

**ANÁLISIS DE COMPETENCIA DEL PROGRAMA FINANZAS Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES DE LA CORPORACION UNIVERSITARIA  
TECNOLOGICA DE BOLIVAR EN CARTAGENA**

**ANGELA MEJIA VANEGAS**

**XIMENA ABELLO CARVAJAL**

**ESCUELA DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**PROGRAMA DE MINOR**

**CARTAGENA DE INDIAS D. T. y C.**

**2003**

**ANÁLISIS DE COMPETENCIA DEL PROGRAMA FINANZAS Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES DE LA CORPORACION UNIVERSITARIA  
TECNOLOGICA DE BOLIVAR EN CARTAGENA**

**ANGELA MEJIA VANEGAS**

**XIMENA ABELLO CARVAJAL**

**Monografía presentada como requisito  
para optar al título de Administradoras de Empresas**

**Director**

**MARCELA CARVAJALES**

**CORPORACION UNIVERSITARIA TECNOLOGICA DE BOLIVAR  
ESCUELA DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA DE MINOR  
CARTAGENA DE INDIAS D. T. y C.**

**2003**

Cartagena, 17 de Junio de 2003

**Señores**

**DIRECCION DE INVESTIGACIONES**

Escuela de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Minor

CUTB

La Ciudad

Cordialmente nos dirigimos a ustedes con el objeto de informarles que hemos terminado la elaboración de la monografía titulada: **“ANÁLISIS DE COMPETENCIA DEL PROGRAMA FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA CORPORACION UNIVERSITARIA TECNOLOGICA DE BOLIVAR EN CARTAGENA”**; por tanto, lo presentamos a su consideración y estudio como requisito parcial para optar el título de Administradoras de Empresas.

Atentamente,

---

**ANGELA MEJIA VANEGAS**

---

**XIMENA ABELLO CARVAJAL**

Cartagena, 17 de Junio de 2003

Señores

**DIRECCION DE INVESTIGACIONES**

Escuela de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Minor

CUTB

La Ciudad

Respetados señores:

Mediante la presente les comunico que he realizado el seguimiento en calidad de Director del Trabajo de Grado titulado: **“ANÁLISIS DE COMPETENCIA DEL PROGRAMA FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA CORPORACION UNIVERSITARIA TECNOLOGICA DE BOLIVAR EN CARTAGENA”**, elaborado por las estudiantes **ANGELA MEJIA VANEGAS** y **XIMENA ABELLO CARVAJAL**.

Considero que reúne los requisitos metodológicos necesarios que exige la Universidad Tecnológica para este tipo de investigaciones.

Cordialmente,

---

**MARCELA CARVAJALES**

Nota de aceptación

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

Cartagena, 17 de Junio de 2.003

## CONTENIDO

	<b>Pág,</b>
<b>INTRODUCCION</b>	
<b>1. ASPECTOS GENERALES DEL PROGRAMA FINANZAS Y 3 NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA TECNOLOGICA DE BOLIVAR</b>	<b>3</b>
<b>1.1 ASPECTOS GENERALES DE LA INSTITUCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>1.1.1 Naturaleza jurídica y carácter académico</b>	<b>3</b>
<b>1.1.2 Reseña histórica de la tecnológica de Bolívar</b>	<b>3</b>
<b>1.2 VISIÓN INSTITUCIONAL</b>	<b>4</b>
<b>1.3 MISIÓN INSTITUCIONAL</b>	<b>5</b>
<b>1.4 ESTRUCTURA</b>	<b>6</b>
<b>1.5 PLAN ESTRATÉGICO DEL 2002</b>	<b>6</b>
<b>1.5.1 Estrategias diferenciales</b>	<b>6</b>
<b>1.5.2 Afirmación del carácter de la Institución</b>	<b>7</b>
<b>1.5.3 Cobertura y tamaño</b>	<b>8</b>
<b>1.5.4 Fuentes de Financiación</b>	<b>8</b>
<b>1.5.5 Infraestructura</b>	<b>8</b>
<b>1.5.6 Organización, administración y gestión</b>	<b>9</b>
<b>1.5.7 Flexibilización curricular</b>	<b>9</b>
<b>1.5.8 Internacionalización</b>	<b>10</b>
<b>1.5.9 Universidad Empresa</b>	<b>11</b>
<b>1.5.10 Universidad Sociedad</b>	<b>11</b>

<b>1.5.11 Mapa Estratégico. 1. Mapa estratégico de la Tecnológica</b>	<b>12</b>
<b>1.6 CONVENIOS NACIONALES E INTERNACIONALES</b>	<b>12</b>
<b>1.7 EL PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES</b>	<b>13</b>
<b>1.7.1 Naturaleza del programa</b>	<b>13</b>
<b>1.7.2 Objetivos del programa</b>	<b>13</b>
<b>1.7.3 Perfil ocupacional</b>	<b>13</b>
<b>1.7.4 Capacidades que adquiere</b>	<b>14</b>
<b>1.7.5 Evolución de la población estudiantil</b>	<b>15</b>
<b>1.7.6 Aspectos generales del programa</b>	<b>15</b>
<b>2. ANALISIS DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES DEL PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA TECNOLOGICA DE BOLIVAR</b>	<b>17</b>
<b>2.1 IDENTIFICACION DE LOS COMPETIDORES DEL PROGRAMA</b>	<b>17</b>
<b>2.1.1 Universidad Jorge Tadeo Lozano</b>	<b>18</b>
<b>2.1.2 Corporación de Educación Superior IAFIC</b>	<b>19</b>
<b>2.1.3 Universidad Antonio Nariño</b>	<b>21</b>
<b>2.2 FACTORES DETERMINANTES DE LA DEMANDA DE EDUCACION SUPERIOR</b>	<b>22</b>
<b>2.3 ANÁLISIS DE LOS PLANES DE ESTUDIO</b>	<b>28</b>
<b>3. ANÁLISIS DE COMPETENCIA DEL PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA TECNOLOGICA</b>	<b>34</b>
<b>3.1 PRINCIPALES ATRIBUTOS PARA ELEGIR LA INSTITUCIÓN</b>	<b>34</b>
<b>3.2 CONOCIMIENTOS DEL PLAN DE ESTUDIO</b>	<b>35</b>
<b>3.3 CONOCIMIENTO DE LA INFORMACIÓN QUE SE PUEDE OBTENER DEL PLAN DE ESTUDIO</b>	<b>36</b>
<b>3.4 CONOCIMIENTO ACERCA DEL PERFIL PROFESIONAL QUE QUIERE LA UNIVERSIDAD</b>	<b>37</b>

<b>3.5 CONGRUENCIA ENTRE ASIGNATURAS Y PERFIL PROFESIONAL</b>	<b>38</b>
<b>3.6 CONOCIMIENTO DE LA MISIÓN Y VISIÓN</b>	<b>39</b>
<b>3.7 CONGRUENCIA ENTRE LA MISIÓN Y VISIÓN Y EL PLAN DE ESTUDIOS</b>	<b>40</b>
<b>3.8 ATENCIÓN ACADÉMICA DE LOS PROFESORES FUERA DEL AULA DE CLASES</b>	<b>42</b>
<b>3.9 METODOLOGÍA UTILIZADA POR LOS PROFESORES</b>	<b>43</b>
<b>3.10 CALIDAD DE LOS RECURSOS</b>	<b>44</b>
<b>4. ANÁLISIS DOFA DEL PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR</b>	<b>49</b>
<b>4.1 FORTALEZAS</b>	<b>49</b>
<b>4.2 DEBILIDADES</b>	<b>50</b>
<b>4.3 AMENAZAS</b>	<b>51</b>
<b>4.4 OPORTUNIDADES</b>	<b>53</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>55</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>59</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	

## LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Conocimiento que tienen los alumnos del plan de estudio del programa.	35
Gráfica 2. Conocimiento que tiene el estudiante sobre la información que se puede obtener del plan de estudio al consultarlo.	36
Gráfica 3. Conocimiento que tienen los estudiantes acerca del perfil profesional que quiere la Universidad para el respectivo programa.	37
Gráfica 4. Grado de congruencia entre las asignaturas del programa académico y su perfil profesional.	38
Gráfica 5. Conocimiento de la visión y Misión de la Facultad por parte de los estudiantes.	40
Gráfica 6. Correspondencia entre la Misión y Visión de la Facultad con el plan de estudios del programa .	41
Gráfica 7. La metodología utilizada por los profesores en las asignaturas le parece la más adecuada.	44

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Principales atributos tenidos en cuenta al momento de elegir la universidad.	34
Tabla 2. Calificación que le dan los alumnos a los profesores con respecto a la atención académica brindada fuera del aula de clases.	42
Tabla 3. Calificación de los recursos con que cuenta el programa de Finanzas y Negocios Internacionales de la Tecnológica.	45
Tabla 4. Calificación de los recursos con que cuenta el programa de Administración de Comercio Exterior de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.	46
Tabla 5. Calificación de los recursos con que cuenta el programa de Comercio Internacional y Legislación Aduanera de IAFIC.	47
Tabla 6. Calificación de los recursos con que cuenta el programa de Comercio Internacional de la Universidad Antonio Nariño.	48



## RESUMEN

**1. Título:** ANÁLISIS DE COMPETENCIA DEL PROGRAMA FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA CORPORACION UNIVERSITARIA TECNOLOGICA DE BOLIVAR EN CARTAGENA.

**2. Autor:** ANGELA MEJIA VANEGAS y XIMENA ABELLO CARVAJAL.

**3. Objetivo general:** Analizar la competencia del programa Finanzas y Negocios Internacionales que ofrece actualmente la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar para identificar oportunidades de explotar alternativas y hacer mejoras innovadoras al producto.

**4. Metodología:** Se trata de una investigación de carácter eminentemente descriptivo-analítico debido a que se describen los rasgos más importantes para las universidades que ofrecen programas relacionados con el comercio exterior y los negocios internacionales tales como el pensum, calidad de los docentes, disponibilidad de recursos, proyección de la carrera y servicio al cliente, entre otros aspectos.

**5. Resultados:**

- 1) El plan de estudios del programa Finanzas y Negocios Internacionales necesita ser revaluado con el fin de que la formación que se imparta a los estudiantes contribuya a la practicidad de los conocimientos administrativos y al desarrollo de mayores competencias relacionadas con los negocios internacionales.
- 2) En general, los factores que más atraen clientes o interesados en estudiar Finanzas y Negocios Internacionales en la Tecnológica y que sobresalen por encima de la competencia están la calidad de su contenido académico, el perfil de los profesores y la tecnología con la que se combina el método de enseñanza-aprendizaje.

- 3) Se resalta el esfuerzo de las universidades para renovar los métodos de enseñanza - aprendizaje y destacar el papel de la docencia en los programas de comercio exterior y negocios internacionales.
- 4) El programa adolece de suficientes recursos tecnológicos que faciliten la utilización de herramientas prácticas relacionadas con el aprendizaje en diversas áreas de la Finanzas y Negocios Internacionales por parte de los estudiantes durante el desarrollo de su proceso de formación. Esto hace que el programa se encuentre en desventaja frente a otras instituciones como la Jorge Tadeo Lozano.
- 5) El área de Prácticas Empresariales debe mejorar sus relaciones con el sector empresarial, aumentando su cobertura. Esto con el fin de brindar mas oportunidades a los estudiantes para realizar sus prácticas y de esta manera proyectar al mercado laboral las potencialidades académicas y administrativas de estos. Por otra parte el programa debe procurar en lo posible que las empresas en donde se desempeñan los practicantes los vinculen laboralmente.
- 6) Existen docentes del programa que implementan una metodología poco práctica en la enseñanza de sus asignaturas, otros que evidencian falencias de tipo pedagógico para transmitir sus conocimientos a los estudiantes y otros que no se actualizan.

**6. Director:** MARCELA CARVAJALES.

## **INTRODUCCION**

El proceso de globalización e internacionalización de la economía y las innovaciones científicas y tecnológicas permanentes han propiciado cambios no solamente en la producción y distribución de bienes y servicios en las empresas que desean ser competitivas, sino también nuevas exigencias de capacitación para su recurso humano, el cual debe estar permanentemente a la vanguardia del conocimiento y la información para ser más productivo. En este sentido consciente de que actualmente se requiere un capital humano altamente capacitado y competente en el comercio exterior y los negocios internacionales, la Tecnológica de Bolívar creó en el año 2001 el programa de Finanzas y Negocios Internacionales como respuesta a esta necesidad.

Siendo esta carrera joven y enfrentada a la competencia de otros programas similares tiene exigencias que se constituyen en un reto y desafío a la capacidad para innovar en los servicios, calidad académica, perfil profesional, plan de estudios y otros aspectos que a su vez representan buscar continuamente formas para aplicar el conocimiento y la información como herramienta indispensable en aras de lograr la eficiencia en la formación profesional y vinculación laboral.

En este contexto, el objetivo del presente estudio es analizar la competencia del programa Finanzas y Negocios Internacionales que ofrece actualmente la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar para identificar oportunidades de explotar alternativas y hacer mejoras innovadoras al producto. Por tanto, en este sentido se

describen el comportamiento de variables importantes para el programa tales como calidad, pensum, docentes y servicio al cliente, entre otros aspectos.

El trabajo se divide en los siguientes capítulos: En el primer capítulo se plantean las generalidades del Programa Finanzas y Negocios Internacionales; en el segundo capítulo se identifican y analizan las universidades de Cartagena que actualmente son competidores de programas relacionados con el Comercio Exterior y los Negocios Internacionales. En el tercer capítulo se realiza un análisis DOFA para el programa de Finanzas y Negocios Internacionales de la Tecnológica de Bolívar. En el cuarto capítulo se realizan las recomendaciones pertinentes, con base en los datos arrojados por el estudio. Por último, se plantean las conclusiones del estudio.

# **1. ASPECTOS GENERALES DEL PROGRAMA FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR**

## **1.6 ASPECTOS GENERALES DE LA INSTITUCIÓN**

**1.1.1 Naturaleza jurídica y carácter académico.** La Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar tiene personería jurídica de Educación Superior, de derecho privado, con autonomía administrativa y patrimonio independiente, de utilidad común, sin ánimo de lucro y organizada como Corporación reconocida por la Gobernación de Bolívar mediante la Resolución No. 0961 de 1970. En la actualidad las instalaciones físicas se encuentran localizadas en el Km. 1 de la vía a ternera y en el Barrio Manga en la Calle del Bouquet No. 25 – 92.

**1.1.2 Reseña histórica de la tecnológica de Bolívar.** La Tecnológica de Bolívar se originó el 5 de agosto de 1.970, con Acta de Resolución 0961. Surge como respuesta a la necesidad de crear una institución universitaria privada que respondiera al creciente desarrollo de la Costa. Para ese año inició labores bajo la rectoría de Eduardo Lemaitre. Posteriormente, en el año de 1.975 los gremios cartageneros se comprometieron con la tarea de dirigir la reciente institución de educación superior. Es así como desde entonces la Andi, Camacol, la Cámara de Comercio de Cartagena y Fenalco dirigen la Tecnológica con la misión de buscar desarrollo docente, investigativo, científico y social.

En la actualidad, la Tecnológica cuenta con dos sedes para atender la formación de profesionales en las áreas de ingeniería, administración y ciencias sociales y tecnológicas. Además, ofrece posgrados y programas de educación permanente como: diplomados, seminarios y cursos de actualización y capacitación que responden a las exigencias del mercado ocupacional. La Tecnológica de Bolívar se ha consolidado como uno de los principales centros de educación superior y pionera en los programas de posgrados y educación permanente en la región. Su principal prioridad es trabajar para que la teoría se haga práctica y que los conocimientos se reviertan en el bienestar de la comunidad y el desarrollo de la industria cartagenera.

## **1.7 VISIÓN INSTITUCIONAL**

*“NOS VEMOS en el año 2006, reconocidos Institucionalmente como Universidad, con una alta capacidad de Convocatoria y credibilidad académica y social, vinculada estrechamente con los sectores empresariales y el desarrollo estratégico de la ciudad.*

*NOS VEMOS como una Institución líder, con vocación empresarial global.*

*NOS VEMOS como actores en los procesos de transformación social de nuestro entorno.*

*NOS VEMOS consolidando un núcleo de profesores, con altas calificaciones académicas, conformando redes de investigadores en temas prioritarios y relevantes para las empresas y el desarrollo social.*

*NOS VEMOS ampliando la cobertura, atrayendo y facilitando el acceso a los más capaces (talentos), formando una nueva clase dirigente generadora de sus propias oportunidades de trabajo, acorde con nuestra orientación empresarial. NOS VEMOS vinculando activamente a la dinámica institucional a nuestros egresados y padres de familia.*

*NOS VEMOS consolidando Alianzas con el sector productivo en una relación de aprendizajes mutuos, contribuyendo en la consolidación de las ventajas competitivas de las empresas...*

*NOS VEMOS vinculados a la comunidad Internacional, desarrollando convenios y asociaciones que aseguren nuestra inserción en la comunidad Global.*

*NOS VEMOS consolidando y diversificando la fuente de los Ingresos como condición para la sostenibilidad Institucional y como el camino para lograr el desarrollo académico, la disponibilidad de medios para el aprendizaje, el desarrollo tecnológico, la previsión del riesgo y para cumplir la responsabilidad social que nos corresponde como ciudadanos corporativos”.*

### **1.3 MISIÓN INSTITUCIONAL**

*“SOMOS una Institución de formación e investigación, con vocación empresarial, donde la comunidad académica -estudiantes y profesores-, los empresarios y la sociedad, encuentran el escenario adecuado para compartir un proyecto educativo*

*crítico, flexible y global, a través del cual aprenden a Conocer, Hacer, Convivir y Ser, dentro de altas exigencias académicas y con un sentido de responsabilidad social conducente al mejoramiento de la calidad de vida de nuestra ciudad y del Caribe.”*

## **1.4 ESTRUCTURA**

La Estructura Orgánica de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar se distribuye por dependencias que realizan procesos y funciones bien definidos y una Dirección General que es el área responsable de la orientación del desarrollo y operación académica y administrativa de la misma, a través de la definición, evaluación y control de objetivos, políticas, estrategias, normas e instrucciones generales.

## **1.5 PLAN ESTRATÉGICO DEL 2002**

### **1.5.1 Estrategias diferenciales.**

- El mejor proyecto educativo de la región Caribe.
- Una institución con capacidad de convocatoria.
- Un Núcleo Crítico de Profesores con presencia activa en la comunidad académica, investigativa y en el sector Empresarial.

- Vocación empresarial, con alta vinculación con la Empresa, la Ciudad y la comunidad nacional e internacional.
- La mejor infraestructura tecnológica en la región.
- Ampliación de la cobertura hacia los más capaces, independientemente de su clase o estrato social.
- La Internacionalización (Comunidad Académica Bilingüe y Global).

#### **1.5.2 Afirmación del carácter de la Institución**

- Reposicionamiento de la Imagen Corporativa.
- Reconocimiento como Universidad.
- Cultura de la Calidad y la Excelencia.
- Estrecha vinculación con los egresados.

### **1.5.3 Cobertura y tamaño.**

- La población objetivo serán los estudiantes más capaces (talentos) independientemente de su nivel socio económico, tanto en el ámbito local como regional.
- Diversificación de la oferta educativa y revisión de la oferta actual.

### **1.5.6 Fuentes de Financiación.**

- Fundraising.
- Ingresos por servicios.
- Eficiencia y Eficacia organizacional. Productividad interna.
- Fondo de Contingencias.

### **1.5.5 Infraestructura**

- Mejoramiento del hábitat del campus.
- Ampliación y Modernización de infraestructura tecnológica.

- Desarrollo de la Biblioteca.
- Fortalecimiento de la conectividad y de la plataforma computacional y de redes.

#### **1.5.9 Organización, administración y gestión.**

- Revisión de la organización y funcionamiento del Consejo Superior.
- Revisión de la estructura organizacional interna para hacerla acorde a la nueva estrategia.
- Organización plana, flexible, empoderada y ágil.
- Gestión orientada a los resultados.
- Sistema integral de medición de Gestión.

#### **1.5.7 Flexibilización curricular.**

- Revisión del Proyecto Educativo Institucional.
- Flexibilización: Curricular, Pedagógica. Presencialidad VS Desescolarización.
- Desarrollo de S.A.V.I.O.

- Cátedra de Negocios en un entorno global.
- Opciones.
- Oferta educativa independiente de jornadas.

#### **1.5.8 Internacionalización.**

- Formar profesionales para el mundo, así laboren localmente. Su ambiente tiene que ser global, así su discurrir ocurra en un espacio geográfico limitado.
- Cultura Bilingüe.
- Internacionalización del ambiente académico: Programas, docentes, estudiantes, relaciones
- Profesorado con vocación de clase mundial:
- Desarrollo de las líneas de investigación.

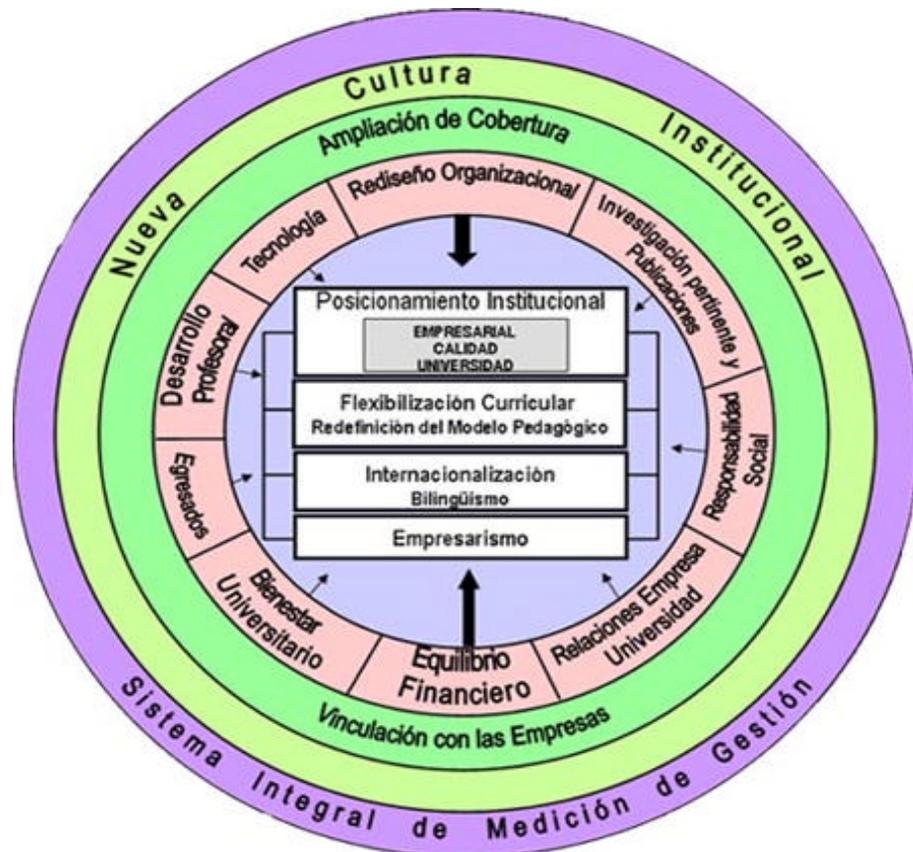
#### **1.5.10 Universidad Empresa.**

- La Vocación Empresarial es una estrategia diferencial distintiva de La Tecnológica. La institución: indispensable para el sector empresarial. El sector empresarial: condición necesaria para la consolidación institucional
- Relación generadora de valor para ambos
- Cultura y vocación de servicio al cliente.

### **1.7.7 Universidad Sociedad.**

- La Tecnológica es un *Ciudadano Corporativo*. Por lo tanto tiene obligaciones que cumplir en el cambio de su entorno social. Objetivos: El mejoramiento de la calidad de vida.
- Conservación del medio ambiente. Paz y convivencia ciudadana. Desmarginalización.
- Los Estudiantes: Actores involucrados en la comprensión de nuestras realidades sociales y en la aplicación de sus disciplinas hacia el mejoramiento de la calidad de vida.

### **1.5.11 Mapa Estratégico. Ver figura 1.**



**Figura 1. Mapa estratégico de la Tecnológica.**

## **1.8 CONVENIOS NACIONALES E INTERNACIONALES**

Con el propósito de mantenerse en el contexto de la realidad universitaria, la Tecnológica tiene relaciones interinstitucionales por medio de convenios académicos con las siguientes instituciones: Centro de Investigaciones Oceanográficas e Hidrográficas, Universidad de los Andes, Universidad del Norte, Universidad Industrial de Santander, Universidad Pontificia Bolivariana, Universidad de Antioquia, Escuela de Administración de Negocios, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (México), Universidad de Cienfuegos (Cuba) y Universidad de Houston (USA).

## **1.7 EL PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**1.7.1 Naturaleza del programa.** La corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar, consciente con su misión institucional y de acuerdo con la estructura académica del programa Finanzas y Negocios Internacionales está empeñada en formar profesionales integrales, con una amplia visión del mundo de los negocios, capaz de transformar las organizaciones locales en organizaciones con perspectivas y desenvolverse hábilmente en las negociaciones y actividades financieras del orden nacional e internacional.

**1.7.2 Objetivos del programa.** En consecuencia con lo anterior, el plan de estudios de Finanzas y Negocios Internacionales de la Tecnológica, tiene los siguientes objetivos específicos:

- Fomentar el desarrollo de una visión y una mentalidad estratégica e innovadora con énfasis en la proactividad.
- Desarrollar habilidades de análisis del entorno económico, político, tecnológico y social en que se mueven las organizaciones mundiales.
- Brindar al estudiante las herramientas conceptuales y materiales para determinar, operar y difundir los cambios organizacionales conducentes a insertar el país en la economía global.

**1.7.3 Perfil ocupacional.** El egresado de la carrera Finanzas y Negocios Internacionales,

será un profesional capacitado para entender, comprender e interactuar en el contexto de la globalización de las organizaciones, participando en el diagnóstico, la planeación y desarrollo financiero, tratando a través de la óptima administración de los recursos proyectar su negocio con una visión internacional. Además, será capaz de comprender y adaptarse a las diferentes culturas, como herramientas para desarrollar negocios en cualquier ámbito geográfico, conociendo su historia y aprovechando las experiencias que este le brinde en beneficio del desarrollo de la organización que represente.

**1.7.4 Capacidades que adquiere.** En síntesis el egresado de la carrera Finanzas y Negocios Internacionales será un profesional capacitado para:

- Comprender el contexto global de las organizaciones de negocios.
- Evaluar objetivamente las situaciones cambiantes del entorno y los efectos sobre la organización, para tomar decisiones.
- Comprender y respetar las diferentes culturas, buscando formas adaptativas para operar en ellas.
- Conocer la historia mundial y aprovechar las experiencias que ella brinde, en beneficio del futuro de la organización que administra.
- Adelantar procesos de negociación entre organizaciones y ante organismos internacionales.

- Investigar y generar alternativas de solución a los problemas del desarrollo.

**1.7.5 Evolución de la población estudiantil.** Como se puede apreciar en el cuadro 1, la dinámica de matriculados en el programa aumentó de 41 estudiantes en el primer semestre del 2001 a 211 estudiantes en el segundo semestre de 2002.

**Cuadro 1. Población Estudiantil del programa Finanzas y Negocios Internacionales matriculados 1P 2001- 2P 2002.**

2001		2002	
1P	2P	1P	2P
41	88	148	211

Fuente: Tecnológica de Bolívar – Programa de Finanzas y Negocios Internacionales.

**1.7.6 Aspectos generales del programa.**

- ✓ **Nombre del programa:** Finanzas y Negocios Internacionales.
- ✓ **Modalidad educativa:** Formación académica en profesiones.
- ✓ **Título que se otorga:** Profesional en finanzas y Negocios Internacionales.
- ✓ **Tipo de jornada en que se cursa:** Diurna.
- ✓ **Duración:** IX semestres.

✓ **Valor de la matrícula:** \$2.048.000.

✓ **Forma de escolaridad del programa:** presencial del estudiante.

✓ **Requisitos para optar al título:**

1. Cumplir a satisfacción todas las exigencias que establece el plan de estudios vigente.
2. Haber aprobado el examen de suficiencia en inglés por grado.
3. Promedio ponderado acumulado igual o superior a 3.40.
4. Aprobación del Consejo académico.
5. Presentarse a la ceremonia de grado en la fecha y hora establecida por la Tecnológica.

## **2. ANALISIS DE LOS PRINCIPALES COMPETIDORES DEL PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA TECNOLÓGICA DE BOLIVAR**

Para tener un acercamiento a las fortalezas y debilidades que pueda tener el programa de Finanzas y Negocios Internacionales de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar en relación con la competencia que existe entre las universidades que ofrecen programas similares en la ciudad de Cartagena fue necesario efectuar una serie de preguntas tanto a los directivos de estos programas de las respectivas instituciones, como a los estudiantes, con el fin de obtener información respecto a factores que determinan el posicionamiento del programa en la elección de los demandantes de este tipo de carreras. Se tuvieron en cuenta principalmente aspectos relacionados con la calidad de los profesores, los programas, facilidades de pago, infraestructura, tecnología, publicidad, servicio, entre otros, que miden la situación de este programa frente a su competencia directa.

### **2.1 IDENTIFICACION DE LOS COMPETIDORES DEL PROGRAMA**

Para este análisis se tendrá en cuenta que los competidores locales directos para el programa de Finanzas y Negocios Internacionales de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar son básicamente:

1. Universidad Jorge Tadeo Lozano Seccional del Caribe con el programa profesional “Administración de Comercio Exterior”.
2. Instituto de Administración y Finanzas de Cartagena –IAFIC- con el programa técnico “Comercio Internacional y Legislación Aduanera”.
3. Universidad Antonio Nariño, con el programa profesional “Comercio Internacional”.

**2.1.1 Universidad Jorge Tadeo Lozano.** El programa académico que forma esta universidad es el de Administración de Comercio Exterior, el cual está diseñado para atender las necesidades de los estudiantes interesados en los negocios internacionales. Su principal objetivo es formar profesionales con competencias para crear y desarrollar estrategias que permitan incrementar de manera sostenible las exportaciones colombianas, aprovechando las ventajas competitivas y las oportunidades que ofrecen la globalización e internacionalización de los mercados.

El programa tiene una duración de X semestres y el valor de la matrícula en el primer semestre del 2003 fue de \$2'123.000 el semestre. Al respecto cabe anotar que la Universidad Jorge Tadeo Lozano cuenta con un departamento de crédito y de asesoría que brinda asistencia financiera a las personas interesadas en el programa, para lo cual ha establecido convenios con entidades tales como: FES –Compañía de Financiamiento Comercial, Bancafé, BBV-Banco Ganadero y el Banco Santander.

Cabe decir que, de acuerdo con sus estatutos, el objetivo primordial de la Universidad es promover el crecimiento y la incorporación de sus alumnos a los beneficios del desarrollo artístico, científico y tecnológico, para lo cual adecua la prestación de un servicio que satisfaga estas necesidades.

Los docentes para este programa son cuidadosamente seleccionados mediante una serie de requisitos establecidos por la universidad que deben cumplir y que exigen una preparación mínima equivalente al programa que van a desarrollar, preferiblemente con magíster y con especializaciones en el campo respectivo, ésta planta de personal en su gran mayoría proviene directamente de Bogotá, su sede principal, y de países como España y Cuba.

En lo que se refiere a la dotación de aulas e infraestructura física la universidad cuenta con salones independientes a los de pregrado con aire central, con todos los apoyos y recursos audiovisuales y una sala de informática con una dotación de 30 computadoras y conexión a internet, actualmente cuenta con un aula múltiple diseñada para convertirse en salón virtual.

**2.1.2 Corporación de Educación Superior IAFIC.** El programa que ofrece IAFIC es “Comercio Internacional y Legislación Aduanera”. Este tiene un carácter de formación técnica y su objetivo es formar profesionales con habilidades y conocimientos en importaciones exportaciones y otras áreas relacionadas con el Comercio Internacional. Tiene una duración de VI semestres y el valor de la matrícula en el primer semestre del

2003 fue de \$715.000 por semestre, siendo esta la opción más económica del mercado, aunque su formación es técnica como se mencionó anteriormente.

Su perfil profesional guarda relación con el hecho de que la apertura económica, la internacionalización y globalización de los productos y mercados hace indispensable contar en Colombia con profesionales idóneamente preparados para afrontar con éxito la demanda de servicios en los campos aduaneros de exportaciones e importaciones, zonas francas, puertos marítimos y aéreos, muelles de empresas privadas y públicas, agencias de aduanas y almacenes de depósito. Ante estas posibilidades laborales, en un mercado de tales proyecciones IAFIC contribuye con el desarrollo de la nación formando los profesionales que se requieren para satisfacer esta real demanda.

Los egresados de Comercio Internacional y Legislación Aduanera pueden encontrar el siguiente campo laboral:

- ✓ Gerenciar agencias de aduanas.
  
- ✓ Jefes de importaciones y exportaciones.
  
- ✓ Jefes de liquidación de impuestos.
  
- ✓ Gerentes de puertos marítimos y aéreos.
  
- ✓ Gerente de almacén de depósito

- ✓ Crear su propia empresa

**2.1.3 Universidad Antonio Nariño.** Esta institución ofrece el programa de “Comercio Internacional”, el cual responde también a los retos que implica la internacionalización de la economía colombiana. Se propone formar profesionales con sensibilidad humana, éticamente orientados, altamente calificados y técnicamente competitivos, con espíritu de liderazgo, mentalidad global, autónomos, analíticos y críticos, capaces de responder con idoneidad a los desafíos y necesidades del contexto internacional dentro del cual les corresponde actuar. El valor de la matrícula en el primer semestre del 2003 fue de \$1.270.000 y la carrera tiene una duración de X semestres.

También tiene como objetivo participar en el desarrollo y consolidación de la misión y de la visión de la universidad, mediante la identificación de nuevas oportunidades de la economía mundial, el acceso a la educación superior y la oferta del programa de Comercio Internacional en diferentes espacios y regiones del país.

En cuanto al perfil ocupacional, se tiene que el profesional en Comercio Internacional de esta universidad estará en capacidad de:

- ✓ Desempeñarse en empresas del sector público y privado, en instituciones facilitadoras del comercio internacional, en el sector bancario y financiero (unidades de comercio exterior), en aduanas, almacenes generales de depósitos, sociedades de intermediación aduanera SIA y compañías asesoras.

- ✓ Asesorar y evaluar proyectos de exportación e importación.
  
- ✓ Crear y gerenciar su propia empresa.

## **2.2 FACTORES DETERMINANTES DE LA DEMANDA DE EDUCACION SUPERIOR**

Antes de describir los resultados del análisis de competencia de las universidades que ofrecen programas relacionados con el comercio exterior y los negocios internacionales, es necesario tener un referente de los factores que más atrae clientes o interesados en realizar programas de formación profesional. A continuación se analizan los principales:

◆ Buena infraestructura y planta física ya que el cliente exige mayor calidad en el servicio que recibe durante la asistencia al programa. Contar con los recursos bibliográficos y equipos más calificados y sofisticados para el desarrollo de las clases y la investigación para prestar un buen servicio son una variable que estudia la demanda potencial. Así mismo, un desarrollo eficiente de su proceso administrativo con el apoyo de suficientes computadoras, fax y todos los elementos que facilitan una gestión administrativa ágil. Contar con unos recursos físicos organizados de tal forma que permitan dictar las respectivas clases en aulas bien dotadas y con suficiente amplitud. El potencial que las nuevas tecnologías de comunicación e información proporcionan al ser humano y a la sociedad tienen que ver con la rapidez en el procesamiento de información con el manejo de grandes volúmenes de la misma, con el fácil acceso, disposición, intercambio y transformación de información.

◆ Actualización en el contenido del plan de estudio y coherencia con el área específica del conocimiento.

◆ Calidad de los docentes y exigencia en cuanto a su procedencia. Resulta importante mencionar, que para el éxito de los programas académicos y su demanda, la escogencia del mismo va a depender directamente del alto grado de calidad aportado por el equipo de profesores que conforman el cuerpo docente, por ello las universidades de la ciudad se han puesto en la labor de marcar la diferencia en el mercado a partir de la seriedad académica de los profesores que dictan los cursos, especializaciones o maestrías.

Los directivos del programa también comprenden que tiene que llevarse a cabo con la implantación de un proceso de enseñanza moderno que beneficie a todos los estudiantes y además, pueda proporcionar mejores elementos para el buen desempeño en sus trabajos. Se tiene claro, que cualesquiera sea el caso, la calidad es también responsabilidad de la forma como se desarrolla el programa dentro de las aulas, que finalmente será publicitado por los mismos estudiantes.

En consecuencia, las universidades que ofrecen programas relacionados con el comercio y los negocios internacionales buscan docentes que sean unos verdaderos motivadores y facilitadores de la creatividad, del pensamiento crítico y lógico, así como mediadores entre el conocimiento, la información y los aprendices. Ello exige una renovación intelectual continua del profesor, conocimientos pedagógicos, participación en grupos de estudio, seminarios interdisciplinarios, manifestaciones culturales, etc. En suma, la

calificación del cuerpo docente determina la escogencia entre distintos programas ofrecidos en diferentes universidades.

◆Reconocido prestigio de la Universidad que ofrece el programa. Dadas las condiciones de la demanda, en la actualidad otro factor que constituye la base del éxito del proceso de oferta no es solo el establecimiento adecuado de una buena política de mercadeo, que pueda definir con precisión lo esperado de los empleados o estudiantes de pregrado; así como también de la calidad y reconocimiento de los programas y servicios que se han brindado a los clientes en los distintos programas. La política de calidad debe ser reconocida en el mercado con la finalidad de que pueda ser aplicada como estrategia a las actividades de mercadeo del programa, igualmente deberá aplicarse a la calidad de los mismos o servicios que ofrece la Universidad. Para ello también es necesario que la universidad establezca claramente los estándares de calidad, y así poder cubrir todos los aspectos relacionados al sistema de calidad del programa que se ofrecen.

Para dar integralidad a la implantación de esta política, la universidad previamente con las investigaciones de mercadeo obtiene los conocimientos requeridos para conocer las exigencias de los clientes potenciales de sus programas, de esta manera puede lograr ofrecerles excelentes productos o servicios que puedan satisfacer o exceder las expectativas.

◆Tecnologías. Principalmente el potencial que las nuevas tecnologías de comunicación e información proporcionan al interesado es un atractivo y se convierte en un factor de

fortaleza para las universidades que tienen estas herramientas ya que facilita el procesamiento de información con el manejo de grandes bases de datos, con fácil acceso, disposición, intercambio y transformación de la misma. Las tecnologías de la información y la comunicación, las cuales se perfilan como un nuevo paradigma informático-telemático, el cual incorpora alguna de las ventajas de la multimedia e introduce nuevos elementos orientados a la enseñanza en la transmisión de información que atrae a la demanda. Además, su aplicación en los procesos de enseñanza-aprendizaje con un apoyo eficiente en el manejo de la información determinan estrategias de instrucción diferentes a las tradicionales clases magistrales con presencia directa.

◆Universidad Virtual. En referencia a este punto, universidades como la Tecnológica de Bolívar que han realizado importantes esfuerzos en el campo de la Educación Virtual, incorporando las nuevas tecnologías para prestar un mejor servicio a estudiantes y profesores, dándole un apoyo eficiente del material de información, de tal manera que éste sea de calidad, actualizado y oportuno genera en definitiva una importante fortaleza que busca y atrae la demanda de programas. Las ventajas de la utilización de una red telemática complementada con la tecnología multimedia son las siguientes:

1. Facilita el aprendizaje haciendo el proceso más motivante, práctico y agradable, ya que permite el uso de presentaciones multimedia así como la exploración de documentos y otros medios. Además, refuerza la capacidad de lectura, escritura y planteamiento y resolución de problemas.

2. Permite la recopilación de trabajos de docentes y autores que pueden ser compartidos. Igualmente, estimula el trabajo cooperativo entre profesores, alumnos y administradores que llevan a intereses y experiencias comunes.
3. Acceso para todos los miembros de la sociedad a una mayor cantidad de información actualizada y precisa desde y hacia cualquier punto del mundo. Permite acceso a fuentes de información primaria y facilita la localización de la información.
4. Incremento de la interacción en el proceso educativo con posibilidades de establecer un puente entre el hogar y la universidad, a través del cual profesores, directivos y familiares pueden revisar y discutir el progreso del alumno. La red interactiva le permite al profesor controlar; evaluar y guiar la actuación del estudiante, así como al estudiante obtener una retroalimentación cada vez que lo necesite.
5. Posibilidad de trabajo al ritmo individual y a un horario conveniente, sin importar su capacidad o incapacidad, ni su empleo o profesión.
6. Permite el adiestramiento del profesorado, alumnado en las tecnologías informáticas y de comunicación, con ventajas educativas y de preparación para el mundo laboral.

“ Inversión en la publicidad del programa que se ofrece para la presentación y estimulación de la futura demanda. El demandante necesita y exige estudiar en detalle el contenido académico del programa.

◆Diseño de nuevas estrategias para penetrar en cada uno de los segmentos del mercado que se quiere atender.

◆Innovación en los programas ofrecidos.

◆Convenios con institutos y Universidades nacionales y extranjeras.

◆Los precios de los programas ofrecidos y convenios con instituciones de financiación para facilidades de pago. Para los interesados es sumamente importante el precio que deben pagar, teniendo en cuenta si se ofrecen los mismos programas o programas similares en diferentes universidades. La demanda es exigente en las alternativas y facilidades de pago.

◆El empleo de estrategias comerciales basadas en marketing directo y telemarketing también es otro determinante de la demanda porque el cliente desea enterarse de los contenidos de los programas por la fuente directa que los ofrece. Además, este siente que es importante y que realmente se le está brindando lo que necesita.

◆Modelos de dirección que identifican la filosofía de la Universidad. Tener como sus ejes la "calidad" y la excelencia académica" experimentando nuevas formas de

aprendizaje y enseñanza. La búsqueda permanente de la excelencia mediante la creación de las condiciones académicas, administrativas y de identidad institucional, que garanticen la calidad de los procesos de formación y desarrollo integral de todos los estamentos de la universidad.

◆ Posicionamiento de la universidad. Es importante destacar que un programa de mejor calidad va a reflejar la captura de una mayor proporción del mercado. Es decir, se debe entender como calidad de la educación la interrelación entre planes de estudio actualizados y contenidos curriculares orientados a la metodología participativa. La demanda del mercado requiere garantizar la relevancia y competitividad de los graduados.

◆ Exigencia por alto nivel académico y de servicio eficiente.

◆ Cómodos horarios de clases que faciliten la asistencia de las personas con trabajos poco flexibles con el tiempo.

### **2.3 ANÁLISIS DE LOS PLANES DE EESTUDIO**

Como se puede observar en el cuadro de la siguiente página, los diferentes programas en las universidades analizadas hacen énfasis en el estudio de los factores tanto económico, político, legal y cultural que inciden en el comercio internacional. Además, se provee una introducción teórica a la administración de exportación e importación, incluyendo la distribución física internacional.

**Cuadro 1. Comparación de los contenidos básicos de los planes de estudio en los diferentes programas de las universidades objeto de estudio.**

<b>Programa</b> <b>Área</b>	<b>Finanzas y Negocios Internacionales (Tecnológica)</b>	<b>Administración de Comercio Exterior (U. Jorge Tadeo Lozano)</b>	<b>Comercio Internacional (U. Antonio Nariño)</b>	<b>Comercio Internacional y Legislación Aduanera (IAFIC)</b>
<b>Administrativa</b>	Procesos administrativos; Cátedra empresarismo I, II y III; Estrategias de negociación;	Administración básica; Juego gerencial; Electiva áreas administrativas;	Seminario de administración e innovación; Organización de empresas; Gerencia de empresas; casos empresariales, Gestión de negocios internacionales; Fenomenología de la empresa; Planeación comercial;	Administración I y II; Proyecto empresarial;
<b>Ciencias Básicas</b>	Matemáticas I, II, y III; Estadísticas I y II;	Matemáticas básicas; estadísticas I y II; Cálculo diferencial e integral;	Matemáticas I y II; Estadísticas I y II;	Matemática I;
<b>Contables</b>	Contabilidad general;	Contabilidad básica;	Contabilidad general; Práctica contable;	Contabilidad I y II;
<b>Costos y Presupuesto</b>	Contabilidad de costos;	Contabilidad de costos;	Costos, precios y cotizaciones internacionales;	Costos;
<b>Económica</b>	Fundamentos de economía; Introducción a las ciencias económicas y administrativas; Microeconomía I; Macroeconomía I; Economía Internacional;	Principios de economía; Microeconomía; Macroeconomía;	Economía básica; Microeconomía para el mercado mundial; Macroeconomía y comercio internacional; Política económica; Investigación económica; Economías abiertas; Teoría y política monetaria; Economía colombiana; Seminario de coyuntura económica; seminario sobre desarrollo e internacionalización; epistemología económica;	Principios de economía; Micro-macroeconomía; Geografía económica;
<b>Financiera</b>	Ingeniería económica; Finanzas I y II; Mercado de capitales; Finanzas internacionales;	Matemáticas financieras; Finanzas; Finanzas internacionales; Formulación y evaluación de proyectos; Electivas énfasis financiero;	Administración financiera; Finanzas internacionales; Formulación y evaluación de proyectos de exportación; Formulación y evaluación de proyectos de importación;	Matemáticas financieras; Evaluación de proyectos; Finanzas I;
<b>Humanidad</b>	Electiva humanidades I, II y III; Ética y profesionalismo; Filosofía; Habilidades del pensamiento; Expresión oral y escrita; Ambiente y desarrollo;	Expresión oral y escrita I y II; Historia del siglo XXI I y II; Literatura universal; Literatura colombiana;	Ética cívica y constitución nacional; Desarrollo humano y construcción social; Antropología y sociología contemporánea;	Humanidades;

<b>Programa</b> <b>Área</b>	<b>Finanzas y Negocios Internacionales (Tecnológica)</b>	<b>Administración de Comercio Exterior (U. Jorge Tadeo Lozano)</b>	<b>Comercio Internacional (U. Antonio Nariño)</b>	<b>Comercio Internacional y Legislación Aduanera (IAFIC)</b>
<b>Idiomas</b>		Inglés I –VII;	Inglés I –VI	Inglés técnico I, II y III;
<b>Informática</b>	Herramientas de informática;	Informática;	Computadores I y II; Redes de información; Sistemas de información en comercio internacional; Bases de datos;	Informática I;
<b>Jurídica</b>	Fundamentos de derecho; Derecho internacional; Constitución y civilidad; Derecho comercial internacional; Derecho aduanero y financiero;	Introducción al derecho; Derecho comercial; Derecho internacional;	Juridicidad extranjera; Legislación laboral y tributaria; Sociedades comerciales; Régimen de comercio internacional; Seguros;	Instituciones de comercio; Derecho comercial; Legislación aduanera;
<b>Mercadeo</b>	Fundamentos de mercadeo; Marketing internacional;	Fundamentos de mercadotecnia; Investigación de la mercadotecnia; Administración de la mercadotecnia; mercadotecnia internacional; Electivas énfasis mercadeo;	Fundamentos de mercadeo; Seminario mercados financieros internacionales; Estadísticas para estudios de mercado; Mercadeo internacional;	Mercadeo internacional;
<b>Metodología</b>	Seminario de investigación;	Investigación; Trabajo de grado;	Metodología;	Metodología de la investigación;
<b>Tecnología y Logística</b>	Logística y distribución física internacional;	Transporte y puertos; Logística de la distribución física internacional;	Transporte de empaque y embalaje;	Distribución física internac.; Transporte de puertos – seguros;:
<b>Específica de la Profesión</b>	Introducción a los negocios internacionales; Comercio exterior; Relaciones internacionales; Mercadotecnia internacional; Integración económica;	Aranceles; Teoría y políticas comerciales internacionales; gestión del comercio exterior; Cambios y cotizaciones internacionales; Banca y crédito internacional; Conceptos y técnicas en negocios internacionales; Acuerdos intern. de comercio; Negociación internacional;	Sector financiero y servicio comercio internacional; Gestión y monitoreo del proyecto de comercio internacional; Teorías básicas en negocios internacionales; Teoría neoclásica del comercio internacional; Importaciones; Exportaciones; Práctica internacional I y II; Instituciones facilitadoras del comercio internacional;	Teoría del comercio internac. I y II; Aranceles; Registro de importaciones; Registro de exportaciones; Zona franca; Creación SIA; Administración portuaria;

Fuente: Pensum de los planes de estudio de los programas objeto de estudio.

Así, a grandes rasgos se deduce de los planes de estudio el interés porque el estudiante conozca aspectos importantes para su carrera como:

- Proceso de internacionalización del país y de las empresas.
- Análisis de factores económicos.
- Análisis de riesgo político.
- Ambiente legal.
- Administración de las exportaciones e importaciones.
- Integración económica de las diferentes regiones del mundo.

De acuerdo con lo anterior, también se puede decir que la formación en estos programas se fundamenta en dos aspectos, la parte humanística, que incluye el estudio de la filosofía empresarial, la ética en los negocios y el liderazgo integral; y la empresarial, que incluye el estudio de la economía, las finanzas, la mercadotecnia, el entorno legal e internacional y las técnicas de la administración del comercio. Se percibe igualmente que estas universidades han seleccionado unos planes de estudio con asignaturas para desarrollar conocimientos relacionados con el idioma inglés e informática. Los programas también están diseñados para combinar el aprendizaje de los negocios internacionales con experiencia práctica de trabajo, por lo que tienen en el plan de estudio asignaturas de práctica empresarial.

La Tecnológica brinda a los estudiantes de finanzas y negocios Internacionales cuatro líneas de énfasis en sus carreras las cuales son:

➤ **RELACIONES INTERNACIONALES**

- Derecho Internacional Público.
- Cooperación Internacional.
- Estudio de Area en América.
- Estudio de Area en Europa y Asia.

➤ **MERCADOTECNIA INTERNACIONAL**

- Comportamiento del Consumidor.
- Geografía Económica Internacional.
- Investigación de mercados Internacionales.
- Plan de mercadeo Internacional.

➤ **INTEGRACION ECONÓMICA**

- Integración Económica Globalizada.
- Geografía Económica Mundial.
- Organismos Económicos Internacionales.
- Integración Eutopea y Alca.

➤ **COMERCIO EXTERIOR**

- Gerencia de las exportaciones,

- estrategias de internacionalización,
- Costos de exportación e inteligencia de mercados

Podemos concluir que el perfil que la CUTB quiere formar para los estudiantes de Finanzas y Negocios Internacionales debe estar fundamentado en conocimientos económicos como la Antonio Nariño, además muestra gran flexibilidad para que los estudiantes enfoquen su carrera de acuerdo al énfasis en que ellos quieren especializarse.

### 3. ANÁLISIS DE COMPETENCIA DEL PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA TECNOLÓGICA

#### 3.1 PRINCIPALES ATRIBUTOS PARA ELEGIR LA INSTITUCIÓN

La tabla 1 detalla los tres principales aspectos relacionados con los atributos que el estudiante tuvo en cuenta al momento de elegir la universidad en la que estudia actualmente el programa relacionado con el comercio exterior.

**Tabla 1. Principales atributos tenidos en cuenta al momento de elegir la universidad.**

Universidad Atributo	Tecnológica de Bolívar	Jorge Tadeo Lozano	IAFIC	Antonio Nariño
<b>Primer atributo</b>	Prestigio	Prestigio	Económica	Económica
<b>Segundo atributo</b>	Calidad académica	Calidad académica	Localización	Pensum
<b>Tercer atributo</b>	Localización	Única en ofrecer la carrera	Pensum	Localización

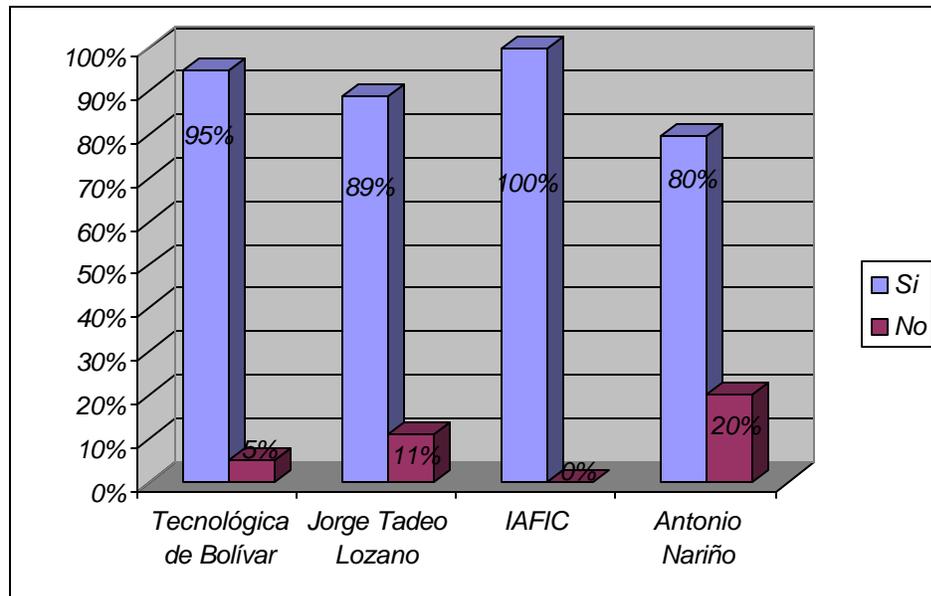
Fuente: Encuestas aplicadas a los estudiantes en las universidades señaladas.

Los resultados mostraron que tanto para la Tecnológica como para la Universidad Jorge Tadeo Lozano el principal atributo tenido en cuenta al momento de elegir la universidad fue el prestigio de la institución, seguido de la calidad académica. Contrariamente a esto, en IAFIC y Antonio Nariño el principal atributo fue el factor económico, es decir, el costo del semestre es más cómodo que las dos anteriores.

### 3.2 CONOCIMIENTOS DEL PLAN DE ESTUDIO

Con respecto al conocimiento que tienen los estudiantes sobre el plan de estudios de su respectivo programa, se tiene que en general más del 80% de los alumnos en las diferentes universidades analizadas conocen el plan de estudio, tal como aparece en la siguiente gráfica.

**Gráfica 1. Conocimiento que tienen los alumnos del plan de estudio del programa.**



Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes de las universidades objeto de estudio.

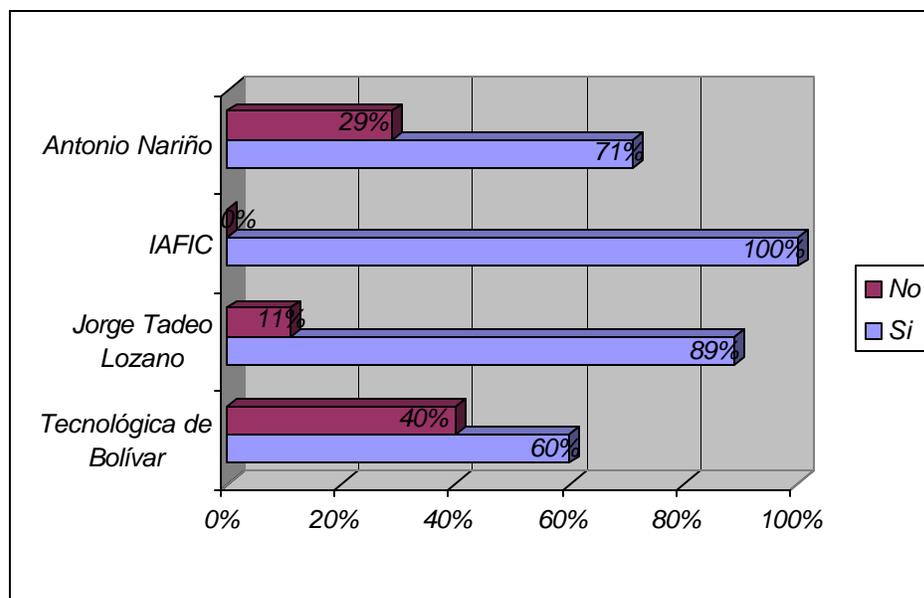
El comportamiento más bajo en este aspecto lo tuvo la Universidad Antonio Nariño con el 80%. Los estudiantes de IAFIC presentan el mayor porcentaje de alumnos que afirman conocer el plan de estudio del programa, seguido de la Tecnológica con un 95%. Este porcentaje puede considerarse alto y muy positivo para la CUTB, sin desconocer la importancia que tendría que todos los matriculados en el programa conocieran el plan de estudio y su contenido para que así saber cual es el enfoque que la

institución quiere dar a los futuros egresados del programa Finanzas y Negocios Internacionales.

### 3.3 CONOCIMIENTO DE LA INFORMACIÓN QUE SE PUEDE OBTENER DEL PLAN DE ESTUDIO

Asociado a estos hechos se encontró que, analizando el porcentaje de estudiantes que afirman conocer la información que se puede obtener al consultar el plan de estudio, es la Tecnológica la que arrojó el menor porcentaje (60%), mientras que el 100% de los estudiantes encuestados de Comercio Internacional y Legislación aduanera del IAFIC son los que afirman conocer la información que se puede obtener del plan de estudios (Gráfica 2).

**Gráfica 2. Conocimiento que tiene el estudiante sobre la información que se puede obtener del plan de estudio al consultarlo.**



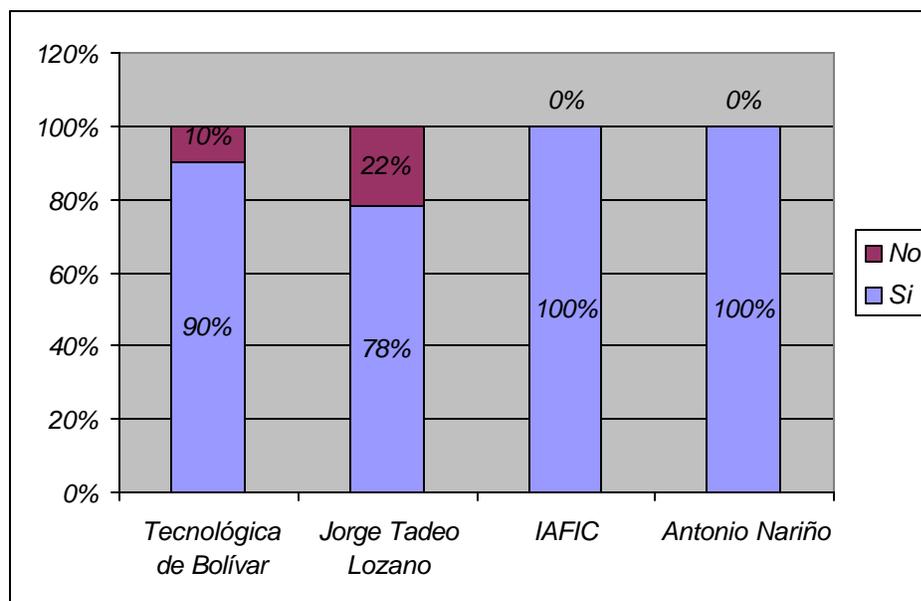
Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes de las universidades objeto de estudio.

Se observa entonces que a pesar de existir un gran número de estudiantes que conocen el plan de estudios (Gráfica 1), los mismos tienen fallas en cuanto a la información que pueden obtener de este.

### 3.4 CONOCIMIENTO ACERCA DEL PERFIL PROFESIONAL QUE QUIERE LA UNIVERSIDAD

Las encuestas también evidencian que los estudiantes de los programas de Finanzas y Negocios Internacionales de la Tecnológica y Administración de Comercio Exterior de la Universidad Jorge Tadeo Lozano son los que menos conocen el perfil profesional que quiere la institución para esos programas, sin desconocer que un gran porcentaje de los estudiantes tienen conocimiento del mismo, tal como se muestra en la siguiente gráfica.

**Gráfica 3. Conocimiento que tienen los estudiantes acerca del perfil profesional que quiere la Universidad para el respectivo programa.**

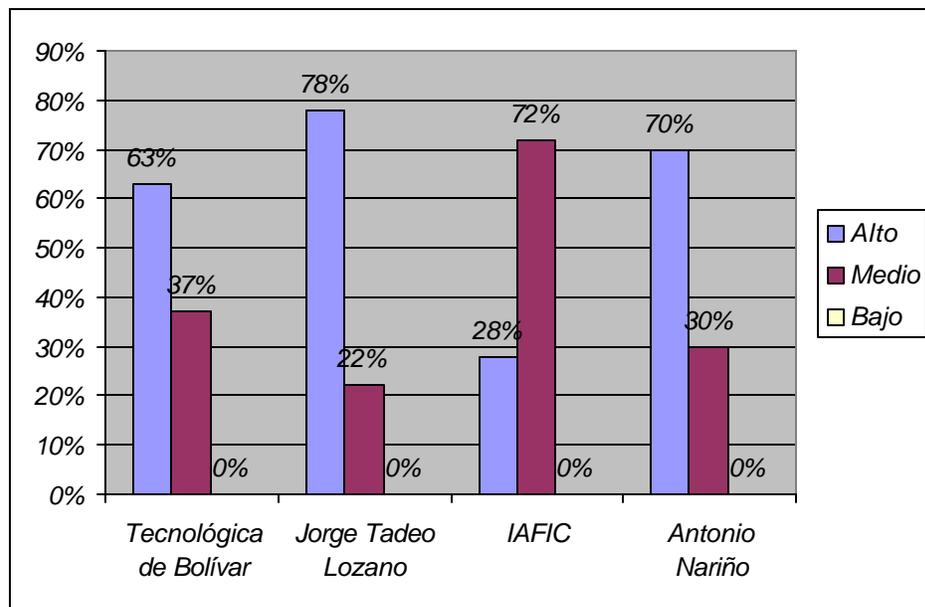


Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes de las universidades objeto de estudio.

### 3.5 CONGRUENCIA ENTRE ASIGNATURAS Y PERFIL PROFESIONAL

En este aspecto la dinámica de las encuestas muestra que son los estudiantes del programa de Administración de Comercio Exterior de la Universidad Jorge Tadeo Lozano los que más afirman encontrar un alto grado de correspondencia entre las asignaturas del programa académico y su perfil profesional. Como se puede ver en la siguiente gráfica.

**Gráfica 4. Grado de congruencia entre las asignaturas del programa académico y su perfil profesional.**



Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes de las universidades objeto de estudio.

De igual forma, los resultados arrojados mostraron que solo un 63% de los estudiantes encuestados del programa de Finanzas y Negocios Internacionales de la Tecnológica respondieron que existe una alta congruencia entre las asignaturas y el perfil profesional de la carrera; mientras que el 37% restante califica este grado de correspondencia en un

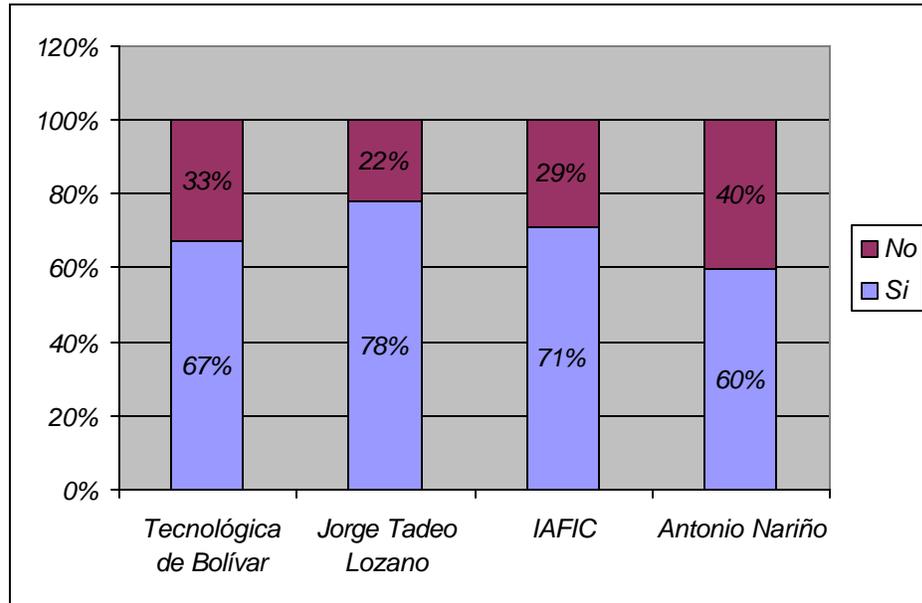
nivel medio, lo cual indica que debe revisarse que información del plan de estudios está asimilando el estudiante y el conocimiento real que estos tienen del perfil profesional que la universidad ofrece; es decir, observar el grado de efectividad de los medios de comunicación utilizados para difundir dicha información.

Las mismas estadísticas muestran que el nivel más bajo de relación entre los dos factores mencionados se presenta en el programa de Comercio Internacional y Legislación Aduanera de la institución IAFIC, ya que el 72% de los encuestados califican esta congruencia en un nivel medio. No obstante estos resultados, el diagnóstico general se mantiene, es decir, los estudiantes consideran en un grado alto la relación entre asignaturas y perfil de la profesión.

### **3.6 CONOCIMIENTO DE LA MISIÓN Y VISIÓN**

En este aspecto fue interesante encontrar que en la Universidad Jorge Tadeo Lozano el 78% de los encuestados consideran que conocen la Misión y Visión correspondiente, lo cual es un indicio de que la directiva del programa ha compartido la misión de la organización con los alumnos, el conocimiento de la visión y la promulgación de la misma para alcanzar los objetivos institucionales del programa.

**Gráfica 5. Conocimiento de la visión y Misión por parte de los estudiantes.**



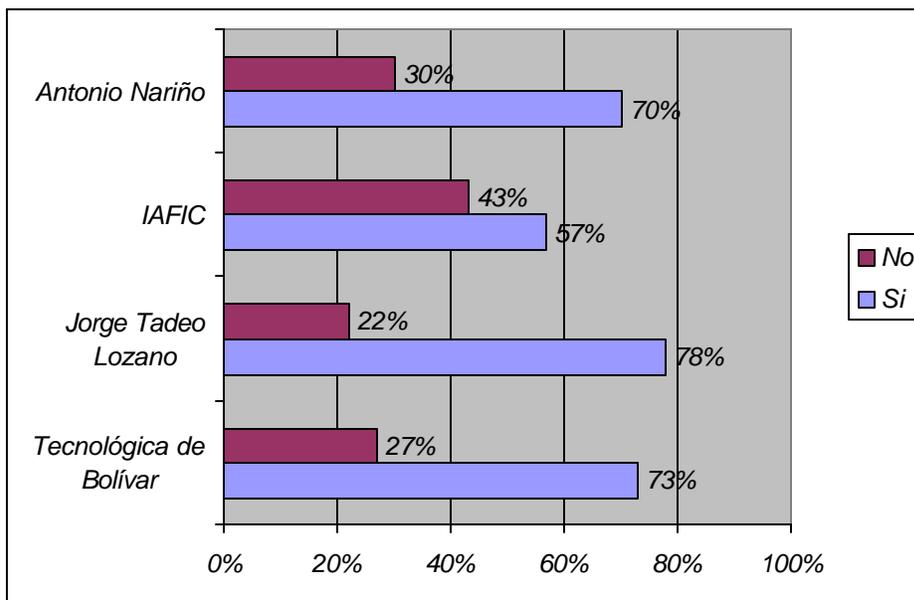
Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes de las universidades objeto de estudio.

Obsérvese que la Tecnológica ocupa apenas el tercer lugar, pues solo el 67% de los estudiantes manifestaron que la misión y visión es conocida por ellos, lo cual ratifica que los medios de comunicación no están siendo totalmente efectivos. En último lugar se encuentra la Universidad Antonio Nariño en la que un 40% de los encuestados aseguró que no conoce estos aspectos.

### **3.7 CONGRUENCIA ENTRE LA MISIÓN Y VISIÓN Y EL PLAN DE ESTUDIOS**

Lo expresado atrás guarda relación con el hecho de que el 78% de los estudiantes encuestados en la Universidad Jorge Tadeo Lozano manifestaron que el plan de estudios del programa Administración de Comercio Exterior se encuentra acorde con la misión y visión.

**Gráfica 6. Correspondencia entre la Misión y Visión con el plan de estudios del programa**



Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes de las universidades objeto de estudio.

Por su parte, la Tecnológica ocupa el segundo lugar arrojando un porcentaje de 73% de encuestados que afirman una correspondencia entre los aspectos mencionados. Pese a esto, lo que sí es claro es que este porcentaje debería ser más alto, ya que este aspecto se centra en un tema fundamental para el mejoramiento del recurso humano y la búsqueda de la eficiencia en los procesos de formación al interior del programa. En este mismo punto IAFIC presenta el comportamiento más preocupante, puesto que apenas el 57% de los encuestados manifestaron que existe congruencia entre la misión y visión con el plan de estudios del programa.

### 3.8 ATENCIÓN ACADÉMICA DE LOS PROFESORES FUERA DEL AULA DE CLASES

Se debe tener en cuenta que el perfil laboral de un profesional está determinado por su formación, la cual se orienta a través de los docentes quienes son los que canalizan el proceso enseñanza aprendizaje; por tal motivo se formularon algunos interrogantes a los estudiantes con la intención de conocer su opinión sobre la calidad del profesorado del programa en la respectiva institución.

**Tabla 2. Calificación que le dan los alumnos a los profesores con respecto a la atención académica brindada fuera del aula de clases.**

Universidad	Tecnológica de Bolívar			Jorge Tadeo Lozano			IAFIC			Antonio Nariño		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B	A	M	B
<b>Aclarar interrogantes de temas dados en clase</b>	63%	23%	14%	56%	33%	11%	14%	86%	0%	60%	0%	40%
<b>Aclarar dudas de otras clases</b>	40%	40%	20%	22%	67%	11%	0%	86%	14%	20%	20%	60%
<b>Solicitar orientación para trabajo de grado</b>	33%	53%	14%	56%	33%	11%	0%	71%	29%	20%	30%	50%

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes de las universidades objeto de estudio.  
Nota: A: alto; M: medio; B: bajo.

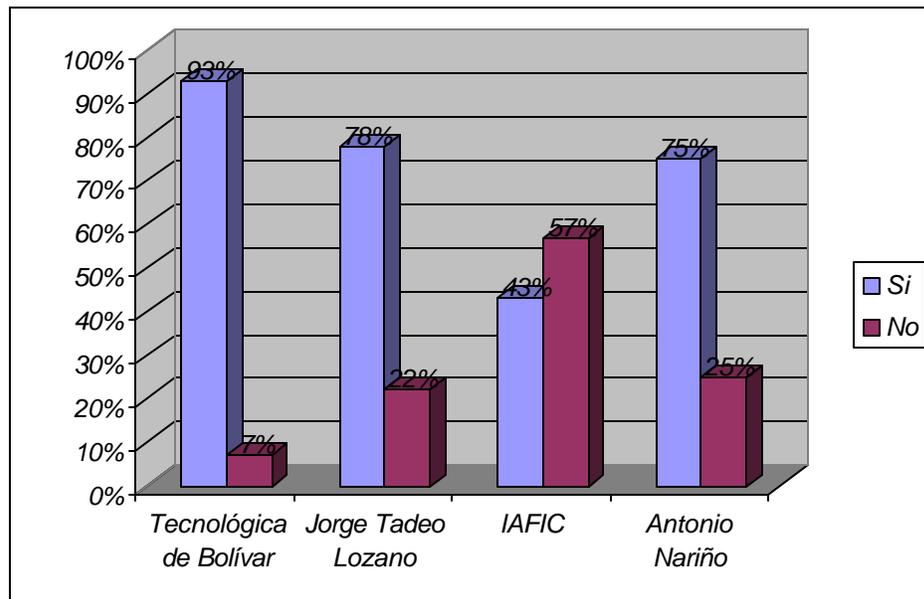
En relación con la tabla 2, se pueden agrupar algunas características relacionadas con los profesores de los programas analizados, en lo correspondiente a la atención dada fuera del aula de clase. Se tiene entonces que la Tecnológica de Bolívar mantiene ventajas en cuanto a que los profesores aclaran interrogantes de temas dados en clase y dudas de otras clases, los cuales fueron calificados en un nivel alto por el 63% y 43% respectivamente. En cuanto a la orientación que brindan los profesores para el trabajo de

grado se obtuvo que la Tadeo Lozano tiene mayores ventajas puesto que el 53% de los encuestados del programa de Administración de Comercio Exterior calificaron en un nivel alto este aspecto. Cabe anotar que en este mismo punto, IAFIC presenta una calificación muy regular pues ningún estudiante calificó como alta la atención que los profesores ofrecen para la orientación en los trabajos de grado.

### **3.9 METODOLOGÍA UTILIZADA POR LOS PROFESORES**

Con relación este cuestionamiento se encontró que una proporción considerable de estudiantes del programa de Finanzas y Negocios Internacionales de la Tecnológica (93%) piensa que la metodología utilizada por los docentes es buena, en contraste con IAFIC en la que sin embargo otra proporción importante (51%) piensa que la metodología de los docentes es inadecuada y poco práctica ya que se dedican a transmitir conocimientos teóricos únicamente, los cuales en muchos casos han perdido vigencia dados los frecuentes cambios en la dinámica del mundo organizacional. (Gráfica 7).

**Gráfica 7. La metodología utilizada por los profesores en las asignaturas le parece la más adecuada.**



Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes de las universidades objeto de estudio.

En general, a excepción de IAFIC, los encuestados plantean que los docentes dirigen sus asignaturas a conocimientos técnicos de alta relevancia para el desempeño de las funciones administrativas en los programas correspondientes. Pero también es de resaltar que algunos de los estudiantes cuestionados consideran que ciertos docentes en su afán por ser prácticos confunden a los estudiantes con metodologías pocas comprensibles, lo cual tiene un efecto contrario a los logros que ellos esperan conseguir en los formandos.

### **3.10 CALIDAD DE LOS RECURSOS**

A continuación se presentan las tablas concernientes a la evaluación que los estudiantes de los respectivos programas hicieron a los recursos con que cuentan la universidad analizada.

**Tabla 3. Calificación de los recursos con que cuenta el programa de Finanzas y Negocios Internacionales de la Tecnológica.**

<b>RECURSOS</b>	<b>Adecuado</b>	<b>Insuficiente</b>	<b>Muy insuficiente</b>	<b>No Responde</b>
<b>Sala de Informática</b>				
a. Disposición de equipos	43%	43%	14%	0%
b. Conservación y mantenimiento de los equipos	80%	10%	10%	0%
c. Actualización de equipos	60%	37%	3%	0%
<b>Aula de Clases</b>				
a. Iluminación	93%	0%	7%	0%
b. Ventilación	43%	40%	17%	0%
c. Aseo	90%	10%	0%	0%
d. Silletería	70%	30%	0%	0%
<b>Biblioteca</b>				
a. Cantidad de material de consulta adecuado para el número de estudiantes	30%	53%	17%	0%
b. Actualización del material de consulta	43%	37%	20%	0%
c. Estado del material de consulta	73%	20%	7%	0%
d. Atención del personal	83%	17%	0%	0%
e. Tiempo de atención del personal	90%	10%	0%	0%
f. Trato y disponibilidad del personal	90%	10%	0%	0%
g. Iluminación de la biblioteca	77%	23%	0%	0%
h. Aseo	90%	10%	0%	0%
i. Espacio	50%	40%	10%	0%

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes de las universidades objeto de estudio.

Como se pudo apreciar en la tabla 3, la Tecnológica de Bolívar presenta una calificación en términos generales positiva en cuanto a la disponibilidad de recursos para el programa de Finanzas y Negocios Internacionales. Los mejores resultados se presentan en aspectos como el aseo, trato y disponibilidad del personal de biblioteca, tiempo de atención del personal e iluminación del aula de clases, los cuales son calificados como adecuados por lo menos por el 90% de los encuestados. Sin embargo, las principales debilidades se encuentran en la cantidad de material de consulta que no es adecuado para el número de estudiantes, la disponibilidad de equipos en la sala de informática, la ventilación en los salones de clases y actualización del material de consulta en la biblioteca.

Por su parte, en la tabla 4 se muestra el mismo comportamiento con respecto a la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Sus resultados coinciden con los de la Tecnológica en el sentido de que tanto el aseo de la biblioteca como el trato y disponibilidad del personal son los aspectos más fuertes. Pero por el contrario, la silletería del aula de clases, el espacio de la biblioteca y la conservación y mantenimiento de los equipos de la sala de informática son puntos débiles, en cuanto a la satisfacción que sienten sus estudiantes.

**Tabla 4. Calificación de los recursos con que cuenta el programa de Administración de Comercio Exterior de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.**

<b>RECURSOS</b>	<b>Adecuado</b>	<b>Insuficiente</b>	<b>Muy insuficiente</b>	<b>No Responde</b>
<b>Sala de Informática</b>				
a. Disposición de equipos	56%	22%	22%	0%
b. Conservación y mantenimiento de los equipos	45%	33%	11%	11%
c. Actualización de equipos	45%	33%	22%	0%
<b>Aula de Clases</b>				
a. Iluminación	78%	22%	0%	0%
b. Ventilación	78%	0%	22%	0%
c. Aseo	78%	22%	0%	0%
d. Silletería	45%	33%	11%	11%
<b>Biblioteca</b>				
a. Cantidad de material de consulta adecuado para el número de estudiantes	56%	33%	11%	0%
b. Actualización del material de consulta	56%	22%	22%	0%
c. Estado del material de consulta	78%	22%	0%	0%
d. Atención del personal	89%	11%	0%	0%
e. Tiempo de atención del personal	78%	22%	0%	0%
f. Trato y disponibilidad del personal	100%	0%	0%	0%
g. Iluminación de la biblioteca	89%	11%	0%	0%
h. Aseo	100%	0%	0%	0%
i. Espacio	44%	44%	12%	0%

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes de las universidades objeto de estudio.

Los datos correspondientes a Corporación de Educación Superior IAFIC se presentan en la tabla 5.

**Tabla 5. Calificación de los recursos con que cuenta el programa de Comercio Internacional y Legislación Aduanera de IAFIC.**

<b>RECURSOS</b>	<b>Adecuado</b>	<b>Insuficiente</b>	<b>Muy insuficiente</b>	<b>No Responde</b>
<b>Sala de Informática</b>				
a. Disposición de equipos	0%	57%	29%	14%
b. Conservación y mantenimiento de los equipos	0%	29%	57%	14%
c. Actualización de equipos	0%	29%	57%	14%
<b>Aula de Clases</b>				
a. Iluminación	57%	43%	0%	0%
b. Ventilación	43%	57%	0%	0%
c. Aseo	100%	0%	0%	0%
d. Silletería	0%	14%	86%	0%
<b>Biblioteca</b>				
a. Cantidad de material de consulta adecuado para el número de estudiantes	0%	57%	43%	0%
b. Actualización del material de consulta	0%	43%	57%	0%
c. Estado del material de consulta	0%	100%	0%	0%
d. Atención del personal	71%	29%	0%	0%
e. Tiempo de atención del personal	57%	43%	0%	0%
f. Trato y disponibilidad del personal	55%	45%	0%	0%
g. Iluminación de la biblioteca	29%	71%	0%	0%
h. Aseo	100%	0%	0%	0%
i. Espacio	0%	0%	100%	0%

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes de las universidades objeto de estudio.

Comparando esta institución con las dos anteriores, se tiene que los estudiantes del programa Comercio Internacional y Legislación Aduanera se muestran muy insatisfechos con los recursos que tienen en la universidad. Solo se presenta un resultado positivo en los corresponde a aseo tanto en la biblioteca como en el aula de clases.

Al mismo respecto, la universidad Antonio Nariño tiene una buena calificación en cuanto al aseo y la iluminación en la biblioteca, los cuales fueron evaluados como adecuados por el 100% de los encuestados, tal como se aprecia en la siguiente tabla.

**Tabla 6. Calificación de los recursos con que cuenta el programa de Comercio Internacional de la Universidad Antonio Nariño.**

<b>RECURSOS</b>	<b>Adecuado</b>	<b>Insuficiente</b>	<b>Muy insuficiente</b>	<b>No Responde</b>
<b>Sala de Informática</b>				
a. Disposición de equipos	50%	20%	30%	0%
b. Conservación y mantenimiento de los equipos	25%	705	5%	0%
c. Actualización de equipos	65%	35%	0%	0%
<b>Aula de Clases</b>				
a. Iluminación	70%	15%	15%	0%
b. Ventilación	85%	15%	0%	0%
c. Aseo	100%	0%	0%	0%
d. Silletería	68%	12%	20%	0%
<b>Biblioteca</b>				
a. Cantidad de material de consulta adecuado para el número de estudiantes	30%	50%	10%	10%
b. Actualización del material de consulta	75%	25%	0%	0%
c. Estado del material de consulta	90%	10%	0%	0%
d. Atención del personal	65%	5%	30%	0%
e. Tiempo de atención del personal	50%	50%	0%	0%
f. Trato y disponibilidad del personal	45%	505	5%	0%
g. Iluminación de la biblioteca	90%	10%	0%	0%
h. Aseo	100%	0%	0%	0%
i. Espacio	35%	35%	30%	0%

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes de las universidades objeto de estudio.

## **4. ANÁLISIS DOFA DEL PROGRAMA DE FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR**

### **4.1 FORTALEZAS**

Las siguientes son las principales fortalezas detectadas:

- ✓ Docentes. Presenta como característica la escogencia de docentes calificados con especializaciones, maestrías y doctorados en los temas que imparten, con reconocimiento académico en el ámbito nacional e internacional.
  
- ✓ Tecnología. Tiene buena adaptación y adecuación de tecnologías de punta, que le permiten ser la única institución que tiene universidad virtual en la ciudad como complemento de la educación de pregrado tanto para el programa de Finanzas y Negocios Internacionales como los otros. Esta se constituye en una ventaja determinante en relación con la competencia local. Además, ofrece servicio de internet durante 12 horas diarias para sus estudiantes, en dos salas de sistemas acondicionadas con aproximadamente 30 equipos individuales. De igual forma, cuenta con los recursos físicos, ayudas didácticas y audiovisuales en cada uno de los salones de clases.
  
- ✓ Mercadotecnia. Tiene una poderosa presencia de mercadeo. Por lo que siempre se está adaptando el programa a las necesidades del consumidor.

- ✓ Servicio al Cliente. Orienta la atención del cliente con un sentido de compromiso con la calidad que le permite la excelencia en el servicio al cliente.
- ✓ Investigación y desarrollo de nuevos servicios, por lo que la ha posicionado en la preferencia de los consumidores.
- ✓ Actualidad de equipos y software administrativos que le permiten tener mejor adaptabilidad al cambio tecnológico contando actualmente con sistemas de información avanzada conformada por redes que permiten entrelazar las oficinas, dando como resultado un flujo de información rápida para el cliente interno y externo.
- ✓ Instalaciones apropiadas, cómodas y propias, una ventaja fundamental para poder garantizar un servicio de óptima calidad.
- ✓ Actualidad tecnológica en el sector que garantiza un mejoramiento de la parte de sistemas, poniendo al programa a tono con la tecnología de punta en sistemas de información para mejorar la atención del cliente y la comunicación entre las diferentes áreas y oficinas.

## **4.2 DEBILIDADES**

Como debilidades del programa se distinguen las siguientes:

- ✓ Uso de planes estratégicos demasiado centralizados que no dan flexibilidad al programa para que ajuste sus objetivos a sus propias condiciones y necesidades regionales.
- ✓ Sistema de información para datos de estudiantes del programa. En referencia al mismo tema, se tiene como desventaja la falta de un sistema de información adecuado en cuanto a las estadísticas referidas al número de estudiantes inscritos, matriculados y retirados en el programa.
- ✓ Agilidad para la inscripción en el programa. Los trámites a seguir en el proceso de vinculación al programa deben mejorar puesto que en la actualidad el interesado tiene que desplazarse a diferentes departamentos para solicitar las informaciones pertinentes y en ocasiones hay incoherencia en cuanto a comunicación se refiere entre un departamento y otro. Para suplir estas deficiencias está en proceso de implementación un sistema de información para agilizar y cumplir los objetivos corporativos de la institución.

### **4.3 AMENAZAS**

Se detectan como posibles situaciones amenazadoras las siguientes:

- ✓ Nivel de inflación y política de impuestos, pues es extremadamente riesgosa por las dificultades de pago que tienen los estudiantes del programa.

- ✓ Situación política y económica del país que puede traer limitaciones para determinadas inversiones y algunas decisiones de la universidad con relación al programa.
- ✓ Programas sustitutos en el mercado, a más bajo costo cuya competencia se definirá en el establecimiento de precios más atractivas y calidad del plan de estudio.
- ✓ Estrategias de publicidad mucho más efectivas por parte de algunos competidores.
- ✓ Agresivas estrategias de crédito para pago de matrículas de la competencia.
- ✓ Segmentación del mercado por la competencia, cuya tendencia trae consigo la reducción del mercado de programas relacionados con el comercio exterior y las finanzas internacionales.
- ✓ Aspectos tributarios y fiscales ya que en la actual coyuntura económica los cambios de políticas gubernamentales en materia fiscal y monetaria, caracterizadas por su inestabilidad y falta de coherencia dan un ambiente permanente de incertidumbre y aumentan las posibilidades de riesgo en las decisiones de inversión tanto de la Tecnológica como de los interesados en estudiar el programa.
- ✓ Ingreso per cápita que disminuye la capacidad de pago de los padres de familia.

- ✓ Facilidad al crédito por parte de la competencia. No deja de preocupar no solo el aumento notable de la competencia, sino también que esta puede combinar sus estrategias con la mayor capacidad de crédito y endeudamiento.

#### **4.4 OPORTUNIDADES**

Dadas las tendencias de la economía nacional y local, se distinguen como oportunidades en el programa de Finanzas y Negocios Internacionales de la Tecnológica los siguientes puntos:

- ✓ Mayor globalización de la economía, porque ayuda a tener mayor penetración de los profesionales del programa en los mercados y mejoramiento de imagen a través de cambios que le adapten mejor al nuevo entorno económico del país y el mundo.
- ✓ Aspectos cambiarios que mejoran posibilidad ante una necesidad de mayor capitalización y entrada de nuevos inversionistas, dadas sus condiciones financieras.
- ✓ Actitud frente a calidad y servicio.
- ✓ Plan económico y social del gobierno.
- ✓ Crecimiento de la población, que estimula la generación de mayor demanda de programas profesionales.

- ✓ Nuevas tecnologías para la enseñanza - aprendizaje.
- ✓ Crecimiento del mercado.

## CONCLUSIONES

Antes de dar a conocer las conclusiones arrojadas por la Investigación, es importante destacar el papel que ha tenido el Programa Finanzas y Negocios Internacionales en la CUTB. Esta carrera, a pesar de ser la más nueva entre las Universidades que se tuvieron como objeto de estudio, y aún sin sacar al mercado su primera promoción, la Tecnológica con este nuevo programa ha logrado captar una gran clientela, siendo así la carrera más apetecida y demanda dentro de la Institución, lo cual ratifica el alto desempeño que se ha venido realizando y la fuerte posición que tiene respecto a la competencia.

Por lo anterior, al ser esta carrera tan joven en el mercado, es importante seguir fomentándola e impulsándola en aras de un mejoramiento continuo; y es por eso que dados los resultados arrojados por la investigación, los autores del proyecto formulan las siguientes conclusiones:

1. El plan de estudios del programa Finanzas y Negocios Internacionales necesita ser ajustado con el fin de que la formación que se imparta a los estudiantes contribuya a la practicidad de los conocimientos administrativos y al desarrollo de mayores competencias relacionadas con los negocios internacionales.
2. En general, los factores que más atraen clientes o interesados en estudiar Finanzas y Negocios Internacionales en la Tecnológica y que sobresalen por encima de la

competencia están la calidad de su contenido académico, el perfil de los profesores y la tecnología con la que se combina el método de enseñanza-aprendizaje. En este último se resalta el esfuerzo de las universidades para renovar los métodos de enseñanza - aprendizaje y destacar el papel de la docencia.

3. Los estudiantes del programa de Finanzas y Negocios Internacionales manifiestan que existe poca correspondencia entre la Visión y Misión con el plan de estudio del programa. Es pertinente aclarar que esta percepción se debe a la falta de información hacia a los estudiantes y/ó a la poca efectividad de los medios en que esta se difunde, y no porque exista una verdadera incongruencia.
4. El programa cuenta con adecuados recursos tecnológicos que facilitan la utilización de herramientas prácticas relacionadas con el aprendizaje en diversas áreas de la Finanzas y Negocios Internacionales por parte de los estudiantes durante el desarrollo de su proceso de formación, sin embargo estos recursos son catalogados como insuficientes. Esto hace que el programa se encuentre en desventaja frente a otras instituciones como la Universidad Jorge Tadeo Lozano.
5. El área de Prácticas Empresariales debe afianzar y mantener a través del tiempo las excelentes relaciones que actualmente posee con el sector empresarial, y así aumentar su cobertura. Esto con el fin de brindar más oportunidades a los estudiantes que próximamente realizarán sus prácticas y de esta manera proyectar al mercado laboral las potencialidades académicas y administrativas de estos. Por otra parte el programa debe procurar en lo posible ubicar a los estudiantes en

empresas tales como puertos, aduanas, SIA, compañías exportadoras o cualquier otra donde puedan desarrollar actividades relacionadas con las finanzas y negocios internacionales.

6. Existen docentes del programa que implementan una metodología poco práctica en la enseñanza de sus asignaturas, otros que evidencian falencias de tipo pedagógico para transmitir sus conocimientos a los estudiantes y otros que no se actualizan.
7. El mecanismo de difusión de la información relacionada con el quehacer del programa mismo y con la Facultad no arroja los resultados que debería. Es evidente la necesidad de un sistema de información que esté dirigido a la comunidad universitaria constituida por docentes, administrativos, y estudiantes pero que sobre todo logre llegar a ellos efectivamente.
8. La mayoría de estudiantes encuestados sugieren que el programa de Finanzas y Negocios Internacionales debe hacer especial énfasis en el manejo de recursos tecnológicos; es decir, los profesores deben impulsar en el desarrollo de las clases la utilización de todos los sistemas de información avanzados como lo son la Internet, los computadores y el manejo de retroproyectores; en fin, todo lo que tenga que ver con telecomunicaciones y alta tecnología, pues el programa de Finanzas y Negocios Internacionales necesita egresados con altos conocimientos tecnológicos que le permitan agilizar sus actividades ya que esta es una profesión donde las personas necesitan estar conectados con el resto del mundo y

mantenerse a la vanguardia de cada uno de los acontecimientos que van sucediendo.

9. Es importante tener en cuenta que las necesidades de flexibilidad ocupacional y dinámica de desarrollo del comercio internacional en la ciudad, obligan a la Tecnológica y demás universidades de la localidad a maleabilizar los perfiles tradicionales del profesional en comercio y negocios internacionales, para así formar un profesional de perfil más amplio, más versátil que facilite la entrada en un mercado cada vez más complejo. Para el futuro, estas universidades de la ciudad deben mejorar la variable diversificación del plan de estudio, flexibilizando sus estructuras académicas y métodos de enseñanza, además, evolucionar hacia la integración de un sistema de alianzas a nivel regional o de grupo de universidades de educación superior universitaria y posgrados. Este sistema de alianzas será un centro de educación permanente para la formación, actualización y retroalimentación de los profesionales de este campo.
  
10. En cuanto a la innovación, el paradigma que enfrenta el programa debe responder en adelante a la sociedad industrial que está en proceso de profundos cambios a nivel nacional, regional e internacional, lo cual representa promover la transformación curricular del programa impartido.

## RECOMENDACIONES

- **RECOMENDACIONES EN EL ORDEN ADMINISTRATIVO**

1. Implementar un sistema de prácticas empresariales por niveles. Cada uno de estos niveles agruparía ciertas áreas del programa de finanzas y Negocios internacionales, las cuales están incluidas a manera de asignatura en el plan de estudios del programa. De cada nivel el estudiante deberá realizar una práctica asociada a determinada asignatura que podrá ser elegida por él o será asignada por el departamento de prácticas, dependiendo de la disponibilidad de las vacantes para realizar dichas prácticas.

Los niveles podrían ser 4 y se podrían distribuir así:

I, II y III semestre	= Nivel 1
IV y V semestre	= Nivel 2
VI, VII y VIII semestre	= Nivel 3
IX semestre	= Nivel 4

Con esto se lograría difundir en el mercado, a los profesionales de todos los niveles que estudian en este programa, haciendo con esto que el mercado laboral pueda conocer sus habilidades y conocimientos.

2. Para contribuir a las funciones del área de prácticas, se puede crear un Consultorio Empresarial que opere como una dependencia adscrita a este programa. Este

Consultorio tendría como propósito, generar alternativas de solución a los casos relacionados con la problemática de la pequeña, mediana y gran empresa de la ciudad y la región caribe y propiciar un escenario que facilite la puesta en práctica de los conocimientos y experiencias de los docentes y estudiantes. Tendría como tareas específicas prestar asesorías administrativas, asistencia técnica y apoyo en investigaciones a las empresas de la región.

Por otra parte, el consultorio buscaría asesorar a las PYMES en el acceso a programas de financiación de fomento empresarial y fortalecer las iniciativas empresariales de la comunidad universitaria en concordancia con el Programa de Incubadoras de Empresas, cuyo objetivo es estimular la creación de empresas y fomentar el desarrollo de las mismas a través de una serie de herramientas que se ponen al servicio de los emprendedores (creadores de empresas), y que cuenta con el apoyo de distintas empresas e instituciones como el SENA de Bolívar, la Cámara de comercio de Cartagena, ACOPI y por instituciones de educación superior como la Universidad de Cartagena, la Corporación Universitaria Rafael Nuñez y la misma Corporación tecnológica de Bolívar.

3. Dada la importancia que tiene la información en un claustro universitario tanto para docentes como para estudiantes y egresados; se propone que el programa de Finanzas y Negocios Internacionales efectúe una publicación periódica dirigida a mantener informada a los grupos de interés sobre temas relacionados con el trabajo pedagógico e investigativo del programa y con aspectos asociados a actividades de integración de la comunidad universitaria como encuentros, congresos, etc., actividades de capacitación

(postgrados, cursos, seminarios, diplomados), ofertas laborales de las empresas que tienen convenios con la Tecnológica y otros aspectos de interés general.

4. Dotar al Programa de Finanzas y Negocios Internacionales de mayores recursos tecnológicos, suficientes para apoyar sus funciones de capacitación como Computadoras, Software, Internet y otros equipos necesarios para el aprendizaje de los estudiantes y para la adquisición y/o desarrollo de una cultura informática acorde con las exigencias del contexto organizacional y del entorno internacional.

5. Crear un gremio de Egresados que vele por defender y hacer respetar el papel del profesional en Finanzas y Negocios Internacionales en el mercado laboral. Para lograr esto es necesario que, en forma independiente o articulada con el programa de egresados de toda la universidad, se institucionalice una oficina de egresados de Finanzas y Negocios Internacionales, antes que salga la primera promoción, cuyo objetivo deba ser mantener las relaciones entre los egresados y la universidad. Esta oficina tendría como funciones:

- Crear y mantener una base de datos de todos los egresados del programa de Finanzas y Negocios Internacionales de la Universidad.
- Organizar y programar actividades de integración entre egresados y estudiantes del programa que permita estrechar la relación y hacer juntos la fuerza.
- Apoyar al área de prácticas empresariales en sus funciones.

- Promover y desarrollar diversas modalidades de capacitación complementarias para los estudiantes de pregrados y para los egresados.
- Contribuir a la solución de conflictos relacionados con problemas estructurales del programa en los procesos académicos, administrativos y otros aspectos que lo demanden.
- Implementar actualizaciones constantes para los Egresados que fortalezcan su preparación y su ejercicio profesional.

6. Velar que la respuesta del programa siempre se mantenga acorde con las expectativas del mercado laboral y con los cambios empresariales que enfrenta la región y la nación. Esta estrategia consiste en garantizar un perfil profesional adecuado a través de una mejor coordinación entre las áreas de planeación, dirección académica, marketing y comercialización. En esto es importante la implementación de un moderno sistema de información que contribuya a un mejor conocimiento externo de la calidad del plan de estudio que se requiere y las líneas temáticas a seguir a mediano plazo, y la capacidad que tiene el mercado de trabajo local y regional de absorber a sus próximos titulados.

En esta estrategia es necesario conocer más el entorno productivo local para diagnosticar las necesidades de trabajo de algunos sectores empresariales de la ciudad para ofrecerles el perfil de profesional en Finanzas y Negocios Internacionales que realmente se requieren para solucionar sus problemas. Esto se puede lograr mediante la realización de visitas permanentes a las empresas e investigaciones exploratorias. Este

contacto directo con el sector empresarial garantiza detectar necesidades específicas del mercado para ofrecer capacitación teniendo en cuenta que es mejor abarcar un mercado objetivo en el cual se concentren todos los esfuerzos que querer abarcar un mercado más amplio corriendo el riesgo de lograr menos cobertura en este. En definitiva, según esta estrategia el primer aspecto para garantizar la calidad en el programa requiere una comprensión más completa de las diferentes dimensiones y los ejes fundamentales de la actividad económica local y nacional, así como su tendencia.

7. Los esfuerzos de mercadeo de la Tecnológica de Bolívar se caracterizan por ser excelentes. La institución se promueve a través de diferentes medios de comunicación como son: radio, prensa, directorio, publicaciones internas de la universidad y también con participación en eventos culturales, sociales, empresariales y deportivos en los cuales siempre presentan su amplio portafolio de servicios a nivel institucional. Por esto se considera beneficioso que la inversión en mercadeo y publicidad se realizara de forma particular en algunas ocasiones para cada programa a través del ofrecimiento de formas de pago atractivas y haciendo énfasis en la calidad del plan de estudio para mejorar la demanda, por lo cual es importante aprovechar componentes atractivos de la ciudad como es el proceso de expansión empresarial e industrial.

Hacer publicidad individual del programa resaltando sus fortalezas y diferenciación. En este sentido, una estrategia es la de enviar la información concerniente del programa por correo electrónico a las empresas con el perfil requerido para que los empleados que no tienen tiempo ó el hábito de leer el periódico o escuchar radio puedan tener acceso a esta publicidad a través de la misma empresa.

Realizar un mercadeo más agresivo, con más innovaciones en las presentaciones y publicidad al producto académico de la CUTB; iniciar programas de promoción aprovechando la amplia experiencia que tiene la Tecnológica en el sector educativo a nivel local, desarrollando campañas publicitarias que muestren al programa de Finanzas y Negocios Internacionales como una carrera que satisface las expectativas de los alumnos de obtener con los estudios un mejor ingreso o empleo.

Fomentar el trabajo en equipo de la institución para un mejor aprovechamiento del capital humano y optimización de la tecnología para cumplir con eficiencia los objetivos del programa, puesto que para ello la universidad cuenta con un talento humano que puede formarse en grupos que arrojen ideas innovadoras sobre nuevos servicios, planes y programas que satisfagan las necesidades de los estudiantes de este nivel. Para esta estrategia se debe fortalecer el estilo de dirección participativa donde todos puedan participar libremente y se unifiquen criterios sobre los temas que atañen a la organización. En esto ayudan fundamentalmente los seminarios de capacitación que incentivan y promueven el trabajo en equipo y la organización de reuniones periódicas, preferiblemente una por semana, para que se puedan hacer balances y discusiones entre los representantes de cada área con el objetivo de que al mismo tiempo se divulguen las políticas y directrices que cada una de ellas fijen. Esto conlleva a desarrollar los procesos de planeación de la carrera con todo el personal, como también a la formulación de acciones y el empoderamiento de todo el colectivo humano de la institución.

Esta estrategia también se puede combinar con la aplicación del modelo benchmarking que sirva de ejemplo en sus estándares de desempeño a los demás programas de la institución. En este aspecto, establecer índices de gestión corporativos exclusivamente para el programa de Finanzas y Negocios Internacionales de la Tecnológica exige un alto compromiso de sus directivos y personal administrativo.

El conjunto de recomendaciones esbozadas anteriormente podrían contribuir significativamente a que mejorara la formación académica de los estudiantes de Finanzas y Negocios Internacionales, a consolidar más el sentido de pertenencia y el nivel de compromiso de los profesionales y a favorecer un mejor posicionamiento de la carrera y por ende de la Tecnológica de Bolívar, en el mercado laboral del ámbito local.

8. Capacitar continuamente al personal administrativo para lograr una mejor atención al cliente y hacer más competitivo el capital humano para el desempeño de sus actividades e integralidad con otras áreas. Estas capacitaciones se deben orientar a fomentar la actitud positiva de sus trabajadores para mejorar el servicio en el programa. Así mismo, se deben dirigir especialmente a los profesionales del área administrativa, en lo que respecta a servicio al cliente para interpretar y transformar las necesidades del mercado en esta materia. También se tiene que capacitar al personal del área financiera en programas de finanzas básicas para el diseño y ofrecimiento de nuevas alternativas de pago que puedan atraer más clientes. De igual forma, al personal de servicios generales fortaleciéndolos en temas como servicio al cliente y promoción de valores compartidos con el fin de cumplir cabalmente las expectativas de los clientes.

- **RECOMENDACIONES EN EL ORDEN PEDAGÓGICO**

1. La facultad de Finanzas y negocios internacionales flexibilizó el pensum a partir del primer semestre del 2003 brindándole al estudiante una mayor opción de áreas electivas de énfasis con las cuales el estudiante puede direccionar el perfil que desea para su profesión. Sin embargo se recomienda instrumentar en el plan de estudios una mayor cantidad de asignaturas electivas de énfasis para que los estudiantes tengan más alternativas en determinadas áreas del programa con el fin de consolidar una especialidad.

2. Crear e incentivar una cultura de empresas en el mismo proceso de enseñanza aprendizaje del programa de Finanzas y Negocios Internacionales. Mediante esta metodología docentes y estudiantes interactuarían en una dinámica de simulación organizacional en la cual los procesos de evaluación se sujetarían a estándares de calidad a nivel de desempeño del estudiante, al trabajo en equipo, a normas y políticas establecidas por la dirección (que estaría representada por el cuerpo docente y administrativo de la Tecnológica), a manejo de recursos, capacidad en la toma de decisiones, etc. Esto contribuiría a que el estudiante desarrolle no solo conocimiento, sino habilidades, aptitudes y actitudes que lo aproximen a la realidad organizacional y le permitan ser más competitivos. Este aspecto podría marcar una ventaja competitiva con relación a otras instituciones de educación superior.

3. Estructurar y desarrollar con mayor regularidad talleres de capacitación para los docentes con el fin de unificar una metodología del proceso de enseñanza aprendizaje

que motive la practicidad de los estudiantes en su formación. Estos talleres también tendrán como objetivo actualizar a los docentes en el manejo de recursos tecnológicos, instrumentación de la investigación científica y otros aspectos que pueden ser útiles para la capacitación de los formandos.

Por lo tanto, la realización de programas y cursos de administración de procesos son convenientes para que se fortalezca la institución y tenga mayor capacidad de respuesta a lo que manifiestan los clientes. Del mismo modo, los cursos específicos de gerencia del servicio, motivación y liderazgo que se desarrollen al interior de la institución deben orientarse a todo el personal en general, para fortalecer de esta forma la comunicación y el trabajo en equipo. En ese mismo orden, para determinar el grado de asimilación que tienen los empleados de las capacitaciones recibidas hay que hacer evaluaciones continuas y retroalimentación para mejorar el desempeño laboral. De esta manera, se contribuye a un proceso de aprendizaje continuo, capacitación permanente y gradual de todas las áreas: administración, mercadeo y académica que pueda homologar finalmente una sola cultura en la organización.

5. Determinar, mediante la contratación de personal experto, en qué área ó áreas del programa de Finanzas y Negocios Internacionales hay un problema teórico o práctico que se pueda resolver con una mayor profundización, con el fin de dar mayor aplicabilidad a esas ciencias donde existen fallas o pérdida de vigencia en el material que se presenta a los alumnos, para brindarles conocimientos más ajustados al entorno en que se desenvuelven con una mayor actualización en el campo requerido. A su vez este estudio servirá para buscar la forma de incentivar al alumno y despertarle la

capacidad de ser flexible para ajustar modelos y teorías obsoletas de acuerdo a las necesidades que requiera. Este esfuerzo de mejoramiento se debe dar nombrando una comisión en el área de mercadeo que busque una educación integral en el profesional de Finanzas y Negocios Internacionales como proceso que asegure la adquisición de conocimientos significativos, y el desarrollo de capacidades que permitan al estudiante sacar mayor provecho a nivel laboral, frente a la cual se desempeñará, no sólo como experto del conocimiento en un ámbito específico, sino como empleado o directivo competente.

Esto implica para el área de mercadeo iniciar programas de innovación y desarrollo de nuevas áreas del conocimiento en el mismo plan de estudio de la carrera. El objetivo de esta estrategia es ajustar el pensum de tal forma que responda a los requerimientos de competitividad, involucrando más al sector industrial que debe estar dispuesto a participar identificando sus necesidades en este campo con el propósito de fortalecer el desarrollo de conocimientos y habilidades gerenciales en la prestación de servicios para tener mayor crecimiento organizacional y empresarial.

7. Fomentar metodologías académicas fundamentadas el trabajo en equipo con el fin de fortalecer relaciones entre los alumnos, involucrarse en el proceso de convivencia que existe mundo laboral e ir desarrollando capacidades de liderazgo.

8. Incrementar en el proceso enseñanza aprendizaje el fomento de trabajos de investigación en la red, participación en concursos en páginas de Internet, y la implementación de una materia que profundice aún más la utilización efectiva de la

tecnología de información, no solo teniendo en cuenta el manejo de los programas de computación como normalmente se viene haciendo, sino impulsar más el aprendizaje referente a las comunicaciones a través de los sistemas de redes. El fin de esta materia, será fortalecer el conocimientos y utilización de estos recursos para sacar profesionales más competitivos en el mundo laboral, pues si bien es cierto la Universidad actualmente aplica dicha función, es recomendable que se fortalezca aún más en el aula de clase.

## BIBLIOGRAFIA

ASOCIACION COLOMBIANA DE UNIVERSIDADES –ASCUN-. Universidad colombiana 2000. Catálogo. Primera edición 2000. Santa fe de Bogotá, 2000.

COLCIENCIAS. Conocimiento y competitividad. Bases para un plan del programa nacional de desarrollo industrial, tecnológico y calidad. Instituto colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología Francisco José de Caldas: Santa fe de Bogotá, 1993.

DAVILA L, Carlos. Ensayo sobre la educación en administración en Colombia. Monografía. Universidad de los Andes, Facultad de Administración. Mayo de 1991.

DRUCKER F., Peter. La sociedad Postcapitalista. Editorial Norma: Bogotá, 1994.

EL TIEMPO CARIBE. Una ventana abierta al mundo. Posgrados en convenio. Periódico “El Tiempo”. Domingo 27 de febrero del 2000. Página 2D.

ICFES. Educación superior para la paz y la transformación social. Informe de gestión. 1999 – primer semestre del 2000. Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior. Santa fe de Bogotá, 2000.

ICFES. Estadísticas de la educación superior. Resumen anual, 1995. Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior. Santa fe de Bogotá.

INTERNET. [www.cutb.edu.com](http://www.cutb.edu.com)

INTERNET. [www.google.com](http://www.google.com). análisis de competencia.

INTERNET. [www.altavista.com](http://www.altavista.com). importancia del análisis de competencia

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TECNICAS Y CERTIFICACION. Normas Colombianas para la presentación de tesis de grado. Bogotá: ICONTEC; 1997. 132 P.

JACOBS, Robert. Hablan los gurús de la administración. Editorial Norma.

McGREGOR, Douglas. El lado humano de las organizaciones. Edición revisada. Santa fe de Bogotá: Clásicos McGraw-Hill, 1994.

LEGIS. Guía profesional posgrados. Segunda edición 2000. Legis Editores S.A.

LOPEZ, Miguel. Plan de marketing para el programa Dirección de Empresas de Servicios. Dirección de Posgrados de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar. Cartagena, año 2.000.

MENDEZ A, Carlos E. Metodología: guía para elaborar diseño de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas. 2 ed. Santa fe de Bogotá: 1997. 170 p.

REVISTA SEMANA. Educación pregrados y posgrados. Publicación especial de Revista Semana. 2º semestre de 1.999.

TAMAYO Y TAMAYO, Mario. El proceso de la investigación científica. 3 ed. Cali, Limusa, 1991.

WIEDERMAN Y TREACY, Michael. Revista Clase Empresarial. 1993.

# **ANEXOS**

**Anexo A. Encuesta aplicada a los estudiantes de las universidades que ofrecen programas competidores de Finanzas y Negocios Internacionales de la Tecnológica.**

**Universidad:** \_\_\_\_\_

**Nombre del programa que estudia:** \_\_\_\_\_

**Fecha:** \_\_\_\_\_

1. Indique su nivel académico actual:

- ✓ 4 \_\_\_\_\_
- ✓ 5 \_\_\_\_\_
- ✓ 6 \_\_\_\_\_
- ✓ 7 \_\_\_\_\_
- ✓ 8 \_\_\_\_\_
- ✓ 9 \_\_\_\_\_
- ✓ 10 \_\_\_\_\_

2. Enuncie los tres principales atributos que usted tuvo en cuenta al momento de elegir la Universidad en la que está actualmente:

- ✓ \_\_\_\_\_
- ✓ \_\_\_\_\_
- ✓ \_\_\_\_\_

3. ¿Conoce el plan de estudios del programa?

- a. Si \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_

4. ¿Conoce qué información puede obtener del plan de estudio al consultarlo?

- a. Si \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_
- c. Explique: \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

5. ¿Conoce el perfil del profesional en este programa que quiere la universidad?

- a. Si \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_

6. Las asignaturas contenidas en el programa académico y su perfil profesional corresponden en un grado:

- ✓ Alto \_\_\_\_\_
- ✓ Medio \_\_\_\_\_
- ✓ Bajo \_\_\_\_\_
- ✓ Nulo \_\_\_\_\_

7. ¿Qué asignaturas cree usted que deben desaparecer del plan de estudios? Explique.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

8. ¿Cuáles asignaturas deben incluirse? Explique. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

9. ¿Conoce la Misión y Visión de la Facultad?

a. Si \_\_\_\_\_

b. No \_\_\_\_\_

10. ¿En su concepto, el plan de estudio del Programa corresponde con la Misión y Visión de la Facultad?

a. Si \_\_\_\_\_

b. No \_\_\_\_\_

11. Califique (Alto, Medio, Bajo) la atención académica brindada por los profesores fuera del aula de clases, de acuerdo con los siguientes aspectos:

✓ Aclarar interrogantes acerca de temas dados en su clase \_\_\_\_\_

✓ Aclarar dudas de otras clases \_\_\_\_\_

✓ Solicitar orientación para Trabajo de Grado \_\_\_\_\_

12. De acuerdo con la siguiente información, indique su grado de satisfacción (Alto, Medio, Bajo).

✓ Tiempo establecido por sus profesores para la atención académica fuera de clases \_\_\_\_\_

✓ La comunicación que tiene con sus profesores y decanos \_\_\_\_\_

✓ El tiempo que tarda la decanatura en dar respuesta a una solicitud suya \_\_\_\_\_

✓ Soluciones dadas por la decanatura a sus problemas académicos \_\_\_\_\_

13. Califique su grado de satisfacción (Alto, Medio, Bajo) según la atención recibida de:

✓ Los profesores dentro del aula de clases \_\_\_\_\_

✓ Los profesores fuera del aula de clases \_\_\_\_\_

✓ El decano \_\_\_\_\_

✓ El personal administrativo que labora por fuera de la facultad \_\_\_\_\_

14. ¿Cuál es el principal medio con que se informa de las actividades que se desarrollan en la Facultad?

✓ Carteleras \_\_\_\_\_

✓ Información indirecta de los profesores \_\_\_\_\_

✓ Información de los estudiantes \_\_\_\_\_

✓ Revistas \_\_\_\_\_

✓ Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

15. La información que se le da a conocer por parte de la facultad es:

✓ Veraz y oportuna \_\_\_\_\_

✓ Veraz y tardía \_\_\_\_\_

✓ Oportuna y distorsionada \_\_\_\_\_

✓ Otra. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

16. ¿La metodología utilizada por los profesores en las asignaturas le parece la más adecuada?

✓ Si \_\_\_\_\_

✓ No \_\_\_\_\_

✓ Por qué? \_\_\_\_\_

17. Las ayudas educativas utilizadas por los docentes le:

✓ a. Motivan a estudiar Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

✓ b. Ayudan a asimilar el conocimiento Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

✓ c. Permiten clarificar conceptos Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

✓ d. Son acordes con los avances tecnológicos y científicos Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

18. El sistema de evaluación empleado por los profesores le sirve para:

- ✓ Utilizar el conocimiento para resolver problemas\_\_\_\_\_
- ✓ Integrar grupos de trabajo\_\_\_\_\_
- ✓ Retener conceptos memorísticos\_\_\_\_\_
- ✓ Desarrollar su capacidad analítica y crítica\_\_\_\_\_
- ✓ Recordar conocimientos anteriores para lograr nuevo aprendizaje\_\_\_\_\_

19. De acuerdo con su actitud ante la materia y sus alumnos, cuál de los siguientes aspectos caracterizan al profesorado de la facultad:

- ✓ Impone y adoctrina\_\_\_\_\_
- ✓ Abandona y no da importancia\_\_\_\_\_
- ✓ Estimula, da confianza e instrucciones\_\_\_\_\_

20. En cuanto a los recursos con que cuenta la facultad, evalúe los siguientes aspectos:

	Adecuado	Insuficiente	Muy insuficiente	No Responde
<b>Sala de Informática</b>				
a. Disposición de equipos				
b. Conservación y mantenimiento de los equipos				
c. Actualización de equipos				
<b>Aula de Clases</b>				
a. Iluminación				
b. Ventilación				
c. Aseo				
d. Silletería				
<b>Biblioteca</b>				
a. Cantidad de material de consulta adecuado para el número de estudiantes				
b. Actualización del material de consulta				
c. Estado del material de consulta				
d. Atención del personal				
e. Tiempo de atención del personal				
f. Trato y disponibilidad del personal				
g. Iluminación de la biblioteca				
h. Aseo				
i. Espacio				

21. En general, indique tres actividades que desarrolla este centro universitario con el propósito de ofrecer programas académicos acordes a las exigencias del mercado laboral\_\_\_\_\_

22. Mencione tres (3) aspectos que hacen este centro más atractivo que otro oferente de programas relacionados con el comercio y los negocios internacionales ubicados en la ciudad de Cartagena \_\_\_\_\_

23. Qué recomendación daría para que la calidad del servicio prestado en la Facultad sea mejor:

\_\_\_\_\_

**Anexo B. Encuesta dirigida a los docentes del programa de Finanzas y Negocios Internacionales de la Tecnológica.**

**Universidad:** \_\_\_\_\_

**Programa al que está vinculado como docente:** \_\_\_\_\_

**Fecha:** \_\_\_\_\_

1. Docente de:

- ✓ Tiempo completo \_\_\_\_\_
- ✓ Catedrático administrativo \_\_\_\_\_
- ✓ Catedrático \_\_\_\_\_

2. ¿Qué tiempo tiene de estar vinculado como docente en la Facultad?

- ✓ 0 – 2 años \_\_\_\_\_
- ✓ 3 – 6 años \_\_\_\_\_
- ✓ 7 – 10 años \_\_\_\_\_
- ✓ 10 ó más \_\_\_\_\_

3. Area en la que se desempeña como docente dentro de la Facultad: \_\_\_\_\_

4. ¿Desempeña otras funciones en la Facultad?

- a. Si \_\_\_\_\_ ¿Cuáles? \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_

5. ¿Además de la actividad como docente ha tenido experiencia laboral en otro campo?

- a. Si \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_
- c. Si responde si cuáles y tiempo laborado \_\_\_\_\_

6. ¿Es usted profesional en Comercio o Negocios internacionales?

- a. Si \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_
- c. Si su respuesta es negativa, indique el título obtenido \_\_\_\_\_

7. ¿Ha realizado estudio de posgrado?

- a. Si \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_ c. Si responde afirmativamente, cuáles:

	<b>Título Obtenido</b>
<b>Diplomados</b>	
<b>Especializaciones</b>	
<b>Maestrías</b>	
<b>Doctorado</b>	

8. Tiene usted formación pedagógica

- a. Si \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_
- c. Si responde afirmativamente, indique cómo la obtuvo:

- ✓ Curso de formación docente\_\_\_\_\_
- ✓ Seminarios\_\_\_\_\_
- ✓ Congresos\_\_\_\_\_
- ✓ Diplomados\_\_\_\_\_
- ✓ Otros. Cuáles: \_\_\_\_\_

9. En el tiempo que tiene de estar vinculado como docente a la Facultad ¿Cuántas producciones académicas a logrado? \_\_\_\_\_

- a. ¿Cuáles?
- ✓ Libros\_\_\_\_\_
  - ✓ Revistas\_\_\_\_\_
  - ✓ Artículos\_\_\_\_\_
  - ✓ Manuales\_\_\_\_\_
  - ✓ Otros. \_\_\_\_\_

- b. En qué medio ha sido publicado
- ✓ Impreso por la Universidad\_\_\_\_\_
  - ✓ Impreso externamente\_\_\_\_\_

10. En el desarrollo de la asignatura usted emplea técnicas tales como:

Aspectos	Siempre	La mayoría de las veces	Pocas veces	Nunca
<b>Clases magistrales</b>				
<b>Mesa redondas</b>				
<b>Foros</b>				
<b>Panel</b>				
<b>Seminarios</b>				
<b>Debates</b>				
<b>Simposios</b>				
<b>Exposiciones</b>				

- ✓ Otra ¿Cuál? \_\_\_\_\_

11. Evalúe académicamente a sus estudiantes respecto a los siguientes aspectos:

Aspectos	Siempre	La mayoría de las veces	Pocas veces	Nunca
<b>Respuestas escritas</b>				
<b>Exposiciones orales</b>				
<b>Informes individuales</b>				
<b>Mesa redonda</b>				
<b>Trabajo de aplicación</b>				

- ✓ Otros. ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

12. Indique el criterio de evaluación (Alto, Medio, Bajo) al cual usted da más importancia teniendo en cuenta el área a la cual pertenece la asignatura que dicta:

- ✓ Retención memorística de conocimiento\_\_\_\_\_
- ✓ Utilización del conocimiento para resolver problemas\_\_\_\_\_
- ✓ Empleo de conocimiento anteriores para generar nuevos aprendizajes\_\_\_\_\_
- ✓ Integración de grupos de trabajo\_\_\_\_\_

13. ¿Qué actividades realiza para evaluar y mejorar sus métodos de enseñanza? \_\_\_\_\_

14. Incluye en el plan de curso de la asignatura que imparte actividades que conlleven a la formación de valores en sus alumnos:

- a. Sí \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_

15. Indique cuál es el valor que usted más incentiva en sus alumnos: \_\_\_\_\_

16. Los recursos educativos ofrecidos por la facultad para desarrollar sus clases son

- ✓ Suficientes y adecuados \_\_\_\_\_
- ✓ Suficientes e inadecuados \_\_\_\_\_
- ✓ Insuficientes y adecuados \_\_\_\_\_

17. ¿Considera que la Facultad promueve la investigación científica?

- a. Sí \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_

c. Si su respuesta es afirmativa, indique la forma como se promueve la investigación al interior de la facultad en:

✓ Docentes: \_\_\_\_\_

✓ Estudiantes: \_\_\_\_\_

18. ¿A realizado alguna investigación de tipo formativo como docente de la Facultad?

- a. Si \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_

c. Si responde afirmativamente, su investigación ha sido tomada en cuenta por:

	Si	No	¿Por qué?
<b>La facultad</b>			
<b>La Universidad</b>			
<b>Otra institución educativa</b>			
<b>Una empresa</b>			

19. Se encuentra usted satisfecho con los incentivos que ofrece la institución para desarrollar la investigación

- a. Sí \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_

c. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

20. ¿Qué estrategias recomienda para fomentar el espíritu investigativo en la Facultad? \_\_\_\_\_

21. ¿Ofrece usted atención a sus estudiantes fuera del aula de clases?

- a. Si \_\_\_\_\_
- b. No \_\_\_\_\_

22. La atención académica que solicitan los estudiantes es para:

- ✓ Aclarar interrogantes referentes a temas dados en clases\_\_\_\_\_
- ✓ Aclarar dudas de otras clases\_\_\_\_\_
- ✓ Dar orientación a trabajos de grados\_\_\_\_\_
- ✓ Brindar otro tipo de orientaciones\_\_\_\_\_

23. Considera que las ideas manifestadas por usted para mejorar el desempeño de la facultad son valoradas

- a. Si\_\_\_\_\_
- b. No\_\_\_\_\_

24. Su comunicación con el representante de la Facultad es:

- ✓ Excelente\_\_\_\_\_
- ✓ Buena\_\_\_\_\_
- ✓ Regular\_\_\_\_\_
- ✓ Nula\_\_\_\_\_

25. Conoce usted:

- ✓ La Misión y visión de la Facultad\_\_\_\_\_
  - ✓ Plan de desarrollo de la Facultad\_\_\_\_\_
  - ✓ Interprete la Misión y Visión de la Facultad: \_\_\_\_\_
- 
- 

26. La Misión de la Facultad y el plan de estudios de la misma corresponden en:

- ✓ Alto grado\_\_\_\_\_
- ✓ Bajo grado\_\_\_\_\_
- ✓ Mediano grado\_\_\_\_\_
- ✓ No corresponde\_\_\_\_\_

27. Califique (Alto, Medio, Bajo) su satisfacción con respecto a los siguientes aspectos:

- ✓ Sus funciones en la facultad\_\_\_\_\_
- ✓ Participación en los órganos asesores de la Facultad\_\_\_\_\_
- ✓ Participación en toma de decisiones al interior\_\_\_\_\_
- ✓ Su desarrollo profesional dentro de la Facultad\_\_\_\_\_
- ✓ La comunicación con los compañeros\_\_\_\_\_
- ✓ Capacitación que le brinda la Universidad\_\_\_\_\_
- ✓ Su desarrollo personal\_\_\_\_\_
- ✓ Asignatura que imparte\_\_\_\_\_

28. Exprese sus recomendaciones para que la Facultad sea más eficiente en la prestación de sus servicios: \_\_\_\_\_

---

---

**Anexo C. Encuesta dirigida a personal directivo del Programa de Finanzas y  
Negocios Internacionales de la Tecnológica de Bolívar.**

**Universidad:** \_\_\_\_\_

**Nombre del programa:** \_\_\_\_\_

**Fecha:** \_\_\_\_\_

1. ¿Tiene el Programa definida una política de calidad y los objetivos de calidad emitidos por la Decanatura?

a. Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

b. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. ¿Tiene el Programa definida y documentada la responsabilidad, la autoridad y la interrelación del personal que dirige, ejecuta y verifica las actividades que afectan la calidad del mismo?

a. Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

b. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. ¿Tienen el Programa identificado los recursos que necesita para funcionar adecuadamente?

a. Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

b. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. ¿Tiene designada a la persona encargada de asegurar que se establezca, se implemente y se mantenga un sistema de calidad de acuerdo con los requisitos del programa?

a. Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

b. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5. ¿Tiene el Programa definido las revisiones del Pensum de manera que asegure su adecuación y efectividad permanente para satisfacer los objetivos establecidos?

a. Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

b. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

6. ¿Tiene preparado un manual de calidad que cumpla con los requisitos del programa?

a. Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

b. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

7. ¿Se han establecido procedimientos consistentes con los objetivos del programa?

a. Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

b. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

8. ¿Tiene la Facultad establecidos y documentados las obligaciones que tiene con sus estudiantes?

a. Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

b. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

9. ¿Se realiza planificación del servicio enseñanza-aprendizaje?

a. Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

b. ¿Por qué?\_\_\_\_\_

10. ¿Se tienen identificadas las características críticas del servicio?

a. Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

b. ¿Por qué?\_\_\_\_\_

11. ¿Se tienen procedimientos documentados para el seguimiento y control de estudiantes con rendimiento académico deficiente?

a. Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

b. ¿Por qué?\_\_\_\_\_

12. ¿En qué grado considera la calidad académica del programa?

✓ Alto\_\_\_\_

✓ Medio\_\_\_\_

✓ Bajo\_\_\_\_

✓ Nulo\_\_\_\_

✓ ¿Por qué?\_\_\_\_\_

13. ¿En qué grado considera que el programa académico va en concordancia con los requerimientos del sector productivo local y externo?

✓ Alto\_\_\_\_

✓ Medio\_\_\_\_

✓ Bajo\_\_\_\_

✓ Nulo\_\_\_\_

✓ ¿Por qué?\_\_\_\_\_

14. ¿En qué grado considera que las asignaturas del pñsum están acordes con los requerimientos del nuevo plan de carrera?

✓ Alto\_\_\_\_

✓ Medio\_\_\_\_

✓ Bajo\_\_\_\_

✓ Nulo\_\_\_\_

✓ ¿En qué se ve reflejado? \_\_\_\_\_

15. Señale el grado de importancia en que la Universidad valora las evaluaciones a los docentes del programa.

a. Alto\_\_\_\_ Medio\_\_\_\_ Bajo\_\_\_\_ Nulo\_\_\_\_

b. ¿En qué se ve reflejado ese grado de importancia? \_\_\_\_\_

16. ¿Para mejorar el pñsum y ponerlo acorde con la nueva economía qué asignaturas o áreas específicas debería incluir?\_\_\_\_\_

17. ¿En su opinión, cómo cree que percibe el gremio empresarial de la ciudad al egresado del programa?  
a. Adecuados \_\_\_\_ Insuficientes \_\_\_\_ Muy insuficientes \_\_\_\_  
b. ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
18. ¿En general, en qué grado el mayor compromiso por conocer el entorno de la Nueva Economía sirve para que a partir de esa información se repensara el plan de carrera, sus puntos fuertes, sus débiles y su futuro?  
✓ Alto \_\_\_\_  
✓ Medio \_\_\_\_  
✓ Bajo \_\_\_\_
19. Indique qué actividades desarrolla este centro universitario con el propósito de ofrecer un programa académico acorde a las exigencias del mercado laboral.  
✓ \_\_\_\_\_  
✓ \_\_\_\_\_  
✓ \_\_\_\_\_
20. Mencione tres (3) aspectos que hacen este centro más atractivo que otro oferente de programas de comercio internacional ubicados en la ciudad de Cartagena.  
✓ \_\_\_\_\_  
✓ \_\_\_\_\_  
✓ \_\_\_\_\_
21. Señale con qué frecuencia este centro universitario desarrolla estudios concernientes a identificar las necesidades que presenta el mercado laboral, permitiéndole ello brindarle a los estudiantes del programa una formación académica acorde a las exigencias del sistema productivo: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
22. Posee el Programa convenios con empresas de la ciudad que le permitan a sus estudiantes acceder con mayor facilidad al mercado laboral.  
a. Sí \_\_\_\_  
b. No \_\_\_\_
23. Qué áreas relacionadas con negocios internacionales y gerencia considera usted que las empresas requieren de manera urgente frente al actual contexto empresarial?  
✓ \_\_\_\_\_  
✓ \_\_\_\_\_  
✓ \_\_\_\_\_  
✓ \_\_\_\_\_
24. ¿Realiza la facultad capacitaciones de sus docentes para que logren habilidad pedagógica? a.  
Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_  
b. ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
25. Cuenta la facultad con personal capacitado para realizar las tareas que se requieren para el logro de un servicio de calidad.  
a. Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_  
b. ¿Por qué? \_\_\_\_\_

26. ¿Tiene establecido un procedimiento para detectar necesidades de capacitación y entrenamiento específico para su personal docente?

a. Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

b. ¿Por qué?\_\_\_\_\_

27. ¿Aparte del educativo la facultad ofrece otro servicio?

a. Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_

b. ¿Por qué?\_\_\_\_\_

28. ¿Qué acciones adelanta la universidad para mejorar el programa?\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**¡MUCHAS GRACIAS!**

### Anexo D. Muestras estadísticas de estudiantes encuestados.

El número de encuestas para los estudiantes del programa de Finanzas y Negocios Internacionales de la Tecnológica se estableció utilizando la siguiente fórmula probabilística:

$$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$$

Donde:

n= Tamaño necesario de la muestra.

Z= Margen de confiabilidad: 95% de confiabilidad, luego Z =1,96.

S= Desviación estándar para la población objeto de estudio =0.4.

E= Error de estimación de la media muestral respecto a la población =9%.

N= Tamaño de la población = 600 estudiantes en el programa.

Ahora bien, reemplazando en la fórmula, el tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{(0,4)^2}{\frac{(0,09)^2}{(1,96)^2} + \frac{(0,4)^2}{600}} = 67 \text{ estudiantes.}$$

Para el caso de las otras universidades se tomó una muestra dirigida de 30 encuestas por institución, a excepción de la Antonio Nariño que actualmente sólo tiene matriculados 6 estudiantes. En cuanto a los docentes del programa de Finanzas y Negocios Internacionales de la Tecnológica se realizó una muestra también dirigida de 8 encuestas.

**Anexo E. Plan de estudio del programa de comercio internacional de la Universidad Antonio Nariño.**

1	2	3	4	5
Economía Básica.	Microeconomía para el Mercado Mundial.	Teoría Neoclásica de Comercio Inter.	Macroeconomía y Comercio internacional.	Política Económica.
Técnicas Básicas en Negocios Inter.	Importaciones.	Exportaciones.	Cambios Internacionales.	Práctica Internacional I.
Fenomenología de la Empresa.	Planeación Comercial.	Fundamentos de Mercadeo.	Investigación Económica.	Mercadeo Internacional.
Matemáticas I.	Matemáticas II.	Estadísticas I.	Estadística II.	Instituciones Facilitadoras del Comercio Internacional.
Metodología.	Contabilidad General.	Práctica Contable.	Costos, Precios y cotizaciones Internacionales.	Epistemología Económica.
Computadores I	Computadores II	Antropología y Sociología Contemporánea.	Régimen de Comercio Internacional.	Bases de Datos.
				Ingles I.
6	7	8	9	10
Economías Abiertas.	Teoría y política Monetaria.	Economía Colombiana.	Seminario de Coyuntura Económica.	Seminario sobre Desarrollo e internacionalización.
Práctica Internacional II.	Gestión de Negocios Internacionales.	Formulación Evaluación de Proyectos Exportación.	Formulación Evaluación de Proyectos Importación.	Seminario Administración e innovación.
Transporte Empaque y Embalaje.	Organización de Empresa.	Gerencia de Empresas.	Casos Empresariales.	Sector Financiero y Servicio Comercio Internacional.
Finanzas Internacionales.	Administración Financiera.	Competitividad y precios.	Seminario sobre Merc. Finan. Internacional.	Juridicidad Extranjera.
Seguros.	Sociedades Comerciales.	Estadística para Estudio de mercadeo	Legislación Laboral y Tributaria.	Ética cívica y constitución Nacional.
Series de Tiempo.	Redes de Información.	Sistemas de Información en Comercio internacional.	Desarrollo Humano y Construcción Social.	Gestión y Monitoreo del Proyecto de Comercio Internacional.
Ingles II.	Ingles III.	Ingles IV.	Ingles V.	Ingles VI.

**Anexo F. plan de estudio del programa de finanzas y comercio internacionales de la Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar.**

1	2	3	4	5
Habilidades del	Expresión Oral y	Filosofía	Constitución	Ambiente y

Pensamiento.	Escrita		Civilidad.	Desarrollo.
Matemáticas I.	Matemáticas II.	Matemáticas III.	Estadística I.	Estadística II.
Herramientas de Informática.	Contabilidad General.	Contabilidad de Costos.	Ingeniería Económica.	Finanzas I.
Fundamentos de Economía.	Microeconomía I	Macroeconomía I.	Economía Internacional.	Derecho Aduanero y Financiero
Introducc. Ciencias. Económicas Advts.	Fundamentos de Derecho.	Derecho Internacional.	Derecho Comercial Intern. Y Contratación.	Seminario de Investigación.
Electiva Humanidades I.	Procesos Administrativos.	Comercio Exterior I.	Logística y Distribución Física Intern.	Comercio Exterior II.
Introducción a los Negocios Intern.		Electiva I		Electiva Énfasis I.
<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	
Ética y Profesionalismo	Electiva Humanidades II.	Electiva IV.	Electiva Humanidades III.	
Fundamentos de Mercadeo.	Marketing Internacional.		Electiva V.	
Finanzas II.	Mercado de Capitales.		Finanzas Internacionales.	
Cátedra Empresarismo I.	Geopolítica y Coyuntura Intern.	Práctica profesional	Estrategias de Negociación.	
Electiva II.	Cátedra Empresarismo II.		Cátedra Empresarismo III	
Electiva Énfasis II.	Electiva III.		Electiva VI.	
	Electiva Énfasis III.		Electiva Énfasis VI.	

**Anexo G. Plan de estudio programa de administración de comercio exterior y negocios internacionales de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Principio de Economía.	Estadística I.	Contabilidad Básica	Contabilidad de Costo.	Fundamento de Mercadotecnia
Matemática Básica	Calculo Diferencial e Integral.	Estadística II.	Administración Básica.	Arancel.
Expresión Oral Escrita I.	Expresión Oral y Escrita II.	Microeconomía	Macroeconomía.	Teoría y política Comercial Intern.

Historia del Siglo XXI 1.	Historia del Siglo XXI 2.	Literatura Universal	Matemáticas Financieras.	Finanzas.
Introducción al Derecho.	Informática.	Investigación.	Literatura de Colombia	Métodos Cuantitativos.
Ingles I.	Ingles II.	Ingles III.	Ingles IV.	Ingles V.
				Electiva Énfasis Financieros.
<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Investigación de la Mercadotecnia	Administración de la Mercadotecnia	Mercadotecnia Internacional		Trabajo de Grado
Gestión Comercio Exterior	Transporte y Puerto	Logística de la D.F.L.		Seminario Actualización
Cambios y Cotizaciones Internacionales.	Conceptos y Técnicas Negocios Internacionales.	Acuerdos Internacionales de Comercio	Práctica empresarial	
Banca y Crédito Internacional.	Finanzas Internacionales	Formulación y E valuación de Proyectos		
Derecho Comercial	Derecho Internacional	Negociación Internacional		
Ingles VI.	Ingles VII.	Juego Gerencial		
Electiva Énfasis en Mercadeo	Electiva Areas Administrativas.			

**Anexo H. Plan de estudio del programa de comercio internacional y legislación aduanera de IAFIC**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
Humanidades	Administración II.	Teoría del Comercio Internacional II	Aranceles	Registro de Exportaciones	Evaluación de Proyectos
Metodología de la Investigación	Teoría de Comercio Internacional.	Geografía Económica	Registro de Importaciones	Transporte Puertos-Seguro.	Creación de SIA.
Principios de Economía.	Matemática Financiera	Costos	Legislación Aduanera	Zona Franca.	Derecho Comercial.
Contabilidad I.	Contabilidad II.	Instituciones de Comercio	Informática I.	Proyecto Empresarial I.	Administración Portuaria.
Matemáticas I.	Microeconomía	Ingles Técnico I	Ingles Técnico II.	Mercadeo Internacional	Finanzas I.

Administración I.				Distribución Física Internacional.	Ingles Técnico III.
----------------------	--	--	--	--	------------------------