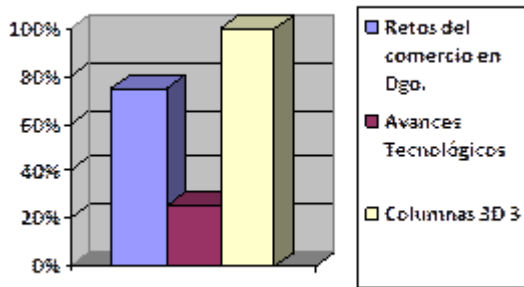


Tabla 12. Comercio	
Retos del comercio en Dgo.	75%
Avances Tecnológicos	25%
	100%

La figura 10 señala los retos del comercio en Durango es un tema recurrente con un 75% ya que a los empresarios les interesa este tema por conocer nuevas formas de hacer negocio tanto a nivel nacional como internacional

Figura 11 Mercadotecnia

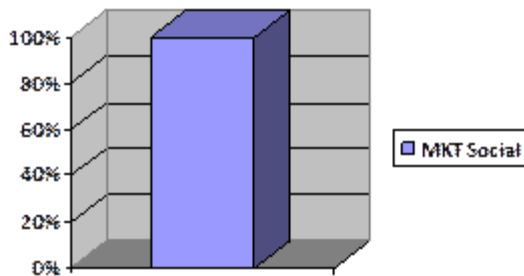


Tabla 13. Mercadotecnia	
MKT Social	100%

En la figura 11 que aunque con solo 4 programas de tv. En el área de mercadotecnia los temas que se han tratado en un 100% son de la mercadotecnia social

Figura 12 Laboral

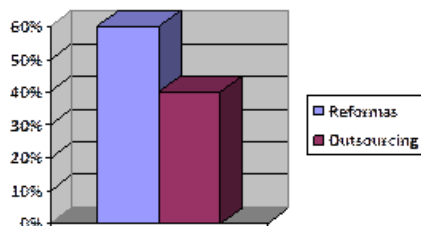


Tabla 14 Laboral	
Reformas	60%
Outsourcing	40%
	100%

La figura_12 muestra que los temas recurrentes están orientados en un 60% a las reformas laborales planteadas por el poder ejecutivo federal y todavía pendiente en el poder legislativo, pero también con una nueva modalidad laboral como lo es el outsourcing con interés de la sociedad y empresarios

Identificación de puntos de unión

Los puntos de unión que pueden presentar el primer paso de una interrelación mas productiva entre los sectores se consideraron en este trabajo el cruce entre temáticas y sectores es decir nuestros puntos de unión son en un primer paso los temas semejantes que se abordan por diferentes sectores así hemos identificado los siguientes.

1. Se pudo observar que en el área de fiscal existe un mayor punto de unión tanto con el gobierno como con los colegios de profesionistas, en relación a las reformas fiscales de interés para los tres actores involucrados.
2. En el área de economía existe un punto de unión en relación a temas de interés común, relacionados sobre todo al desarrollo económico del estado y del país.
3. En tanto que en finanzas, donde se analiza la Información, es en el sistema financiero y las pymes.
4. En el área de administración donde se resaltan los temas mayormente tocados son: competitividad, recursos humanos, y organización en las empresas
5. En lo laboral como área, el punto de unión son las reformas fiscales donde también intervienen los sindicatos.
6. En valores la interrelación que se da mayormente como tema es el de formación integral

Estrategias para incrementar la interrelación y su impacto holísticamente.

Que aunque la sinergia y puntos de interrelación se están logrando con las organizaciones públicas y privadas a través de este programa “punto de equilibrio” se deberán establecer estrategias para fortalecer los puntos de unión en cuanto a áreas, temas e invitados, y estas serian:

1. Realizar más programas donde intervengan las organizaciones públicas y privadas con temas comunes. Que nos dimos cuenta en este análisis que son raramente o mínimamente involucrados en ellos
2. Modificar el formato del programa para que en cada uno de ellos se encuentren las tres partes involucradas esto es el docente, el empresario, el gobierno para que la sociedad tenga una mejor perspectiva de análisis
3. Que aunque el canal de televisión se transmite por cable y resulta limitada su audiencia, proponer a la universidad mayor difusión y promoción del mismo para que un mayor sector de la sociedad tenga acceso al programa

CONCLUSIONES.

Las instituciones de educación superior en México han reconocido desde la década de los 50 el valioso aporte que los medios audiovisuales han tenido para generar y transmitir conocimiento.

El procedimiento desarrollado, si nos permitió identificar puntos de unión y establecer estrategias para mejorar la interrelación muy pobre aún en temas de finanzas, administración, economía donde las organizaciones públicas y privadas deberán tener mayor participación

La institución educativa con esta interrelación y vinculación que tiene con las organizaciones públicas y privadas, se apropia del conocimiento generando conocimiento dentro de la institución y de manera inversa transmite conocimiento a las organizaciones públicas y privadas para generar conocimiento útil a sus intereses todo ello en marco de una sinergia que beneficia a todos.

La aportación de un programa como “punto de equilibrio” es a través de esta investigación un conocimiento explícito y es evidente el beneficio que ha generado y puede generar apoyando los esfuerzos que se realicen para seguir creando y consolidando la vinculación con la empresa y el gobierno, en áreas propias de interrelación en beneficio de la sociedad.

BIBLIOGRAFIA.

FERNÁNDEZ LÓPEZ, Javier (2005) *Gestión por Competencias. Un Modelo Estratégico para la Dirección de Recursos Humanos*. México, Ed. Prentice Hall.

CASTAÑEDA PÉREZ, Malena, (2005) “Aspectos Teórico-Conceptuales sobre las Redes y las Comunidades Virtuales de Conocimiento”, *ACIMED*. Disponible en:

Http://Bvs.Sld.Cu/Revistas/Aci/Vol13_6_05/Aci02605.Htm, consultado el 11 dic. de 2011

NONAKA, Ikujiro Y Hirotaka Takeuchi, *La Organización Creadora de Conocimiento. Cómo las compañías japonesas crean la dinámica de la innovación*, México, Ed. Oxford University, 1999.

GÓMEZ DÍAZ, Dianelly *et al.* ““Gestión del Conocimiento” y su Importancia en las Organizaciones”, Universidad de Cienfuegos, Cuba, Ed. GUJRE, 2005, Vol XXVI No.2, julio 2005, pp.1-48.

PRIETO, Isabel y Elena Revilla (2004) “Impacto Organizativo de los Distintos Estilos de “Gestión del Conocimiento”. Una Evidencia Empírica del Caso Español”. *Revista de empresa* No. 10, España, 2004.

ZAPATA Laura y José L. Pineda, (2006) *Estudios de Administración. Generación y Transferencia de Conocimiento en Pequeñas Empresas: Estudio de Caso En El Sector de las Tecnologías de la Información*. Monterrey, Ed. ITESM, Vol. 13. N1. 2006. Pp. 1-35.

Morales Parra, Adela (2007) *La Vinculación Universidad-empresa-gobierno. Un soporte para el desarrollo local. Memoria del Octavo Congreso Nacional y Cuarto Congreso Internacional sobre Innovación Tecnológica*. UAS

ANEXO A

#	Fecha	Tema	Invitado	Sector	Área
1	11/Jul./09	“Crisis empresarial”	Externo	Empresas	Economía
2	18/Jul./09	“Finanzas personales”	Externo	Gobierno	Finanzas
3	25/Jul./09	“Procesos fiscales”	Externo	Gobierno	Fiscal
4	1/Ago./09	“Desarrollo económico”	Externo	Empresa	Economía
5	8/Ago./09	“Cultura y desempleo”	Docente	FECA	Economía
6	15/Ago./09	“Desarrollo económico”	Externo	Gobierno	Economía
7	22/Ago./09	“Competitividad”	Externo	Empresa	Administración
8	29/Ago./09	“Comercio internacional”	Docente	FECA	Comercio
9	5/Sep./09	“Movilidad estudiantil”	Docente	FECA	Actividades Docentes
10	12-sep-09	“Modelo económico”	Docente	FECA	Economía
11	19/Sep./09	'ANFECA"	Externo	ANFECA	Fiscal
12	26/Sep./09	“Paquete económico 2010 1ª parte”	Externo	Gobierno	Economía
13	3/Oct./09	“Paquete económico 2010 2ª Parte”	Externo	Gobierno	Economía
14	10/Oct./09	“Administración pública municipal”	Docente	FECA	Administración
15	17/Oct./09	“El crecimiento económico de México: las exportaciones”	Docente	UNAM	Economía
16	24/Oct./09	“La ética empresarial”	Externo	Empresa	Valores
17	31/Oct./09	“Foro PYME”	Externo	Empresa	Administración
18	7/Nov./09	“Reforma fiscal	Docente	FECA	Fiscal
19	14/Nov./09	“Reforma laboral”	Docente	FECA	Laboral
20	21/Nov./09	“Reforma laboral II”	Docente	FECA	Laboral
21	28/Nov./09	“Reforma -Laboral III”	Externo	Sindicato	Laboral
22	5/Dic./09	“Las organizaciones en México”	Docente	USLP	Administración
23	12/Dic./09	“La Mercadotecnia social”	Docente	FECA	Mercadotecnia
24	19/Dic./09	“Oportunidades en la crisis”	Docente	FECA	Valores
25	26/Dic./09	“Reformas al C.F.F”	Externo	Colegio	Fiscal
26	02-ene-10	“Reformas aprobadas”	Docente	FECA	Fiscal
27	09-ene-10	“PYMES”	Docente	FECA	Finanzas
28	16-ene-10	“Suficiencia alimentaria”	Docente	FECA	Economía
29	23-ene-10	“Calidad: imperativo o moda?”	Docente	FECA	Administración
30	30-ene-10	“Colegio de contadores”	Externo	Colegio	Fiscal
31	6/Feb./10	“Cartera financiera”	Docente	FECA	Actividades Docentes
32	13/Feb./10	“I.E.T.U.”	Docente	FECA	Fiscal
33	20/Feb./10	“Perspectivas de la economía”	Externo	Empresa	Economía

#	Fecha	Tema	Invitado	Sector	Área
34	27-feb-10	“Movilidad estudiantil II”	Docente	FECA	Actividades Docentes
35	06-mar-10	“Outsourcing”	Docente	FECA	Laboral
36	13-mar-10	“Mujer en el ámbito empresarial”	Externo	Empresa	Administración
37	20-mar-10	“Derecho y administración del deporte”	Docente	UJED	Administración
38	27-mar-10	“Declaración personas morales”	Externo	Colegio	Fiscal
39	3/Abr./10	“Oportunidades ante la crisis: 2ª parte”	Docente	FECA	Valores
40	10/Abr./10	“Mercadotecnia electoral”	Docente	FECA	Mercadotecnia
41	17/Abr./10	“Declaración anual personas físicas”	Externo	Colegio	Fiscal
42	24/Abr./10	“Líderes de norteamérica”	Docente	FECA	Actividades Docentes
43	08-may-10	“Administración de hospitales”	Docente	FECA	Actividades Docentes
44	15-may-10	“Día del maestro”	Docente	FECA	Actividades Docentes
45	22-may-10	“La banca como factor de desarrollo”	Docente	FECA	Finanzas
46	05-jun-10	“Cultura empresarial”	Docente	FECA	Administración
47	12-jun-10	“Aniversario posgrado FECA”	Docente	FECA	Actividades Docentes
48	19/Jun./10	“Amigos del turismo”	Externo	Empresa	Administración
49	26/Jun./10	“Energía renovable”	Docente	FECA	Economía
50	3/Jul./10	“50 años de arte y cultura”	Ex Alumno	FECA	Valores
51	10/Jul./10	“Compromiso con la UJED”	Externo	Empresa	Valores
52	31/Jul./10	“Facilidades administrativas SAT”	Externo	Colegio	Fiscal
53	7/Ago./10	“Comercialización del sotol”	Docente	FECA	Comercio
54	14/Ago./10	Ejemplo de perseverancia	Externo	Empresa	Valores
55	28/Ago./10	“Calidad en la educación - acreditación”	Docente	FECA	Actividades Docentes
56	4/Sep./10	“Empleo y competitividad”	Externo	UNAM	Economía
57	11/Sep./10	“Alumnos de movilidad”	Docente	FECA	Actividades Docentes
58	18/Sep./10	“Centro de idiomas”	Docente	FECA	Actividades Docentes
59	25/Sep./10	“Comercio electrónico”	Docente	FECA	Comercio
60	23/Oct./10	“Aniversario colegio de contadores”	Externo	Colegio	Valores
61	6/Nov./10	“Perspectivas económicas 2011”	Externo	Empresa	Economía
62	13/Nov./10	“Cultura organizacional”	Docente	FECA	Administración
63	20/Nov./10	“Transformando con creatividad”	Docente	FECA	Valores
64	27/Nov./10	“Facturación electrónica”	Docente	FECA	Fiscal
65	11/Dic./10	“Ausentismo laboral”	Docente	FECA	Administración
66	18/Dic./10	“Responsabilidad social”	Externo	Empresa	Administración

#	Fecha	Tema	Invitado	Sector	Área
67	08-ene-11	“Riesgo país”	Docente	FECA	Finanzas
68	15-ene-11	“Centro de desarrollo empresarial”	Docente	FECA	Actividades Docentes
69	22-ene-11	“Bienes raíces”	Externo	Empresa	Finanzas
70	29-ene-11	“El abstencionismo electoral”	Docente	FECA	Mercadotecnia
71	5/Feb./11	“Educación financiera”	Externo	Gobierno	Finanzas
72	12/Feb./11	“Alianzas estratégicas”	Docente	FECA	Administración
73	19/Feb./11	“La competitividad”	Externo	UNAM	Administración
74	26/Feb./11	“La gestión del conocimiento”	Docente	FECA	Administración
75	05-mar-11	“Las redes sociales”	Docente	FECA	Valores
76	12-mar-11	“Estudios de género”	Docente	FECA	Administración
77	19-mar-11	“Calidad educativa”	Docente	FECA	Actividades Docentes
78	26-mar-11	“Facturación electrónica”	Docente	FECA	Fiscal
79	2/Abr./11	“Síndrome de agotamiento laboral”	Docente	FECA	Administración
80	9/Abr./11	“Responsabilidad social”	Docente	FECA	Administración
81	16/Abr./11	“Maratón de mercadotecnia”	Alumnos	FECA	Actividades Docentes
82	23-abr-11	“Maratón de finanzas”	Alumnos	FECA	Actividades Docentes
83	30/Abr./11	“Economía y política del Perú”	Externo	Empresa	Economía
84	07-may-11	“Retos del comercio en Durango”	Externo	Empresa	Comercio
85	21-may-11	“Análisis económico”	Docente	FECA	Economía
86	28-may-11	“Trayectoria profesional”	Docente	FECA	Valores
87	4/Jun./11	“Gestión del conocimiento; 2ª parte”	Docente	FECA	Administración
88	11/Jun./11	“México hoy: perspectivas”	Docente	FECA	Economía
89	18/Jun./11	“Outsourcing laboral”	Docente	FECA	Laboral
90	25/Jun./11	“Beneficios de tutorías”	Docente	FECA	Actividades Docentes
91	09-jul-11	“Dinero y economía”	Docente	FECA	Economía
92	16/Jul./11	“Pasión por la profesión”	Ex Alumno	FECA	Valores
93	23/Jul./11	“El dictamen fiscal”	Externo	Empresa	Fiscal
94	6/Ago./11	“Habilidades directivas”	Docente	FECA	Administración
95	20/Ago./11	“El Pensamiento estratégico”	Docente	FECA	Administración
96	27/Ago./11	“Aula poeta”	Externo	Gobierno	Administración
97	3/Sep./11	“La negociación”	Externo	UNAM	Administración
98	10/Sep./11	“Finanzas personales”	Externo	Empresa	Finanzas
99	24/Sep./11	“Programación neurolingüística”	Externo	UNAM	Mercadotecnia
100	1/Oct./11	“IMEF universitario”	Alumnos	FECA	Finanzas
101	8/Oct./11	“Mercado financiero: Indicadores”	Externo	UNAM	Finanzas
102	15/Oct./11	“Tarjetas de crédito”	Externo	Empresa	Finanzas

#	Fecha	Tema	Invitado	Sector	Área
103	22/Oct./11	“Economía del conocimiento”	Externo	UNAM	Economía
104	29/Oct./11	“Resultados del gobierno del Perú”	Externo	Empresa	Economía
105	5/Nov./11	“Desarrollo integral de la juventud”	Externo	Gobierno	Valores
106	19/Nov./11	Pensamiento complejo	Docente	FECA	Administración
107	3/Dic./11	“Multiculturalidad”	Externo	Empresa	Valores
108	17/Dic./11	Cohesión social	Docente	FECA	Administración
109	07-ene-12	Proceso de mejora personal	Docente	FECA	Valores
110	14-ene-12	ONG’s	Docente	FECA	Administración