

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

PLAN EXPORTADOR DE EDUCACIÓN CONTINUA A CENTROAMERICA

DEL CENTRO DE EDUCACIÓN PERMANENTE DE LA
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

Angélica Pico
Andrea Robledo
Carlos Mora
17/01/2015

CARTAGENA DE INDIAS D.T.Y

Resumen	9
Introducción	10
Marco teórico	12
Objetivos	15
CAPITULO I: ANALISIS DEL POTENCIAL EXPORTADOR DE EDUCACION CONTINUA	
1.1. Generalidades	16
1.2. Antecedentes	17
1.2.1. Historia	17
1.2.2. Misión	18
1.2.3. Visión	18
1.2.4. Política de calidad	19
1.2.5. Organigrama	20
1.2.6. Productos	21
1.2.6.1. Diplomados	21
1.2.7. Programas cerrados o empresariales	23
CAPITULO II: CONDICIONES DE ACCESO	22
2. Condiciones de acceso por país	25
2.1. PANAMÁ	25
2.1.1. Inteligencia de mercados	25
2.1.2. Datos básicos	26
2.1.3. Indicadores sociales	26
2.1.4. Indicadores económicos	27
2.1.5. Perfil político	28
2.1.6. Perfil educativo	28

2.1.6.1. Ley de educación	29
2.1.7. Formalidades de entrada	29
2.1.7.1. Entrada al país	29
2.1.7.2. En función de procedencia	29
2.1.8. Elementos de ley	31
2.1.9. Transporte	32
2.1.9.1. Vuelos	32
2.1.9.2. Transporte interno	33
2.1.9.3. Estadía/hotel	34
2.1.9.3.1. Valor promedio de hoteles en USD	35
2.2. GUATEMALA	36
2.2.1. Inteligencia de mercados	36
2.2.2. Datos básicos	37
2.2.3. Perfil político	38
2.2.4. Perfil económico	39
2.2.5. Perfil educativo	39
2.2.5.1. Ley de educación	40
2.2.6. Formalidades de entrada	40
2.2.7. Elementos de ley	40
2.2.8. Transporte	44
2.2.8.1. Vuelos	44
2.2.8.2. Transporte interno	45
2.2.9. Estadía/hotel	46
2.2.9.1. Valor promedio de hoteles en USD	47
2.3. HONDURAS	47
2.3.1. Inteligencia de mercados	47
2.3.2. Datos básicos	48
2.3.3. Indicadores sociales	49

2.3.4. Indicadores económicos	50
2.3.5. Perfil político	51
2.3.6. Perfil educativo	51
2.3.6.1. Ley de educación	52
2.3.7. Formalidades de entrada	52
2.3.7.1. Entrada al país	52
2.3.8. Elementos de ley	54
2.3.9. Transporte	55
2.3.9.1. Terrestre	55
2.3.9.2. Vuelos	56
2.3.10. Estadía/hotel	57
2.3.10.1. Valor promedio de hoteles en USD	58
2.4. Análisis de las condiciones de acceso	58

CAPITULO III: CONDICIONES DE MERCADO

3. Análisis de oferta	62
3.1. Panamá	62
3.1.1. Universidad Tecnológica de Panamá	63
3.1.2. Universidad de Panamá	65
3.1.3. Universidad Latina de Panamá	67
3.1.4. Universidad Católica Santa Marta la antigua	67
3.1.5. Universidad Interamericana de Panamá	68
3.2. Honduras	69
3.2.1. Universidad Metropolitana de Honduras	70
3.2.2. Universidad Tecnológica Centroamericana	70
3.2.3. Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán	71
3.2.4. Universidad San Pedro Sula	72
3.2.5. Universidad Autónoma de Honduras	72

3.3. Guatemala	72
3.3.1. Universidad San Carlos de Guatemala	73
3.3.2. Universidad Rafael Landívar	74
3.3.3. Universidad De Galileo	75
3.3.4. Universidad del Istmo	76
3.3.5. Universidad Mariano Gálvez	77
3.3.6. Universidad Mesoamericana	78
3.4. Precios de la oferta	79
3.4.1. Análisis promedio de precios	80
3.5. Análisis condiciones de mercado	82
CAPITULO IV: ESTRATEGIAS DE ENTRADA	
4.1. DOFA de la UTB frente al mercado objetivo	85
4.2. Estrategias de marketing mix: las 4P	86
4.2.1. Estrategias de precio	86
4.2.2. Estrategias de plaza	86
4.2.3. Estrategias de promoción	86
4.2.4. Estrategias de publicidad	86
4.3. Estrategias a nivel general	87
4.3.1. Dirigidas a la universidad	87
4.3.1.1. De costo	87
4.3.1.2. De servicio	87
4.3.2. Dirigidas al producto	87
4.3.3. Dirigidas al mercado	88
4.3.3.1. Segmento objetivo	88
CONCLUSIONES	89
ANEXOS	92

Tabla No.1: generalidades del Centro de educación permanente de la UTB	16
Tabla No.2: Programas abiertos del CEP, Facultad Economía y Negocios	21
Tabla No.3: Programas abiertos del CEP, Facultad Economía y Negocios	22
Tabla No.4: Programas abiertos del CEP, Facultad Economía y Negocios	22
Tabla No.5: Diplomados empresariales CEP, Facultad Economía y Negocios	23
Tabla No.6: Cursos empresariales CEP, Facultad Economía y Negocios	24
Tabla No.7: Seminarios empresariales CEP, Facultad Economía y Negocios	24
Tabla No.8: Datos básicos de Panamá	26
Tabla No.9: Indicadores sociales	26
Tabla No.10: Indicadores económicos	27
Tabla No.11: En función de la procedencia	29
Tabla No.12: Precios primer semestre del año 2015	32
Tabla No.13: Precios segundo semestre del año 2015	32
Tabla No.14: itinerario dentro de la Ciudad de Panamá	33
Tabla No.15: Hoteles dentro de la ciudad de Panamá	34
Tabla No.16: Promedio dos noches	35
Tabla No.17: Ficha técnica de Guatemala	37
Tabla No.18: Perfil económico	39
Tabla No.19: Precios del segundo semestre 2014 y primer semestre 2015	44
Tabla No 20: itinerario dentro de la ciudad de Guatemala	45

Tabla No.21: Hoteles dentro de la ciudad de Guatemala	46
Tabla No.22: Promedio tres noches	47
Tabla No.23: Datos básicos de Honduras	48
Tabla No. 24: Indicadores sociales de Honduras	49
Tabla No.25: Indicadores económicos de Honduras	50
Tabla No. 26: Transporte terrestre dentro del país	55
Tabla No.27: Precios primer y segundo semestre del año 2015	56
Tabla No.28: Hoteles dentro de Tegucigalpa	57
Tabla No.29: Promedio de precios de hoteles en Tegucigalpa	58
Tabla No.30: Comparación de costos de los tres países. Valor en dólares	59
Tabla No.31: Programas abiertos de la UTP. Facultad de sistemas computacionales	63
Tabla No.32: Programas abiertos de la UTP. Facultad de ingeniería civil	64
Tabla No.33: Programas abiertos de la UTP. Facultad ingeniería industrial	64
Tabla No.34: Servicio de educación continua por facultad	66
Tabla No.35: Servicios de educación continua ULP	67
Tabla No.36: Servicios de educación continua USMA	68
Tabla No.37: Servicios de educación continua UIP	69
Tabla No.38: Servicios de educación continua UMH	70
Tabla No.39: Servicios de educación continua UNITEC	71
Tabla No.40: servicios de educación continua UPNFM	71
Tabla No.41: servicios de educación continua USCG	74
Tabla No.42: Servicios de educación permanente URL	75

Tabla No.43: Servicios de educación permanente UDG	76
Tabla No.44: Servicios de educación permanente UDI	77
Tabla No.45: Servicios educación permanente UMG	78
Tabla No.46: Servicios de educación permanente UM	79
Tabla No.47: Promedio de precios de los CEP de los países. Valor en dólares	80
Tabla No.48: Oferta de los programas de educación permanente	82
Tabla No.49: Costos de mantener a un profesor en cada país. Cifras en USD	94
Tabla No.50: Pago de profesores por hora en los distintos servicios ofrecidos. Cifras en USD	95
Tabla No.51: Desembolso inicial en cada país. Cifras en USD	95
Tabla No.52: Precios del mercado	96
Tabla No.53: ingresos por diplomados. Cifras en USD	97
Tabla No.54: Ingresos por cursos. Cifras en USD	97
Tabla No.55: Ingresos por seminarios. Cifras en USD	97
Tabla No.56: Ingresos anuales. Cifras en USD	98

Grafico No.1: Organigrama de la UTB	18
Grafico No.2: Comparación de costos de los tres países. Valor en dólares	60
Grafico No.3: Promedio de precios del Centro de Educación Permanente de los países	80
Grafico No.4: Interpretación económica del VPN	100

RESUMEN

Dentro del siguiente plan exportador, miramos la forma como la Universidad Tecnológica de Bolívar puede traspasar sus fronteras educativas, más específicamente hacia los países de Guatemala, Honduras y Panamá. Buscamos que la compatibilidad entre estos tres países y Colombia sea la más óptima, tanto en educación como condiciones de acceso.

En este proyecto, se encontrara todo lo necesario que permitirá a la Universidad Tecnológica de Bolívar ampliar sus fronteras y que tanto estudiantes de la universidad se beneficien, así como los estudiantes de Guatemala, Honduras y Panamá. Se lleva a cabo un análisis de costos con el fin de que este plan exportador sea sostenible y rentable, por lo menos, los siguientes tres años.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día nos encontramos en un entorno muy competitivo debido a la rapidez del cambio e innovación de la tecnología, rigidez de las estructuras empresariales y de la organización del trabajo, globalización de los mercados, y fuerte competitividad, todo esto provoca que las empresas hagan un constante esfuerzo por adaptarse a los cambios y garantizar su competitividad; para ello es necesario formarse y formar a los profesionales que trabajan en las empresas. En la actualidad, la empresa innovadora y competitiva es aquella que, cuenta con un personal capacitado y formado para poder avanzar.

Por su parte el sector empresarial busca constantemente perfeccionar tanto conocimientos como habilidades de la fuerza laboral, algunas organizaciones recurren a la educación no formal y brindan capacitación especializada a sus empleados. Esta vía de capacitación, denominada formación a la medida, le permite al trabajador actualizarse y desarrollar competencias requeridas en su trabajo diario. Por lo mencionado anteriormente, la educación continua se ha convertido en una opción viable para las empresas al momento de fortalecer a su recurso humano en aquellas áreas en las que detecten falencias.

Se entiende por educación continua y permanente, un derecho y obligación, en cuanto a la necesidad que tenemos los seres humanos de educarnos toda la vida, a través de una actividad construida académicamente, y que tienen como propósito, la capacitación, la actualización, la complementación y profundización de los conocimientos, y el desarrollo de habilidades y fortalecimiento de competencias con programas flexibles no conducentes a conceder un título.

De acuerdo con la Ley 115 de 1994, la educación continuada busca complementar, actualizar y capacitar a los profesionales, estudiantes en aspectos académicos o laborales sin otorgar títulos como la educación tradicional (pregrados y posgrados). En este sentido, diplomados, seminarios, cursos y talleres pretenden perfeccionar, renovar y profundizar los conocimientos y habilidades de los estudiantes.

En el caso de los servicios de educación nacional, las instituciones de educación superior (IES) buscan gestionar y promover cursos, diplomados, seminarios, talleres de formación y, en general, desarrollar e implementar actividades que permitan dar respuesta a las necesidades de contextualización e integración de conocimientos de los distintos gremios y sectores sociales, en las diferentes áreas de las Ciencias Humanas. El centro de educación permanente de la UTB (CEP) ha diseñado una oferta de servicios y programas orientados a satisfacer las necesidades del entorno empresarial y las diferentes industrias.

Este trabajo pretende formular ciertas estrategias para la internacionalización de los programas de educación continua de la Universidad Tecnológica de Bolívar a Panamá, Guatemala y Honduras, con la intención de posicionarse en el largo plazo como una de las instituciones educativas de mayor formación en Centroamérica, a través de la elaboración de un plan exportador que contemple los servicios que presta la UTB actualmente en el centro de educación permanente (CEP), una inteligencia de mercado y por último un plan de acción para los tres países identificados.

MARCO TEORICO

“el plan exportador es un documento que menciona toda la estrategia comercial a desarrollar en un mercado específico y el conjunto de todas las acciones a efectuar para vender los productos y servicios en el exterior” (proexport).

Según la clasificación de la Organización Mundial del Comercio (OMC), el modo de exportar un servicio se caracteriza por el elemento que se desplaza a otro país, bien sea el proveedor (exportador) del servicio (Modos 2 y 3), el consumidor del servicio (Modo 2), o el mismo servicio (Modo 1 y 4).

En este caso el modo a usar es el modo de presencias físicas, donde el personal capacitado viaja temporalmente al país importador, para prestar el servicio donde el consumidor es residente, como ejemplo, podemos identificar: consultorías, investigaciones, publicidad o asistencias técnicas.

A través de 5 pasos, Proexport presenta las fases que debe analizar, considerar y evaluar el empresario en su proceso de internacionalización.¹

1. ¿Se está listo para exportar? En esta parte se hace una selección preliminar del producto o servicio, se mira la disponibilidad del producto, calidad, valor agregado, relación calidad/precio, adaptabilidad y una evaluación de la capacidad de la empresa.
2. Se identifica la potencialidad del producto o servicio: se analiza el comportamiento del producto/ servicio en el mercado internacional y se evalúan las condiciones de acceso.
3. Se analiza la demanda: Se conocen las preferencias del mercado en el que se quiere incursionar.
4. Se simulan los costos.
5. Se conocen las herramientas de promoción.

El plan exportador de educación continua de la Universidad Tecnológica de Bolívar, busca mediante este documento el conocimiento y asesoría para la exportación de su servicio y mejora continua de este.

Dentro del plan exportador se encuentran tres etapas:

1. Diagnostico Empresarial: donde se realiza un análisis del potencial de la empresa.
2. Inteligencia de Mercado: se hace un análisis del potencial exportador del producto o servicio en el mercado.
3. Plan de Acción: se definen las metas de exportación, estrategias y actividades requeridas para alcanzar.

El plan exportador debe ser considerado como un plan estratégico por la empresa, donde está aproveche el proceso de internacionalización donde a la vez permita la formulación de estrategias para aprovechar las oportunidades comerciales y

¹ <http://www.colombiatriade.com.co/por-que-exportar/guia-para-exportar-servicios>

definir el mecanismo para el posicionamiento de la empresa ante las barreras de entrada y de salida de un mercado.

Otra característica del plan exportador es conocer mediante este documento las diversas oportunidades que puede tener las empresas en otros países, donde a la vez le permite a la empresa conocer mejor su competencia, haciendo que este permita realizar mejoras para lograr la competitividad internacional.

Por último el plan exportador debe ser tomado en cuenta como una mejora continua en el cual sea flexible en cuanto a que a estar sujeto a revisión, ajustes, correcciones y evaluaciones, en el cual también se plasmen los problemas y oportunidades para así llegar a las estrategias que se puedan implementar dentro del plan exportador.

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

Analizar la mayor oportunidad que tienen los servicios del centro de educación permanente (CEP) de la Universidad Tecnológica de Bolívar de ser exportados, mediante la formulación y elaboración de un plan exportador hacia Centroamérica durante los próximos tres años (2015 a 2018).

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el potencial exportador de la UTB en sus programas de educación continúa.
- Analizar las condiciones de acceso a los mercados a países de Centro América como es Honduras, Guatemala y Panamá.
- Determinar qué servicios de la Universidad Tecnológica de Bolívar en su programa de educación continúa, tiene mayor oportunidad para ser exportados a Centroamérica.

CAPITULO I: ANALISIS DEL POTENCIAL EXPORTADOR DE EDUCACION CONTINUA

1.1 GENERALIDADES

Tabla No. 1 Generalidades del Centro de educación permanente de la UTB

Nombre de la entidad	Universidad Tecnológica de Bolívar
División	Centro de educación permanente
Teléfonos	6606041 Ext.: 405-468-466-448-456
Directora	Roxana Ávila
Dirección	Campus Casa Le maître: Calle del Bouquet cra.21 #25-92, barrio Manga
Ciudad	Cartagena
Pagina web	http://www.unitecnologica.edu.co/direccion_de_extension/cep/index.php/
E - mail	ravila@unitecnologica.edu.co
Sector económico	Servicios de educación

1.2 ANTECEDENTES

1.2.1 HISTORIA

La Universidad Tecnológica de Bolívar fue fundada el 5 de agosto de 1970 como una Institución con vocación empresarial, para formar profesionales en los programas de Economía e Ingenierías Eléctrica, Mecánica e Industrial, respondiendo así a las necesidades del sector industrial y al desarrollo de la Región.

Para la fecha de su fundación, la UTB fue la primera y la única Institución de Educación Superior privada de Cartagena de Indias y es por lo tanto, la más antigua de la Ciudad. Se constituyó entonces como una corporación universitaria sin ánimo de lucro y obtuvo su Personería Jurídica mediante la Resolución No. 961 del 26 de octubre de 1970, emitida por la Gobernación del Departamento de Bolívar.

Inició sus actividades académicas el 3 de marzo de 1971, así mismo en noviembre de 2003 la Tecnológica fue reconocida como universidad por el Ministerio de Educación Nacional. En el presente, la UTB es un proyecto educativo que se consolida como una Universidad de excelencia, competitiva, internacional, innovadora, empresarial, con una investigación orientada a brindar soluciones para el desarrollo regional y con una clara responsabilidad social.

Cuenta con dos campus propios, tenemos presencia en 14 Centros Regionales de Educación Superior en Bolívar; tiene 18 programas de profesionales universitarios, 11 programas técnicos y tecnológicos, 16 programas de especialización, 12 maestrías, 150 programas de educación permanente; desarrolla proyectos de investigación y

consultorías con los sectores público y privado; mantiene alianzas con entidades educativas nacionales e internacionales y desarrolla proyectos de impacto social en pro de promover la igualdad de oportunidades y el mejoramiento de la calidad de vida en la Región Caribe colombiana.

1.2.2 MISIÓN

“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, organizacionales y con un sentido de responsabilidad social conducente al mejoramiento de la calidad de vida de nuestra ciudad y del Caribe.”

1.2.3 VISION

Mega al 2015 de la UTB es: “Ser referente nacional de Educación Superior, con vocación global y socio estratégico del sector empresarial para el desarrollo económico, humano y social”. Una perspectiva para su logro, se aprecia en el siguiente.

1.2.4 POLITICA DE CALIDAD

A través de la Política de Calidad y Sostenibilidad, la Universidad Tecnológica de Bolívar manifiesta su compromiso con la implementación de un Sistema Integrado de Gestión, asegurando el cumplimiento de su misión, de los requisitos ambientales vigentes relacionados con su actividad, y el mejoramiento continuo de sus procesos académicos y administrativos.

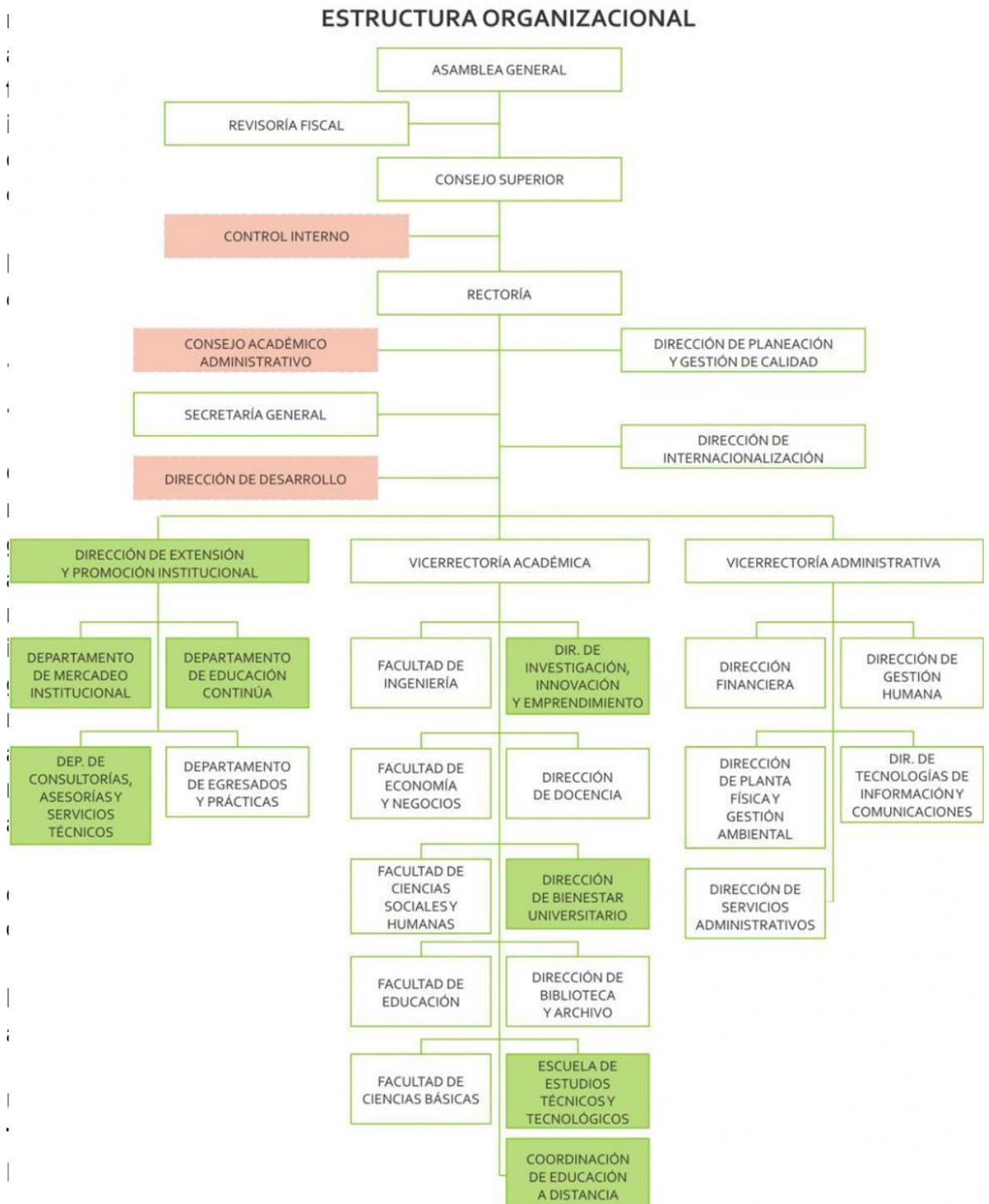
La UTB, garantiza que todos sus procesos contribuyen a la plena satisfacción de los usuarios del servicio educativo que presta, y del control de los aspectos e impactos ambientales que se puedan generar en torno a sus actividades, en un marco organizacional y laboral ético, con responsabilidad social, teniendo en cuenta su capital intelectual, técnico y financiero.

Es compromiso de la UTB entregar a nuestra comunidad universitaria, egresados, empresarios y demás usuarios, un servicio de buena calidad que garantice su satisfacción mediante la oportunidad, pertinencia y amabilidad, apoyados en un talento humano competente, comprometido con el mejoramiento continuo y el desarrollo sostenible de la región Caribe y el país.

1.2.5 ORGANIGRAMA

Grafico No.1 Organigrama de la UTB

G



1.2.6 PRODUCTOS

- ✚ Programas abiertos: Diplomados, cursos, seminarios.
- ✚ Programas cerrados o empresariales: Diplomados, cursos, seminarios.

1.2.6.1 DIPLOMADOS

Los diplomados han sido generados como resultado de las necesidades particulares de los individuos que desean fortalecer sus habilidades y competencias específicas. Cada uno de estos programas se ofrece mediante un calendario establecido para un año lectivo.

Tabla No. 2 Programas abiertos del CEP, Facultad de Ingeniería.

DIPLOMADOS		
Logística internacional y gestión portuaria.	Gestión de proyectos en el Sistema General de Regalías.	Preparación para el examen de operación bursátil.
Formulación de proyectos de investigación e innovación.	Gestión integral de ventas, servicio y fidelización.	Habilidades gerenciales.
Normas Internacionales de Información Financiera - NIC- NIIF/IFRS.	Administración de propiedades horizontales.	Planeación estratégica y prospectiva
Gerencia integral de la PYME.	Habilidades profesionales para el desempeño como visitador médico a nivel comercial.	Gerencia Financiera
Comercio exterior		

Tabla No. 3 Programas abiertos del CEP, Facultad Ingeniería.

CURSOS	
Microsoft Project (avanzado).	Selección, operación y mantenimiento de bombas.
Preparación para el Examen PMP®.	Corrosión, prevención y protección. Análisis de casos.
Planeación Organizacional.	Microsoft Office Excel (avanzado).
Técnica del Valor Ganado en Gestión de Proyectos.	Calderas de vapor.
Análisis estructural por elementos finitos.	Gestor energético básico.
Introducción a la ingeniería offshore.	Microsoft Project (básico).

Tabla No. 4 Programas abiertos del CEP, Facultad Economía y negocios

SEMINARIOS	
La responsabilidad social empresarial y los reportes de sostenibilidad.	Actualización tributaria y medio magnético año 2013.
Reforma tributaria año 2012.	

1.2.7 PROGRAMAS CERRADOS O EMPRESARIALES

La Universidad Tecnológica de Bolívar, está comprometida con el desarrollo del capital humano de la región y el país, como el factor clave de la competitividad empresarial; para la competitividad empresarial, diseña a la medida de las necesidades organizacionales, a través de cursos, seminarios, diplomados, conferencias, rutas empresariales nacionales e internacionales.

Estos programas buscan capacitar exclusivamente a un grupo de profesionales en un campo específico, es decir para atender necesidades específicas. Son diseñados a la medida, para resolver problemas reales de una organización. A continuación se muestran los distintos programas que ofrece el CEP de la Universidad tecnológica de bolívar dentro de la facultad de economía y negocios.

Tabla No. 5 Diplomados empresariales CEP, Facultad Economía y negocios.

DIPLOMADOS	
Gerencia de servicios de salud.	Gestión comercial.
CULTURA KAM: organizaciones orientadas al cliente.	Gerencia Financiera.

Tabla No. 6 Cursos empresariales CEP, Facultad Economía y negocios.

CURSOS	
Outdoor training: trabajo en equipo.	Metodologías para la medición y control de la gestión - balanced scorecard.
Desarrollo de otro y empoderamiento.	Comercio exterior.
La planeación estratégica en las organizaciones.	-

Tabla No. 7 Seminarios empresariales CEP, Facultad Economía y negocios.

SEMINARIOS	
Cómo hacerse un poderoso negociador.	Cautivando al público - competencias comunicativas.
Definición de precios de venta y negociación.	Técnicas efectivas de negociación comercial.
Orientación al cliente.	Hablemos claro sobre servicio.
Directivos con mentalidad de servicio.	Manejo de temas críticos y quejas en redes sociales.
Cómo gestionar y solucionar PQRS, problemas, quejas, reclamos y clientes disgustados.	-

CAPITULO II: CONDICIONES DE ACESO

2. CONDICIONES DE ACCESO POR PAIS

2.1. PANAMA

2.1.1. INTELIGENCIA DE MERCADOS



2.1.2. DATOS BASICOS

Tabla No 8. Datos básicos de Panamá.

Nombre oficial	Republica de Panamá
Superficie	75.420 Km ²
Población	3.510.045 habitantes
Densidad demográfica	46,53 hab/km ²
Grupos de población	Mestizos: 70%, Amerindios: 20%, Blancos: 10%
Capital	Ciudad de Panamá
Religiones	Católicos: 85%, Protestantes: 15%
Lenguas	Oficial: Español: 86%, Otras: Ingles: 14%
Moneda	Oficial: Dólar, Otras: Balboa

Fuente: tabla realizada por los estudiantes en base a datos de Proexport Colombia, cifras 2012.

2.1.3. INDICADORES SOCIALES

Tabla No 9. Indicadores sociales.

POBLACION		BIENESTAR SOCIAL	
Crecimiento de la población	1,41%	Índice de desarrollo humano	58
Estructura por edades	3.510.045 habitantes	Gasto público en salud/PIB	8,3%
0-14 años	28,6%	Gasto público en educación	3,8%
15-64 años	64,2%	Índice Gini de desigualdad	0,520
65 años o mas	7,2%		
Distribución por sexos			
Hombres	50,3%		
Mujeres	49,7%		
Población urbana	75%		

Fuente: tabla realizada por los estudiantes en base a datos de Proexport Colombia, cifras 2012.

2.1.4. INDICADORES ECONOMICOS

Tabla No 10. Indicadores económicos.

PRODUCCION		EMPLEO	
PIB corriente	67804 (Millones USD)	Tasa de desempleo	4,5%
PIB PPA	50,25 (Miles de millones USD)	Población ocupada por sectores	
PIB per cápita	16329 (Millones USD)	Agricultura	17,0%
Índice de competitividad global	49	Industria	18,6%
crecimiento del PIB	10,6	Servicios	64,4%
PIB por sector		Desempleo por géneros	
Agricultura	3,8%	Hombres	21,1%
Industria	16,8%	Mujeres	11,7%
Servicios	79,6%	Precios (2012)	
Tasa de inflación	6,1%	Índice de precios al consumidor	5,9%
Tasa bruta de matriculación	79,7% la más alta de Latinoamérica		

Fuente: tabla realizada por los estudiantes en base a datos de Proexport Colombia, cifras 2012.

2.1.5. PERFIL POLITICO

La Constitución Política de Panamá se promulgó en 1972 y fue reformada en 1978 y en 1983. Establece un gobierno unitario, republicano, democrático y representativo con representación de los tres órganos del estado. El poder público emana del pueblo y se ejerce por medio de los tres poderes: Legislativo, Ejecutivo y Judicial con respeto del principio de separación de poderes pero con vocación de cooperación y limitados por el principio político de frenos y contrapesos.

El Órgano Ejecutivo está formado por el Presidente de la República y los Ministros de Estado. El Presidente es elegido por sufragio universal directo por un periodo de 5 años al igual que el Primer y Segundo Vicepresidente.

El Órgano Judicial está constituido por la Corte Suprema de Justicia, los Tribunales y los Juzgados que la Ley establezca. Le corresponde administrar justicia de manera permanente, gratuita y expedita. El Órgano Legislativo está constituido por la Asamblea Nacional y tiene como función principal la expedición de leyes. Está formada por Diputados escogidos mediante el principio de representación partidista y votación popular directa para un periodo de 5 años.

2.1.6. PERFIL EDUCATIVO

La educación superior está comandada por las dos principales universidades estatales: la Universidad de Panamá y la Universidad Tecnológica de Panamá. Los programas de estudios de las universidades restantes son fiscalizados y aprobados por estas dos instituciones.

2.1.6.1. LEY DE EDUCACION

ARTICULO 99. ²Sólo se reconocen los títulos académicos y profesionales expedidos por el Estado o autorizados por éste de acuerdo con la Ley. La Universidad Oficial del Estado fiscalizará a las universidades particulares aprobadas oficialmente para garantizar los títulos que expidan y revalidará los de universidades extranjeras en los casos que la Ley establezca.

2.1.7. FORMALIDADES DE ENTRADA

2.1.7.1. ENTRADA AL PAÍS

El gobierno panameño puede cambiar las regulaciones de entrada en cualquier momento. Un turista que legalmente entra en Panamá puede permanecer en el país por 90 días a condición de tener:

- ✓ Pasaporte Válido: Todos los turistas deben llevar su pasaporte, válido al menos 6 meses más allá del período de su estadía.
- ✓ Un billete de salida del país, dentro de las fechas que les corresponda en función de la nacionalidad.
- ✓ Solvencia Económica: Se tiene que demostrar un mínimo de USD 500 en efectivo o igual en tarjeta de crédito en la entrada del país.

2.1.7.2. EN FUNCION DE PROCEDENCIA

Tabla No 11. En función de la procedencia.

² <http://www.asamblea.gob.pa/main/LinkClick.aspx?fileticket=fDgmRvYW8cY%3D&tabid=123>

Nombre del País	Países que no requieren de visas ni tarjetas de turistas	Países cuyos ciudadanos pueden entrar en Panamá con una tarjeta de turista
Alemania	X	
Hungría,	X	
Argentina	X	
Israel	X	
Australia	X	
Italia	X	
Chile	X	
Nicaragua	X	
Costa Rica	X	
Polonia	X	
El Salvador	X	
Portugal	X	
España	X	
el Reino Unido	X	
Finlandia	X	
Grecia	X	
Francia	X	
Singapur	X	
Guatemala	X	
Suiza	X	
Honduras	X	
Uruguay	X	
Los Países Bajo	X	
Luxemburgo	X	
Bélgica	X	
Bolivia	X	
Antigua & Barbuda		X
Aruba		X
Belice		X
Bermuda		X
Brasil		X
Canadá		X
Colombia		X
Corea del Sur		X
Curazao		X
(las Antillas Holandesas)		X
Estados Unidos		X
el Vaticano		X
Grenada		X
Grecia		X
Guyana		X
Islandia		X
Jamaica		X
Japón		X
Malta		X
Paraguay		X
Samoa Occidental		X
St. Kits & Nevis		X
San Vicente y las Granadinas		X
Trinidad y Tobago		X
Venezuela		X

2.1.8. ELEMENTOS DE LEY

CONSTITUCION POLITICA DE LA REPUBLICA DE PANAMA.

CAPITULO 5°

EDUCACIÓN.

ARTICULO 99.

³Sólo se reconocen los títulos académicos y profesionales expedidos por el Estado o autorizados por éste de acuerdo con la Ley. La Universidad Oficial del Estado fiscalizará a las universidades particulares aprobadas oficialmente para garantizar los títulos que expidan y revalidará los de universidades extranjeras en los casos que la Ley establezca.

ARTICULO 100

⁴La educación se impartirá en el idioma oficial, pero por motivos de interés público la Ley podrá permitir que en algunos planteles ésta se imparta también en idioma extranjero. La enseñanza de la historia de Panamá y de la educación cívica será dictada por panameños.

ARTICULO 105.

⁵Se reconoce la libertad de cátedra sin otras imitaciones que las que, por razones de orden público, establezca el Estatuto Universitario.

³ Constitución política de la República de Panamá, Capitulo 5, Educación, Artículo 99.

⁴ Constitución política de la República de Panamá, Capitulo 5, Educación, Artículo 100.

⁵ Constitución política de la República de Panamá, Capitulo 5, Educación, Artículo 105.

2.1.9. TRANSPORTE

2.1.9.1. VUELOS

El estudio de los vuelos entre los países se ha basado en los siguientes supuestos:

- ✓ El profesor durara un total de dos días en el país extranjero.
- ✓ Se tomaran dos aerolíneas diferentes para comparar precios.
- ✓ Se tomara el primer y segundo semestre del año 2015 para el cálculo de los precios.
- ✓ Fecha en el primer semestre: fecha de salida, viernes 20 de marzo. Fecha de regreso, domingo 22 de marzo.
- ✓ Fecha en el segundo semestre: fecha de salida, viernes 21 de agosto. Fecha de regreso, domingo 23 de agosto.

Tabla No 12. Precios primer semestre del año 2015.



AEREO LINEAS	CLASE	VALOR EN USD
Avianca	Económico	612
Copa Airlines	Económico	573

Tabla No 13. Precios segundo semestre del año 2015.



AEREO LINEAS	CLASE	VALOR EN USD
Avianca	Económico	709
Copa Airlines	Económico	574

2.1.9.2. TRANSPORTE INTERNO

Realizando un estudio acerca de que tipos de transporte que podría utilizar nuestro docente en la ciudad de Panamá, encontramos que son factibles dos servicios: taxi (transporte público) y transporte corporativo (transporte privado). El anterior transporte, es un servicio que ofrecen empresas privadas dedicadas a transportar personas en base a necesidades específicas como: tours, eventos, convenciones, chofer, actividades personales entre otras; la diferencia entre un taxi y este servicios es que el segundo es único y exclusivo para el cliente, con tiempos de espera y recogida.

De los hoteles disponibles se selecciono el Gran International Hotel, por la cercanía a las dos principales universidades estatales.

A continuación se muestran los precios del traslado de nuestro docente dentro de la ciudad de Panamá:

Tabla No 14. Itinerario dentro de la ciudad de Panamá.

FECHA	DESDE	HASTA	COSTO USD	PASAJEROS	IDA Y VUELTA
20 de marzo de 2015	Apto tocumen	Hotel gran internacional	\$ 33	1 o 2 máx.	NO
20 de marzo de 2015	Hotel gran internacional	U. de Panamá	\$ 38	1 o 2 máx.	SI
21 de marzo de 2015	Hotel gran internacional	Tecnológica de Panamá	\$ 38	1 o 2 máx.	SI
22 de marzo de 2015	Hotel gran internacional	apto tocumen	\$ 18	1 o 2 máx.	NO
		TOTAL	\$ 127		

Fuente: tabla realizada por los estudiantes .

2.1.9.3. ESTADIA/HOTEL

Para la selección del hotel dentro la ciudad de Panamá (capital), se tuvieron en cuenta las siguientes consideraciones:

- Se tomaron hoteles entre tres y cuatro estrellas.
- Se tomaron hoteles con cercanía a las dos principales universidades de Panamá.
- La estadía durara tres días, dos noches.

TABLA NO 15. Hoteles dentro de la ciudad de Panamá.

HOTELES	ESTRELLAS	UBICACIÓN	VALOR USD/NOCHE	VALOR DOS NOCHES EN USD
Hotel centro americano	***	Ave. Ecuador Y Justo Arosemena Apdo.; Zona 3	\$ 55	\$ 110
Gran internacional hotel	***	Vía Argentina, Ciudad De Panamá	\$ 65	\$ 131
wydham garden Panamá centro	***	364 Calle Del Cangrejo	\$ 82	\$ 164
Hotel Ávila Panamá	***	Av. Perú, Entre Calles 36 Y 37	\$ 58	\$ 116
Hotel plaza paitilla inn	****	Vía Italia, Punta Paitilla, Calle Winston Churchill	\$ 91	\$ 182
Novotel Panamá city	****	José I. Fábregas Y Thais De Ponds, Diagonal A Jap Jap - Sector Bellavista El Cangrejo	\$ 84	\$ 169
Doubletree Hilton Panamá	****	Avenida Federico Boyd Y Vía España	\$ 83	\$ 166
Hotel príncipe	****	El Cangrejo, Vía Argentina, Calle José Isaac Fábrega	\$ 65	\$ 130

Fuente: tabla realizada por los estudiantes

2.1.9.3.1. VALOR PROMEDIO DE HOTELES EN USD

TABLA NO 16. Promedio dos noches.

VALOR PROMEDIO EN USD	DOS NOCHES
HOTEL TRES ESTRELLAS	130 USD
HOTEL CUATRO ESTRELLAS	162 USD

Fuente: tabla realizada por los estudiantes

2.2. GUATEMALA

2.2.1. INTELIGENCIA DE MERCADOS



Guatemala, es el Corazón del Mundo Maya. Su historia se remonta a cuatro mil años, cuando emergió la civilización maya, cuyo legado perdura hoy en día con las tradiciones y cultura de su gente.

Guatemala es un país de extraordinaria riqueza cultural y natural y con una ubicación geográfica privilegiada. Las distancias de lugar a lugar son cortas, lo que permite visitar varias regiones en un mismo viaje.

Es un país único, de aventura, inolvidable, entre su pasado y presente, además de la diversidad de actividades que ofrece al visitante. Conocido como el país de la eterna primavera, goza de un clima agradable que permite visitarlo en cualquier época del año. Además, ofrece varias posibilidades de acceso desde cualquier parte del mundo, contando con dos aeropuertos internacionales: La Aurora, situado en la ciudad capital; y Mundo Maya, ubicado en el departamento de Petén.

Guatemala con su riqueza y diversidad ofrece numerosas formas para gozar sus vacaciones o viajes de negocios, porque pueden encontrar en un solo lugar diferentes segmentos de turismo, en sus siete maravillosas regiones.

2.2.2. DATOS BASICOS

Tabla No 17. FICHA TECNICA DE GUATEMALA.

FICHA TECNICA	
NOMBRE	República de Guatemala
CAPITAL	Ciudad de Guatemala
LENGUA	Español
MONEDA	Quetzal
RELIGION	Católica, protestante,
POBLACION	15.700.000 habitantes
SITUACION GEOGRAFICA	Oeste y Norte: con México
	Este: con Belice y golfo de Honduras
	Sureste: con Honduras y Salvador
	Sur: con el océano pacifico
Distribución por Sexo	Hombres: 49,3%
	Mujeres: 50,7%

Fuente: tabla realizada por los estudiantes en base a datos de Proexport Colombia, cifras 2012.

2.2.3. PERFIL POLITICO

Guatemala es un estado independiente y democrático, organizado con el fin del bien común, tiene territorio delimitado el cual solo el estado tiene jurisdicción por sus organismos, los cuales tiene diferentes funciones para el desarrollo del país.

- ✓ Organismo Ejecutivo: está formado por el presidente de la República de Guatemala, Vicepresidente, el consejo de ministros y por las demás entidades públicas correspondientes a este organismo y es el encargado de hacer cumplir las leyes nacionales.
- ✓ Organismo Judicial: corresponde fundamentalmente a la Corte Suprema de Justicia y los demás tribunales y tienen la potestad de juzgar y promover la ejecución de lo juzgado.
- ✓ Organismo Legislativo: está conformado por el Congreso Nacional de Guatemala, Juntas Directivas, Diputados, Constitución Política y Comisiones Parlamentarias y son las encargadas de elaborar y promover las leyes.

2.2.4. PERFIL ECONOMICO

TABLA No 18. PERFIL ECONOMICO.

PERFIL ECONOMICO	
PIB CORRIENTE	\$ 50,30
CRECIMIENTO DEL PIB	3,10%
PIB PER CÁPITA	5,200,0 USD
DEUDA PUBLICA	29,90%
POBLACION ACTIVA	68%

Fuente: tabla realizada por los estudiantes en base a datos de Proexport Colombia, cifras 2012.

2.2.5. PERFIL EDUCATIVO

El fin principal de la educación es mejorar el nivel de vida de los individuos. En Guatemala se garantiza la libertad de enseñanza y de criterio docente. Es obligación del Estado proporcionar y facilitar educación a sus habitantes sin discriminación alguna. Se declara de utilidad y necesidad públicas la fundación y mantenimiento de centros educativos culturales y museos.⁶

En Guatemala la educación es impartida por 2 sectores: el sector público o estatal, a través de las escuelas oficiales del Ministerio de Educación, y el sector particular o privado.

⁶ Constitución Política de la Republica, artículo 71.

2.2.5.1. **LEY DE EDUCACION**

Los títulos y diplomas cuya expedición corresponda al Estado, tiene plena validez legal. Los derechos adquiridos por el ejercicio de los profesionales acreditados por dichos títulos, deben ser respetados y no podrán emitirse disposiciones de cualquier clase que los limiten o restrinjan.⁷

2.2.6. FORMALIDADES DE ENTRADA

A través del acuerdo Ministerial número 322-2013 se elimina el requisito de visa a los ciudadanos colombianos que ingresan a Guatemala. (Cancillería Ministerio de Relaciones Exteriores)

2.2.7. ELEMENTOS DE LEY

CONSTITUCIÓN POLITICA DE LA REPUBLICA DE GUATEMALA

SECCION QUINTA

UNIVERSIDADES

Artículo 82.- Autonomía de la Universidad de San Carlos de Guatemala. La Universidad de San Carlos de Guatemala, es una institución autónoma con personalidad jurídica. En su carácter de única universidad estatal le corresponde con exclusividad dirigir, organizar y desarrollar la educación superior del Estado y la educación profesional universitaria estatal, así como la difusión de la cultura en todas sus manifestaciones. Promoverá por todos los medios a su alcance la investigación en todas las esferas del saber humano y cooperará al estudio y solución de los problemas nacionales.

⁷ Constitución Política de la República de Guatemala, artículo 81

Se rige por su Ley Orgánica y por los estatutos y reglamentos que ella emita, debiendo observarse en la conformación de los órganos de dirección, el principio de representación de sus catedráticos titulares, sus graduados y sus estudiantes.

Artículo 83.- Gobierno de la Universidad de San Carlos de Guatemala. El gobierno de la Universidad de San Carlos de Guatemala corresponde al Consejo Superior Universitario, integrado por el Rector, quien lo preside; los decanos de las facultades; un representante del colegio profesional, egresado de la Universidad de San Carlos de Guatemala, que corresponda a cada facultad; un catedrático titular y un estudiante por cada facultad.

Artículo 84.- Asignación presupuestaria para la Universidad de San Carlos de Guatemala. Corresponde a la Universidad de San Carlos de Guatemala una asignación privativa no menor del cinco por ciento del Presupuesto General de Ingresos Ordinarios del Estado, debiéndose procurar un incremento presupuestal adecuado al aumento de su población estudiantil o al mejoramiento del nivel académico.

Artículo 85.- Universidades privadas. A las universidades privadas, que son instituciones independientes, les corresponde organizar y desarrollar la educación superior privada de la Nación, con el fin de contribuir a la formación profesional, a la investigación científica, a la difusión de la cultura y al estudio y solución de los problemas nacionales.

Desde que sea autorizado el funcionamiento de una universidad privada, tendrá personalidad jurídica y libertad para crear sus facultades e institutos, desarrollar sus actividades académicas y docentes, así como para el desenvolvimiento de sus planes y programas de estudio.

Artículo 86.- Consejo de la Enseñanza Privada Superior. El Consejo de la Enseñanza Privada Superior tendrá las funciones de velar porque se mantenga el nivel académico en las universidades privadas sin menoscabo de su independencia y de autorizar la creación de nuevas universidades; se integra por dos delegados de la Universidad de San Carlos de Guatemala, dos delegados por las universidades privadas y un delegado electo por los presidentes de los colegios profesionales que no ejerza cargo alguno en ninguna universidad.

Artículo 87.- Reconocimiento de grados, títulos, diplomas e incorporaciones. Sólo serán reconocidos en Guatemala, los grados, títulos y diplomas otorgados por las universidades legalmente autorizadas y organizadas para funcionar en el país, salvo lo dispuesto por tratados internacionales.

La Universidad de San Carlos de Guatemala, es la única facultada para resolver la incorporación de profesionales egresados de universidades extranjeras y para fijar los requisitos previos que al efecto hayan de llenarse, así como para reconocer títulos y diplomas de carácter universitarios amparados por tratados internacionales. Los títulos otorgados por universidades centroamericanas tendrán plena validez en Guatemala al lograrse la unificación básica de los planes de estudio.

No podrán dictarse disposiciones legales que otorguen privilegios en perjuicio de quienes ejercen una profesión con título o que ya han sido autorizados legalmente para ejercerla.

Artículo 88.- Exenciones y deducciones de los impuestos. Las universidades están exentas del pago de toda clase de impuestos, arbitrios y contribuciones, sin excepción alguna.

Serán deducibles de la renta neta gravada por el Impuesto sobre la Renta las donaciones que se otorguen a favor de las universidades, entidades culturales o científicas.

El Estado podrá dar asistencia económica a las universidades privadas, para el cumplimiento de sus propios fines.

No podrán ser objeto de procesos de ejecución ni podrán ser intervenidas la Universidad de San Carlos de Guatemala y las universidades privadas, salvo el caso de las universidades privadas cuando la obligación que se haga valer provenga de contratos civiles, mercantiles o laborales.

Artículo 89.- Otorgamiento de grados, títulos y diplomas. Solamente las universidades legalmente autorizadas podrán otorgar grados y expedir títulos y diplomas de graduación en educación superior.

Artículo 90.- Colegiación profesional. La colegiación de los profesionales universitarios es obligatoria y tendrá por fines la superación moral, científica, técnica y material de las profesiones universitarias y el control de su ejercicio.

Los colegios profesionales, como asociaciones gremiales con personalidad jurídica, funcionarán de conformidad con la Ley de Colegiación Profesional obligatoria y los estatutos de cada colegio se aprobarán con independencia de las universidades de las que fueren egresados sus miembros.

Contribuirán al fortalecimiento de la autonomía de la Universidad de San Carlos de Guatemala y a los fines y objetivos de todas las universidades del país.

En todo asunto que se relaciones con el mejoramiento del nivel científico y técnico cultural de las profesiones universitarias, las universidades del país podrán requerir la participación de los colegios profesionales.

2.2.8. TRANSPORTE

2.2.8.1. VUELOS

El estudio de los vuelos entre los países se basado en los siguientes supuestos:

- El profesor permanecerá en el país vecino un total de 4 días y 3 noches.
- Se tendrá en cuenta dos aerolíneas para la comparación de precios.
- Se tomara el segundo semestre del 2014 y el primer semestre del 2015 para la comparación de precios en las dos temporadas.

Tabla No 19. Precios del segundo semestre 2014 y primer semestre 2015.



CLASIFICACION	VALOR USD TEMPORADA 1	VALOR USD TEMPORADA 2
Promocional	729	1.493
Económica	886	1.543
Económica extra	1.013	1.094
Económica flexible	1.242	1.242

2.2.8.2. TRANSPORTE INTERNO

Tabla No 20. Itinerario dentro de la ciudad de Guatemala

FECHA	DESDE	HASTA	COSTO USD	IDA Y VUELTA
02 de octubre del 2014	Aeropuerto	Hotel zona 10	\$ 25	NO
03 de octubre del 2014	Hotel zona 10	Universidad	\$ 30	SI
04 de octubre del 2014	Hotel zona 10	Universidad	\$ 30	SI
05 de octubre del 2014	Hotel zona 10	aeropuerto	\$ 25	NO
	TOTAL		\$ 110	

Fuente: Tabla elaborada por los estudiantes

Realizando el estudio para movilidad interna del profesor, se encontró que en la ciudad de Guatemala es de fácil acceso el taxi (transporte público) y el transporte corporativo (transporte privado). El transporte corporativo es el aliado ideal de cualquier empresa que desee ofrecer a sus ejecutivos y/o visitantes un transporte cómodo; la diferencia entre estos dos que el segundo transporte es exclusivamente para el cliente y su movilización dentro de la ciudad a los lugares que necesite ir con tiempo de espera y recogida.

A continuación se muestran los precios del traslado de nuestro docente dentro de la ciudad de Guatemala:

2.2.9. ESTADIA/HOTEL

Para la selección del hotel dentro de la ciudad de Guatemala se tuvieron en cuenta las siguientes consideraciones:

- Se tuvieron en cuenta los hoteles más cercanos a la universidad principal de Guatemala que en este caso es la Universidad San Carlos de Guatemala.
- Se cotizaron hoteles entre tres y cuatro estrellas.
- La cotización se hizo para 4 días y 3 noches.

TABLA No 21. Hoteles dentro de la ciudad de Guatemala

NOMBRE	ESTRELLAS	UBICACIÓN	PRECIO/NOCHE COP	USD
Radisson Hotel And Suites Guatemala City	***	1a Avenida 12-46 Zona 10 Guatemala City, Guatemala, 01010 Guatemala	154.470,00	77,00
Princess Guatemala	***	13 Calle 7 65 Zona 9 Guatemala City, Guatemala	164.420,00	82,00
Hotel Santander Plaza	***	15 Calle 3-52, Zona 10 Guatemala City, Guatemala,	151.774,00	76,00
Hotel Biltmore	***	15 Calle 0-31, Zona 10 Guatemala City, Guatemala,	179.733,00	90,00
Suites Jardin Imperial	***	CALLE 17-86 Zona 15 Colonia El Maestro Guatemala City, Guatemala	84.035,00	42,00
Barcelo Guatemala City	****	7 Avenida 15-45, Zona 9 Guatemala	162.059,00	81,00
Holiday Inn Guatemala City	****	1a Avenida 13-22 Zona 10 Guatemala	177.736,00	89,00
Hotel Camino Real Antigua	****	7a Calle Poniente 33B Antigua Gua	256.620,00	128,00
Real InterContinental Guatemala	****	14 Calle 2-51 Zona 10 Guatemala Ci	257.167,00	129,00
Hotel Vista Real Guatemala	****	ongacion Boulevard Los Proceres KM 9, Zona 15 Guatemala City,	202.186,00	101,00

Fuente: tabla realizada por los estudiantes

2.2.9.1. VALOR PROMEDIO DE HOTELES EN USD

Tabla No 22. Promedio tres noches.

VALOR PROMEDIO EN USD	3 NOCHES
Hotel 3 noches	73
Hotel 4 noches	106

2.3. HONDURAS

2.3.1. INTELIGENCIA DE MERCADOS



2.3.2. DATOS BÁSICOS

Tabla No 23. Datos básicos de Honduras.

Nombre oficial	República de Honduras
Superficie	112.090 km ²
Población	8.296.693 habitantes
Densidad demográfica	63,8 hab/km ²
Grupos de población	Mestizos: 90%, Amerindios: 7%, Población Negra: 2% y blancos: 1%
Capital	Distrito Central: Tegucigalpa y Comayagüela
Religión	Católicos: 97% y Protestantes: 3%
Idioma	Español: 93% y Dialectos amerindios: 7%
Moneda	Lempira

Fuente: tabla realizada por los estudiantes en base a datos de Proexport Colombia, cifras 2012.

2.3.3. INDICADORES SOCIALES

Tabla No 24. Indicadores sociales de Honduras

POBLACION		BIENESTAR SOCIAL	
Crecimiento de la población	1,838%	Índice de desarrollo humano	121
Estructura por edades		Gasto público en salud/PIB	7,3%
0-14	36,7%	Gasto público en educación/PIB	NA
15-64	59,5%	Índice Gini de desigualdad	0,580
65 años o más	3,8%		
Distribución por sexos			
Hombres	44,4%		
Mujeres	55,6%		
Población urbana	52%		

Fuente: tabla realizada por los estudiantes en base a datos de Proexport Colombia, cifras 2012.

2.3.4. INDICADORES ECONOMICOS

Tabla No 25. Indicadores económicos de Honduras.

PRODUCCION		EMPLEO	
PIB corriente	17.300 (millones USD)	Tasa de empleo	4,5%
PIB PPA	35,6 (miles de millones USD)	Población ocupada por sectores	
PIB per cápita	4.300 USD	Agricultura	39,2%
PIB por sectores		Industria	20,9%
Agricultura	14,1%	Servicios	64,4%
Industria	27,4%	Desempleo por géneros	
Servicios	58,5%	Mujeres	21,1%
Tasa de inflación	6,34%	Hombres	11,7%
Tasa de escolaridad	24,6%	Precios (2011)	
		IPC	5,9%

Fuente: tabla realizada por los estudiantes en base a datos de Proexport Colombia, cifras 2012.

2.3.5. PERFIL POLITICO

La constitución política de Honduras fue promulgada por el jefe de estado, general Policarpo Paz García (1981). Este establece que Honduras es un Estado de derecho, soberano, constituido como República libre, democrática e independiente. Así mismo establece que es un gobierno republicano, democrático y representativo; se ejerce por tres poderes: Legislativo, ejecutivo y Judicial.

El Poder Ejecutivo está constituido por el Presidente de La República, es electo por voto popular durante un período de cuatro años, sin posibilidad de reelección continua. El Poder Legislativo lo ejerce el Congreso Nacional de Honduras, el cual consta de 128 diputados. El Poder Judicial es ejercido por la Suprema Corte de Justicia

2.3.6. PERFIL EDUCATIVO

De acuerdo con la constitución de Honduras dentro de sus artículos del 156 al 177 expone que, el nivel superior de la educación corresponde a la Universidad Autónoma de Honduras. Así mismo, la educación superior será autorizada, organizada, dirigida y supervisada por el Poder Ejecutivo por medio de la Secretaria de Educación Pública. Por otro lado, el nivel educativo debe ser igual o superior a lo conforme con la ley.

Dentro de la ley y los estatutos, se fija la organización, funcionamiento y atribuciones de la educación. Los títulos de carácter académico otorgados por la Universidad Autónoma de Honduras, Universidades Privadas y extranjeras tendrán validez; y aquellos que obtengan el título académico podrán ejercer actividad profesional

2.3.6.1. LEY DE EDUCACIÓN

Universidades: Universidad Metropolitana de Honduras, Universidad Tecnológica Centroamericana, Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán, Universidad Tecnológica de Honduras, Escuela Nacional de Ciencias Forestales, Universidad de San Pedro Sula

Decreto No 79, Ley Orgánica de Educación, en su artículo 64 expone que: Para el ejercicio de la docencia en cualquiera de los niveles del sistema educativo, a que esta ley se refiere, se requiere poseer título docente y ser ciudadano hondureño por nacimiento, natural o naturalizado, excepto en los casos en que no haya personal nacional capacitado para la enseñanza de asignaturas especiales en el nivel medio y magisterial. Los maestros sin título tendrán el carácter de interinos.

Acuerdo Ejecutivo No. 0760-5E-99, Reglamento General del Estatuto del Docente, Artículo 6 que: Los docentes centroamericanos y de otra nacionalidad podrán ingresar en la carrera docente cuando llenando los requisitos de Ley, exista en su país de origen, reciprocidad con Honduras. En ningún caso un docente extranjero podrá ejercer cargos de Directiva Central, departamental y/o Docente. Asimismo no podrá ejercer la enseñanza de la Constitución de la República de la Historia y Geografía Nacional y la educación Cívica.

2.3.7. FORMALIDADES DE ENTRADA

2.3.7.1. ENTRADA AL PAIS

El gobierno Hondureño, a partir del 12 de septiembre de 2007, entró en vigor la supresión recíproca del requisito de visa entre Colombia y Honduras. El Acuerdo establece que los nacionales de ambos países contratantes, titulares de pasaportes corrientes vigentes, podrán

entrar, permanecer y salir del territorio del otro país, sin requisito de visa, por un período de hasta noventa (90) días, contados a partir de la fecha de entrada, para fines de turismo, tránsito o negocios.

La permanencia podrá ser extendida por las autoridades competentes, de conformidad con los respectivos requerimientos de inmigración.

Sin embargo, se deben presentar los siguientes documentos en los aeropuertos:

- ✓ Pasaporte con vigencia mayor a seis (6) meses, es decir que no expire en los próximos seis meses.
- ✓ Pasaje de ida y vuelta o de continuación de viaje a otro país con su correspondiente visa, si fuera del caso.
- ✓ Todo viajero/a nacional o extranjero (de 1 a 60 años) que salga o ingrese de Honduras, debe presentar el certificado internacional de vacunación contra la FIEBRE AMARILLA, el cual será reconocido como válido sólo si la vacuna ha sido aplicada diez (10) días antes de su ingreso a Honduras y su fecha de aplicación no sea mayor a diez (10) años. Mostrar certificado médico en caso de no poder aplicarse dicha vacuna.
- ✓ “Carta de Invitación” suscrita por la empresa, institución o persona anfitrión, detallando el motivo del viaje, nombre, dirección, teléfono, fecha del mismo, dirección exacta y número de teléfono donde se dirigirá en Honduras, tiempo de estadía en el país y/o presentar o “Reserva del hotel o constancia de hospedaje” de la persona/institución que invita al país. (Disposición de las Aerolíneas).

2.3.8. ELEMENTOS DE LEY⁸

ARTÍCULO 156.- Los niveles de la educación formal, serán determinados en la ley respectiva, excepto el nivel superior que corresponde a la Universidad Nacional Autónoma de Honduras.

ARTÍCULO 157.- La educación en todos los niveles del sistema educativo formal, excepto el nivel superior, será autorizada, organizada, dirigida y supervisada exclusivamente por el Poder Ejecutivo por medio de la Secretaría de Educación Pública, la cual administrará los centros de dicho sistema que sean totalmente financiados con fondos públicos.

ARTÍCULO 158.- Ningún centro educativo podrá ofrecer conocimientos de calidad inferior a los del nivel que le corresponde conforme a la Ley.

ARTÍCULO 160.- La Universidad Nacional Autónoma de Honduras es una Institución Autónoma del Estado, con personalidad jurídica, goza de la exclusividad de organizar, dirigir y desarrollar la educación superior y profesional. Contribuirá a la investigación científica, humanística y tecnológica, a la difusión general de la cultura y al estudio de los problemas nacionales. Deberá programar su participación en la transformación de la sociedad hondureña.

La Ley y sus estatutos fijarán su organización, funcionamiento y atribuciones.

Para la creación y funcionamiento de Universidades Privadas, se emitirá una ley especial de conformidad con los principios que esta Constitución establece.

⁸ <http://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Honduras/hond05.html>

Sólo tendrán validez oficialmente los títulos de carácter académico otorgados por la Universidad Nacional Autónoma de Honduras así como los otorgados por las Universidades Privadas y extranjeras, reconocidos todos ellos por la Universidad Nacional Autónoma de Honduras.

La Universidad Nacional Autónoma de Honduras es la única facultada para resolver sobre las incorporaciones de profesionales egresados de universidades extranjeras.

Sólo las personas que ostenten título válido podrán ejercer actividades profesionales.

Los títulos que no tengan carácter universitario y cuyo otorgamiento corresponda al Poder Ejecutivo tendrán validez legal.

2.3.9. TRANSPORTE

2.3.9.1. TERRESTRE

Tabla No 26. Transporte terrestre dentro del País.

Tipo de Camioneta	Capacidad de Pasajeros	Cantidad	Precio Total a pagar
Hyundai Santa Fe	5 pasajeros	1	USD 600

Fuente: tabla realizada por los estudiantes.

Trayecto: Aeropuerto – Hotel – Aeropuerto

Traslados internos en Tegucigalpa. Incluye:

- ✓ Combustible.
- ✓ Conductor capacitado.
- ✓ Viáticos del Conductor.
- ✓ Aire acondicionado.

- ✓ Sonido Estéreo.
- ✓ Seguro contra accidentes.
- ✓ Monitoreo GPS.

2.3.9.2. VUELOS

Tabla No 27. Precios primer y segundo semestre del año 2015.

COPA AIRLINES				
VUELOS	IDA	REGRESO	COP	USD
ECONÓMICA EXTRA	\$ 1.184.720	\$ 881.350	\$ 2.066.070	\$ 1.035
ECONÓMICA EXTRA	\$ 1.278.740	\$ 881.350	\$ 2.160.090	\$ 1.082
ECONÓMICA FLEX	\$ 1.361.040	\$ 952.040	\$ 2.313.080	\$ 1.159
AVIANCA				
VUELOS	IDA	REGRESO	COP	USD
SUPER FLEXI	\$ 1.600.585	\$ 1.273.590	\$ 2.874.175	\$ 1.440
SUPER FLEXI - ECONOMICO	\$ 1.600.585	\$ 745.065	\$2.345.650	\$ 1.175
SUPER FLEXI - FLEXI	\$ 1.600.585	\$ 983.430	\$2.584.015	\$ 1.295

2.3.10. ESTADIA/ HOTEL

Tabla No 28. Hoteles dentro de Tegucigalpa.

HOTELES	ESTRELLAS	COP	USD	DIRECCIÓN
Humuya Inn	***	\$ 211.633	\$ 106	Colonia Humuya 1150
Holiday Inn Express Tegucigalpa	***	\$ 206.831	\$ 104	Colonia Lomas del Mayab frente a la Curacao
Plaza del General Hotel	***	\$ 219.871	\$ 110	Colonia Palmira, Frente a Plaza San Martín, Apartado postal 3983
Clarion Hotel Real Tegucigalpa	****	\$ 221.716	\$ 111	Colonia Alameda Calle Principal Juan Pablo Li
Hotel Portal del Angel	****	\$ 263.811	\$ 132	Avenida República del Perú #2115
Intercontinental Real Tegucigalpa	****	\$ 291.425	\$ 146	Avenida Roble
Tegucigalpa Marriott Hotel	****	\$ 345.903	\$ 173	Boulevard Juan Pablo II
Hotel y Casino Excelsior	****	\$ 192.673	\$ 97	Avenido Cervantes number 1515

Fuente: tabla realizada por los estudiantes .

2.3.10.1. PROMEDIO DE HOTELES EN USD

Tabla No 29. Promedio de precios de hoteles en Tegucigalpa.

HOTELES	VALOR USD POR DOS NOCHES
3 estrellas	\$ 107
4 estrellas	\$ 132

Fuente: tabla realizada por los estudiantes.

2.4. ANALISIS DE LAS CONDICIONES DE ACESO

Una vez realizado la inteligencia de mercado podemos entrar a analizar y a comparar los tres países con respecto a lo legal, de costos y requisitos de entrada.

Dentro del marco legal, encontramos las leyes de educación de cada país que restringen o permiten la exportación de servicios de educación continua de otras universidades del país. Encontramos que en Panamá y Guatemala no existe restricción alguna dentro del marco legal, que impida a las universidades extranjeras ofrecer servicios de educación permanente dentro del país; Por otro lado, en honduras, el decreto No 79, la ley orgánica de educación, expone que para el ejercicio de la docencia en cualquiera de los niveles del sistema educativo, a que esta ley se refiere, se requiere poseer título docente y ser ciudadano hondureño por nacimiento, natural o naturalizado, excepto en los casos en que no haya personal nacional capacitado para la enseñanza de asignaturas especiales en el nivel medio y magisterial; una vez mencionado lo anterior, encontramos que existe una barrera que impide a las universidades extranjeras ofertar sus servicios de educación permanente, ya que no se puede ejercer la docencia sin ser ciudadano hondureño por nacimiento, esto conlleva a crear una estrategia de mercado que permita ofertar los servicios del CEP de la universidad tecnológica de bolívar dentro del marco legal de dicho país.

Con relación a los costos, analizamos los de estadía y de transporte de un docente de la universidad tecnológica de bolívar en cada país; para ello se tuvieron en cuenta las siguientes consideraciones:

- ✓ El profesor durara un total de dos días en el país extranjero.
- ✓ Se tomaran dos aerolíneas diferentes para comparar precios.
- ✓ Se tomara el primer y segundo semestre del año 2015 para el cálculo de los precios.
- ✓ Se tomaron hoteles de tres y cuatro estrellas.
- ✓ Se tomaron hoteles con cercanía a las dos principales universidades de cada país.
- ✓ La estadía durara tres días, dos noches.

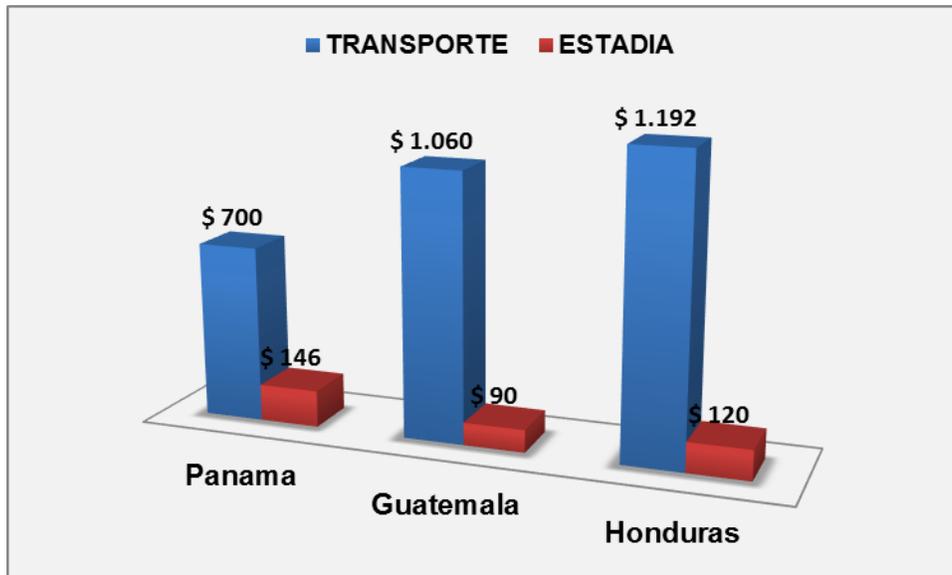
Con base a lo anterior calculamos los costos de estadía y de transporte (vuelos y transporte interno dentro del país) de un docente a cada uno de los países estudiados. Los resultados fueron los siguientes:

Tabla No 30. Comparación de costos de los tres países. Valor en dólares.

PAÍS	TRANSPORTE	ESTADIA
Panamá	\$ 700	\$ 146
Guatemala	\$ 1,060	\$ 90
Honduras	\$ 1,192	\$ 120

Fuente: tabla realizada por los estudiantes.

Grafico No 2. Comparación de costos de los tres países. Valor en dólares.



Fuente: Cuadro realizado por los estudiantes

De acuerdo a la tabla y al gráfico anterior podemos decir que, en promedio, los costos de transporte (vuelos y transporte interno dentro del país) más altos, son los de Honduras, con \$1,192 dólares en total. Por otro lado el más bajo es el de Panamá con \$700 dólares el total; esto se debe en parte a la distancia entre un país y otro.

Con respecto a la estadía, los costos más altos son los de Panamá, con \$146 dólares, los tres días, dos noches; esto se debe principalmente a la alta demanda turística que tiene Panamá frente a los demás países y por lo mismo el costo de pasar varios días en un hotel dentro del país es relativamente más costoso.

Por último las formalidades de entrada a extranjeros en Panamá son más restrictivas frente a Honduras y Guatemala; mientras que en el primero se requiere tarjeta de turista, no superar un periodo de 90 días dentro del país, tener un billete de salida del país, dentro de las fechas que les corresponda en función de la nacionalidad y mostrar solvencia Económica: un mínimo de

500 dólares en efectivo o igual en tarjeta de crédito, mientras en honduras y Guatemala no se requiere visa para el ingreso al país de residentes colombianos.

CAPITULO III: CONDICIONES DE MERCADO

3. ANÁLISIS DE OFERTA

3.1. PANAMA

Teniendo en cuenta el perfil educativo de Panamá, podemos estudiar la oferta de los servicios de educación continua que ofrecen las cinco principales universidades de Panamá: La Universidad tecnológica de Panamá, la Universidad de Panamá, la Universidad latina de Panamá, la Universidad interamericana de Panamá y la Universidad católica santa María la antigua.

3.1.1. Universidad Tecnológica de Panamá

La universidad tecnológica de Panamá dentro de su oferta ofrece una variedad de servicios internos y externos de educación continua, dentro de los cuales se destacan: el centro de emprendedurismo y el centro especializado de lenguas.

Los servicios internos son aquellos que ofrecen a su comunidad (estudiantes, profesores, administrativos e investigadores) y los servicios externos o abiertos son ofrecidos a la comunidad en general.

Dentro de los servicios externos o abiertos ofrecen los siguientes: cursos, seminarios y talleres.

A continuación mostraremos la oferta de servicios externos o programas abiertos e internos de la Universidad Tecnológica de Panamá.

Tabla No 31. Programas abiertos de la UTP Facultad de sistemas computacionales.

INGENERIA DE SISTEMAS COMPUTACIONALES		
DIPLOMADOS	SEMINARIOS	CURSOS
Multimedios	Open Office	Dream Weaver
base de datos	Office Microsoft	Flash Básico
Inteligencia de negocios	Word	Flash Avanzado
	Access	Soporte y Mantenimiento de computadoras
	Excell	Crystal Report Versión 11 /2008
	Power Point	Linux Básico
	Publisher	Linux Intermedio
	Window 7	Linux Avanzado
	Outlook	

Tabla No 32. Programas abiertos de la UTP Facultad ingeniera civil.

INGENERIA CIVIL		
DIPLOMADOS	SEMINARIOS	CURSOS
N/A	Seminario ArcGis ver 10.0	Excel básico
	Seminario de Actualización para Evaluación de Impacto Ambiental	Excel avanzado
		Autocad 2010
		Autocad Civil 3D
		Sap2000 Versión 15

Tabla No 33. Programas abiertos de la UTP Facultad ingeniera industrial.

INGENIERIA INDUSTRIAL		
DIPLOMADOS	SEMINARIOS	CURSOS
Diplomado en Salud y Seguridad Ocupacional en el sector Marítimo Portuario.	Reingeniería.	N/A
Diplomado en Gestión de la Calidad.	Distribución de planta.	
Diplomado Internacional en Gestión de Responsabilidad Social.	Planificación y control de producción.	

Diplomado en Sistemas de Gestión para la Seguridad de la Cadena Logística del Comercio Internacional	Gestión de Calidad.	
	Mantenimiento Industrial.	
	Seguridad e Higiene Industrial.	
	Logística.	
	Productividad.	

3.1.2. Universidad de Panamá

La universidad de Panamá cuenta con un amplio número de facultades en las cuales ofrecen servicios de educación permanente a la comunidad panameña y extranjera. Dentro de estos servicios se ofrecen diplomados, cursos, talleres, seminarios, entre otros más.

A continuación se muestran las facultades dentro de las cuales se ofrece servicios de educación continua:

- Facultad de enfermería.
- Facultad de arquitectura.
- Facultad de humanidades.
- Facultad de ciencias agropecuarias.

En la siguiente tabla se detallara por facultad los servicios de educación permanente que ofrece la universidad:

Tabla No 34. Servicios de educación continúa por facultad.

<p>Facultad de enfermería</p>	<p>Seminarios</p> <p>Diplomados</p> <p>Convenios</p> <p>Programas de autogestión mediante prestación de servicios, capacitación y asistencia técnica.</p> <p>Planes de capacitación institucional por medio de asesorías y consultorías, servicios tecnológicos, convenios internacionales y prácticas.</p> <p>Programas de incentivo a docentes, administrativos y estudiantes /productividad académico profesional.</p>
<p>Facultad de arquitectura</p>	<p>Capacitación a nivel de:</p> <p>Diplomados</p> <p>Cursos</p> <p>Seminarios</p> <p>Conferencia</p>
<p>Facultad de humanidades</p>	<p>Seminario – taller: “la educación superior y el fenómeno de las drogas”</p>
<p>Facultad de ciencias agropecuarias</p>	<p>Diplomado en Extensión Agropecuaria</p>

3.1.3. Universidad latina de Panamá

La universidad latina de panamá le brinda a la comunidad panameña a través de la educación continua una nueva alternativa para capacitarse y actualizarse en diversas aéreas del conocimiento, mediante de la oferta de diplomados competitivos e innovadores que generen valor agregado en la práctica personal y profesional.

En la siguiente tabla se detallaran los diplomados que ofrece la universidad a su comunidad:

Tabla No 35. Servicios de educación continua ULP.

Diplomados	Diplomado en Mercadeo con énfasis en Imagen Corporativa. Educación Continua programación. Curso en Lenguaje no Verbal. Curso de Locución. Diplomado en Project Management. Diplomado en Gastronomía Básica.
-------------------	--

3.1.4. Universidad católica santa María la antigua

En la universidad USMA se tiene como responsabilidad programar, organizar, ejecutar actividades de adiestramiento y capacitación en las áreas que no están académicamente insertas en un programa de estudios. Entre los servicios que brindan están Diplomados, Seminarios, Cursos, Consultoría a Empresas y seminarios in House.

Algunos de los diplomados que se ofrecen son:

Tabla No 36. Servicios de educación continúa USMA.

DIPLOMADOS	CURSOS
Administración integral y normativa de proyectos.	COBIT Versión 5.
	Tributarismo Internacional.
Auditoría interna y riesgo para la certificación CIA.	
Asistencia administrativa gerencial.	Comunicar sin Vulgarizar.
Contabilidad aplicada para profesionales.	
Finanzas para profesionales multidisciplinarios.	

3.1.5. Universidad Interamericana de Panamá

La universidad interamericana de Panamá ofrece El Programa de Educación Continua, la cual es una unidad perteneciente a la Dirección de Extensión Universitaria de la universidad, el cual está orientado a mantener una formación integral.

Dentro de sus programas, tienen los siguientes:

Tabla No 37. Servicios de educación continúa UIP.

DIPLOMADOS	CURSOS
Diplomado en Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional.	Curso de locución.
Diplomado en Gerencia de Proyectos.	
Diplomado en Habilidades Gerenciales	
Diplomado en Derecho Laboral.	

3.2. HONDURAS

Teniendo en cuenta las leyes de educación y el perfil educativo de Honduras, podemos analizar las ofertas en cuanto a educación continua de las siguientes universidades, a saber: Universidad Metropolitana de Honduras, Universidad Tecnológica Centroamericana, Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán, Universidad de San Pedro Sula y Universidad Autónoma de Honduras.

3.2.1. Universidad Metropolitana de Honduras

La UMH busca contribuir al desarrollo del país en todas sus facetas mediante la buena calidad del servicio educativo, construyendo así, recursos humanos de calidad con proyección internacional en los diferentes campos humanos.

Tabla No 38. Servicios de educación continúa UMH

UNIVERSIDAD\OFERTA	DIPLOMADOS
Universidad metropolitana de honduras	De idiomas (francés, inglés y mandarín)

3.2.2. Universidad Tecnológica Centroamericana

La UNITEC es una universidad interesada en que tanto estudiantes como docentes tengan la oportunidad de enfrentar los desafíos de un mundo globalizado, con una economía de libre mercado y altamente competitiva. Esta universidad no ofrece educación continua.

Tabla No 39. Servicios de educación continúa UNITEC

UNIVERSIDAD\OFERTA	CURSOS
Universidad tecnológica de centroamericana	Diseño de Espacio e Interiores
	Fotografía
	Orientación Familiar
	Gestión Integral de Proyectos
	Gestión de Energías Renovables y Eficiencia Energética
	Producción Audiovisual
	Inglés
	Habilidades Gerenciales
	Tecnologías Aplicadas a la Educación
Gestión de Micro y Pequeñas Empresas (MYPES)	

3.2.3. Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán

La UPNFM enfocada en la formación de los docentes con miras a competencias científicas, humanísticas y tecnológicas, todo esto en respuesta al sistema educativo y al contexto social nacional e internacional.

Tabla No 40. Servicios de educación continúa UPNFM

UNIVERSIDAD\OFERTA	DIPLOMADOS
UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL FRANCISCO MORAZÁN	Formación Pedagógica en Educación Superior
	Universitario en Gestión, Dirección y Evaluación de Instituciones Educativas
	Informática
	Inglés como segunda lengua

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

3.2.4. Universidad San Pedro Sula

Misión:⁹ “Educación integral para un mundo global”

Visión¹⁰: “Ser la primera universidad privada de Honduras, líder en calidad educativa, tecnología e innovación”

Esta universidad no ofrece educación permanente.

3.2.5. Universidad Autónoma de Honduras

La Universidad Autónoma de Honduras es una universidad estatal y autónoma, responsable constitucionalmente de organizar, dirigir y desarrollar el tercer y cuarto nivel educativo. Esta universidad no ofrece educación permanente.

3.3. GUATEMALA

En Guatemala las instituciones tienen con la sociedad una gran responsabilidad. Se espera que las mismas contribuyan a brindar oportunidades para que las personas que sirven encuentren en el conocimiento, un instrumento de desarrollo humano que les ayude a lograr una mejor calidad de vida.

En Guatemala, la enseñanza superior comprende aquella que tiene un carácter no universitario y la universitaria propiamente dicha. Se imparte en tres clases de centros: una universidad del Estado (Universidad San Carlos), universidades privadas y un centro especializado adscrito a la Universidad del Istmo (Instituto Femenino de Estudios Superiores –IFES).

^{9 2} <http://www.usap.edu/la-universidad/mision-y-vision/#sthash.Xzprq9fX.dpuf>

El objetivo final de la Universidad San Carlos de Guatemala es elevar el nivel espiritual de los habitantes del país, conservando, promoviendo y difundiendo la cultura y el saber científico. Dentro de ésta finalidad, organiza y dirige estudios de cultura superior; promueve la organización de la extensión universitaria; e incentiva la investigación científica, filosófica, técnica o de cualquier otra naturaleza cultural.

Y la finalidad de las universidades privadas es la de contribuir al desarrollo de la enseñanza superior; la investigación científica, humanística y técnica; la difusión de la cultura; el estudio y solución de los problemas nacionales; y el servicio a la comunidad.

Ahora bien, teniendo en cuenta el perfil educativo de Guatemala, podemos estudiar la oferta de los servicios de educación continua que ofrecen las cinco principales universidades de Guatemala que son las siguientes:

3.3.1. Universidad San Carlos De Guatemala

En su carácter de única universidad estatal le corresponde con exclusividad dirigir, organizar y desarrollar la educación superior del estado y la educación estatal, así como la difusión de la cultura en todas sus manifestaciones y promover por todo los medios la investigación en todas las esferas del conocimiento humano.

La educación continua en la Universidad de San Carlos de Guatemala, es una actividad educativa metodológicamente distinta al sistema educativo universitario formal. Su funcionamiento se caracteriza por ser creativo, flexible e incluyente, ya que brinda aprendizaje de carácter presencial, sumí- presencial y virtual, para participar en el programa, los interesados

deben cumplir con una asistencia mínima de ochenta por ciento y, atender las asignaciones que los expertos les programen.

A continuación mostraremos detalladamente la oferta del programa de educación continua de la Universidad San Carlos de Guatemala:

Tabla No 41. Servicios de educación continúa USCG

Diplomados	Cursos
litigio estratégico	Proyecto y Gerencia
	Auditoria Social
	Gestión por Resultados
	Actualización en justicia Judicial

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes

3.3.2. Universidad Rafael Landívar

La Universidad Rafael Landívar es una institución de educación superior guatemalteca, independiente y no lucrativa, de inspiración cristiana, visión católica y de tradición jesuítica.

La Educación Continua es una modalidad o estrategia de educación no formal que la Universidad ofrece, sus cursos están dirigidos a público en general, profesionales, estudiantes y empresas con necesidades muy específicas en el campo laboral y/o personal.

A continuación se detalla la oferta del programa de educación continua de la URL:

Tabla No 42. Servicios de educación permanente URL

CURSOS	DIPLOMADOS
Idiomas	En administración de pequeñas y medianas empresas
Mercadotecnia y Publicidad	Ingeniería
Negocios	
Recursos Humanos	
Político y Social	
Estrategias Digitales de comunicación y Marketing.	
Estrategias en Logística de almacenamiento y transporte	

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes

3.3.3. Universidad De Galileo

La Universidad Galileo fundamenta sus actividades en el individuo como ser humano; reconoce la necesidad de apoyar el desarrollo de los guatemaltecos en general y está plenamente consciente que la principal herramienta para el crecimiento de las personas es la educación. Además Reconoce la necesidad de capacitar al estudiante para el Auto-aprendizaje, motivando al alumno a desarrollar destrezas en esta dirección, requiriendo cada vez menos del soporte permanente del profesor

El programa de educación continua tiene la intención de brindar oportunidades de estudio a aquellas personas que finalizaron una carrera, pero desean continuar un proceso de formación permanente, o para las personas que sin tener una profesión desean actualizarse.

En el siguiente cuadro podrán observar los distintos programas o cursos que ofrece la Universidad de Galileo.

Tabla No 43. Servicios de educación permanente UDG

Diplomados	Cursos
Diplomado en Desarrollo en Visual Studio	Microsoft
Diplomado en Redes Profesional Cisco	Primeros Auxilios Básico
Diplomado en Redes Cisco	
Diplomado en Innovación Educativa	
Diplomado Universitario en Diseño de Página Web	
Diplomado en Base de Datos	
Diplomado en Tecnología de Redes Windows	
Diplomado en Marketing Político	
Diplomado de Operador de Sistemas de Informática Plan Diario	
Diplomado de Operador de Sistemas de Informática Plan Sabatino	

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

3.3.4. UNIVERSIDAD DEL ISTMO

La Universidad del Istmo pretende formar profesionales con una excelente preparación académica y práctica, pero sobre todo con una formación humanística y ética, capaces de promover la cultura de la solidaridad con el fin de aportar a la transformación positiva de la sociedad.

A continuación mostraremos la oferta del programa de Educación Continua de la Universidad del Istmo:

Tabla No 44. Servicios de educación permanente UDI

TALLERES	DIPLOMADOS
Taller de Técnicas en Audiencias y Debates	En Marketing.
	En Marketing Relacional E Interactivo.

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

3.3.5. UNIVERSIDAD MARIANO GALVEZ

La Universidad Mariano Gálvez, es una institución de educación superior, privada, independiente, no lucrativa, que funciona de acuerdo con las leyes propias de su naturaleza institucional, que fue aprobada el 29 de Enero de 1966, por el Consejo Supremo Universitario de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Esta Universidad pretende formar profesionales con altos niveles de excelencia académica, éticamente responsables y socialmente abiertos al cambio progresista, mediante el desarrollo integrado de la docencia, la investigación y el servicio a la comunidad, a fin que ésta tenga la oportunidad de participar de los beneficios de la ciencia, la tecnología y la cultura.

En la siguiente tabla podremos observar la oferta de la UMG en su programa de Educación continua:

Tabla No 45. Servicios de educación permanente UMG

DIPLOMADOS	CURSOS
Periodismo Deportivo	Barista
Gestión de Instituciones Educativas	Elaboración de Bebidas
Administración de Restaurantes	Garnish
Etiqueta y Protocolo	Sommelier
Organización de Eventos	
Diplomado de Enfermería, (Centros Universitarios)	
Diplomado Análisis de Políticas Públicas	
Diplomado Técnicas Secretariales	

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

3.3.6. Universidad Mesoamericana

La Universidad Mesoamericana pretende promover el desarrollo de la persona humana y del patrimonio cultural de la sociedad guatemalteca, mediante la docencia, investigación y servicios ofrecidos a la comunidad nacional e internacional.

Dentro de sus ofertas cuenta con el programa de Educación Continua que ofrece los siguientes servicios.

Tabla No 46. Servicios de educación permanente UM

CURSOS	DIPLOMADOS
Recursos Humanos	Ciencias Religiosas
Finanzas	
Servicio al Cliente	
Marketing	
Gestión Comercial	
Habilidades Directivas	
Desarrollo Gerencial	

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

3.4. PRECIOS DE LA OFERTA

El establecimiento del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. De acuerdo a nuestro enfoque de estudio, hemos analizado la oferta de precios de los servicios de educación permanente de las principales universidades de cada país con respecto a las facultades de economía y negocios e ingeniería.

Para el análisis de precios se tomaron los diplomados, cursos, seminarios y talleres más relevantes dentro de cada país, ya que estos son los que tienen mayor demanda dentro del mercado educativo, con el fin de comparar los precios del CEP de la universidad tecnológica de bolívar con los tres países estudiados.

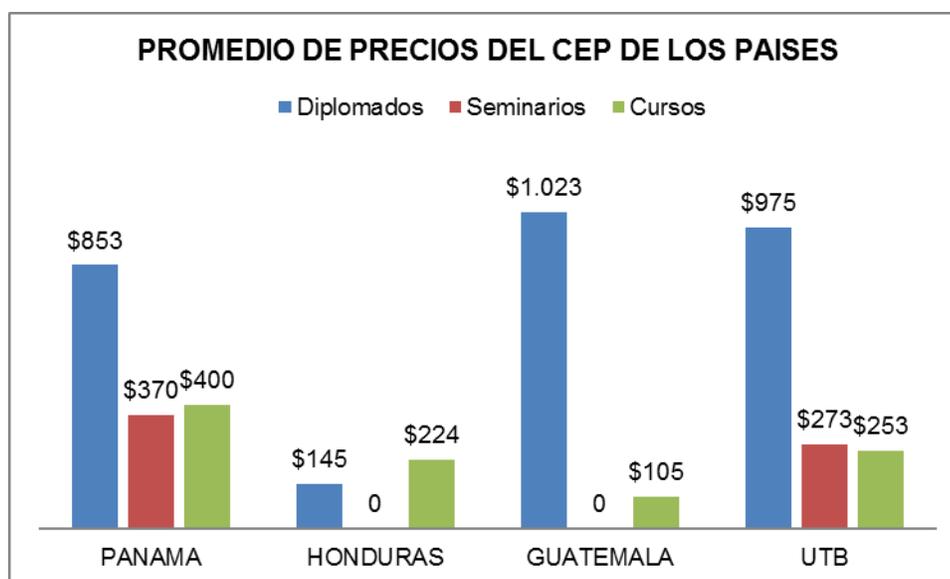
En la siguiente tabla se encuentran el promedio de los precios de los diplomados, cursos, seminarios y talleres con mayor demanda en dichos países.

Tabla No 47. Promedio de precios de los CEP de los países. Valor en dólares.

PAÍS	Diplomados	Seminarios	Cursos
PANAMA	\$ 853	\$ 370	\$ 400
HONDURAS	\$145	-	\$224
GUATEMALA	\$ 1023	-	\$105
UTB	\$975	\$273	\$253

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

Gráfico No.3 -. Promedio de precios del CEP de los Países



Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

3.4.1. Análisis:

En el cuadro anterior se observa que el país que maneja los precios más bajos es Honduras, pese a que Honduras tiene relaciones comerciales con países de toda América, gracias a su acceso a dos océanos, Atlántico y Pacífico, se encuentra según Factbook dentro de los países más pobres de América Latina.

Esto se debe a que Honduras viene con problemas de orden público, adicionándole la crisis económica en el 2009 que aunque la recuperación ha sido progresiva, sus altos niveles de crimen y violencia se han vuelto un desafío para su desarrollo.

Por otro lado, la economía de Honduras se ha visto afectada por los choques externos en su sector agrícola haciendo que este pierda gran parte de su poder adquisitivo en los últimos años, en gran parte debido a la disminución de los precios en los cultivos de exportación, en especial bananos y café; teniendo en cuenta que Honduras es un país de tierras agrícolas y amplios recursos marinos, por lo que la agricultura y la acuicultura representan el principal sector económico de la nación.

Del mismo modo, el cuadro nos ilustra que Guatemala es el país que maneja los precios más altos en cuanto a diplomados pero en cuanto a los cursos los precios son más económicos.

Ahora bien, haciendo una comparación con los precios de la UTB se puede decir que tanto Guatemala como Panamá manejan precios equivalentes, lo que podría darnos una señal que sería más factible exportar ciertos programas a estos países ya que las personas estarían dispuestos a pagar por un valor igual o mayor .

3.5 ANALISIS CONDICIONES DE MERCADO

En esta época cuando los cambios son acelerados, y los profesionales tienen la oportunidad de competir con eficiencia, mediante la adquisición de nuevos conocimientos, el servicio educativo debe estar adaptándose a los requerimientos de la sociedad, en cuanto a contenido, espacios y currículos; para que así se genere un impacto positivo tanto en la nación como por fuera de ella, es decir el servicio educativo debe estar actualizándose no solo para cubrir las necesidades internas del país sino a nivel global.

En este capítulo se analizó la competencia en cuanto a sus servicios en educación permanente para así poder comparar nuestros servicios y encontrar a la vez nuestras ventajas y desventajas y finalmente aprender de esta, esto se ve reflejado en la siguiente tabla.

Tabla No 48. Oferta de los programas de educación permanente

	Diplomados	Seminarios	Cursos	Talleres
Guatemala	24	0	24	1
Honduras	5	0	10	0
Panamá	22	20	11	0
UTB	42	12	35	0

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

Dentro del estudio realizado a los países: Panamá, Guatemala y Honduras se puede observar que existe poca oferta en los programas de ingeniería y administrativos lo que nos hace encontrar una posible exportación de estos programas. De Honduras se puede decir que, para hacer alianzas se necesita la aprobación de la Universidad Autónoma de Honduras, esta misma situación se presenta en Guatemala con la Universidad San Carlos de Guatemala, mientras que en Panamá esto no sucede ya que solo se necesita la aprobación de la Universidad Tecnológica de Panamá y Universidad de Panamá para obtener cualquier título académico de educación superior, esta situación nos hace pensar que Panamá sería una buena opción para crear alianzas.

De la Universidad de Guatemala, se puede analizar que sus programas no tienen un enfoque empresarial sino político y cultural, en Panamá sus programas tienen un enfoque en enfermería, agropecuaria, arquitectura y humanidades lo que indica.

Por tanto es fundamental analizar los servicios actualmente disponibles para la organización y definir a que segmento de mercado va dirigido ya que partir del conocimiento de las necesidades de los mercados es posible generar ideas de nuevas estrategias para captar alumnos.

CAPITULO IV: ESTRATEGIAS DE ENTRADA

Frente a un mercado cambiante y cada vez más exigente, hay que diferenciarse con nuevas ofertas educativas más acorde a las necesidades de la sociedad.

La UTB tiene a las empresas que requieren profesionales con diferentes características, a los estudiantes con diferentes problemáticas; económicas, tiempo, distancia, etc.

La UTB ofrece hoy en día programas de educación con horarios adaptables al cliente; nocturnos, diarios o fin de semana con el fin de llegar al cliente a su centro de labores o ciudad.

Se crean carreras y se modifica el contenido de estas según el avance tecnológico y nuevas políticas laborales que van adoptando las empresas y además se les brinda a los estudiantes cursos adicionales que lo pueden hacer más competitivo en el mundo laboral.

Es por esto que para exportar los servicios que ofrece la UTB se ha tomado la estrategia del marketing mix, estrategias generales dirigidas a la universidad y al mercado y la elaboración del análisis DOFA para poder así analizar qué programas (diplomados, cursos o seminarios) son los más convenientes para ofrecer.

4.1. DOFA DE LA UTB FRENTE AL MERCADO OBJETIVO



El análisis DOFA es una importante herramienta que facilita el análisis de la información y la consecuente formulación de estrategias viable, mediante el cual nos permite usar las fortalezas para aprovechar oportunidades, conocer las debilidades para mejorarlas valiéndose de las oportunidades externas y utilizar las fortalezas de la institución para reducir el impacto de las amenazas.

A continuación se presentan algunas estrategias que se recomiendan usar en el plan de acción.

4.2. ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX. LAS 4 P

4.2.1. ESTRATEGIA DE PRECIO

- ✓ Estrategia de precio basado en cumplimiento de mejoras de servicio.
- ✓ Política de becas para motivar a los mejores.

4.2.2. ESTRATEGIA DE PLAZA

- ✓ Crear y mantener base de alumnos.
- ✓ Contar con equipos de última generación para presentaciones: notebooks, folletos, artículos de merchandising.
- ✓ Capacitar al personal de admisión con toda la información sobre las modalidades de admisión y los beneficios de cada programa.

4.2.3. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

- ✓ Contar con el video institucional.
- ✓ Elaborar un CD multimedia para obsequiar a los directores y alumnos interesados.
- ✓ Elaborar folletos individuales para cada programa (Diplomados, Cursos y Seminarios).
- ✓ Regalar a los postulantes y a los inscritos lapiceros, gorras, manillas, etc.

4.2.4. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

- ✓ Elaborar una campaña publicitaria de manera institucional y una especial para cada programa a ofrecer.
- ✓ Mantener homogeneidad en la campaña(manejar el mismo mensajes)
- ✓ Utilizar los canales de televisión más vistos.
- ✓ Utilizar las emisoras más escuchadas.
- ✓ Invertir en avisos luminosos.
- ✓ Hacer uso del correo.

4.3. ESTRATEGIAS A NIVEL GENERAL

4.3.1. DIRIGIDAS A LA UNIVERSIDAD

4.3.1.1. DE COSTO

- ✓ Se recomienda ofrecer cursos cortos de duración, teniendo en cuenta que si son extensos se incrementarían los costos indirectos (estadía/hotel, transporte interno, alimentación) y además el lucro o el pago del conferencista.
- ✓ Mantener relaciones directas con las agencias de viajes y/o hoteles en el país que se va a exportar para aprovechar descuentos por pronta compra.

4.3.2. DE SERVICIO

- ✓ Mantener informados constantemente sobre los cursos, seminarios, diplomados, talleres etc., a las personas o empresas interesadas en capacitarse profesionalmente.

4.3.2. DIRIGIDAS AL PRODUCTO

- ✓ Ampliar los programas que ofrece el CEP de la Universidad Tecnológica de Bolívar con el propósito de mejorar la competitividad en el país el cual se va a exportar.
- ✓ Adaptar los programas que ofrece el CEP de la Universidad Tecnológica de Bolívar a las exigencias o requerimientos que requiera cada país al que se quiere llegar.
- ✓ Ofrecer al segmento de mercado escogido, cursos que sean diferenciables dentro del nicho de mercado en cuanto a precio, calidad y oferta.

4.3.3. DIRIGIDAS AL MERCADO

4.3.3.1. SEGMENTO OBJETIVO

El segmento objetivo al cual se va a dirigir el CEP de la Universidad Tecnológica de Bolívar, son las empresas y entidades de primer nivel que necesitan capacitar constantemente a su personal de recurso humano y a las personas de la sociedad en general que quieran adquirir o actualizar sus conocimientos a través de diplomados, cursos, seminarios, etc.

Las estrategias que se pueden implementar para penetrar el mercado objetivo pueden ser:

- ✓ Fomentar alianzas con otras Universidades de Centroamérica para el desarrollo de la oferta exportable del CEP.
- ✓ El mercado objetivo para la Universidad se encuentra en Panamá y Guatemala en los Diplomados y Seminarios, gracias a la alta demanda y la buena aceptación de los mismos dentro del mercado.
- ✓ Contactar y realizar una lista de las empresas que tienen tradición en contratar este tipo de servicios constantemente para ofrecer los programas del CEP de manera personal.
- ✓ Fijar precios de acuerdo con el mercado y/o con el socio estratégico (Universidad aliada) para penetrar el mercado.
- ✓ Dar a conocer los productos del CEP de acuerdo a los parámetros de promoción de cada mercado.

El proceso de ejecución de estrategia, no solo es formular acertadamente las estrategias, es necesario que toda la comunidad educativa se comprometa en la ejecución de las mismas y esto solo es posible de acuerdo con el nivel de participación en la elaboración de las mismas.

CONCLUSIONES

El objetivo general de este proyecto fue analizar la oportunidad que tiene el Centro de Educación Continua (CEP) de la UTB para ser exportados a Centroamérica por los próximos tres años.

En base a lo desarrollado dentro de este plan exportador en el sector educativo se llegó a concluir que:

- El país con un alto potencial educativo es Panamá debido a que este presenta un sistema educativo estable, libertad de cátedra, mayor oferta académica y nivel académico alto
- Tanto Guatemala como Honduras no son considerados aliados fuertes debido a su sistema educativo pues la oferta en ambos países es baja, la oferta académica se centra en el ámbito cultural y político. Ambos países presentan un alto índice de pobreza de acuerdo con el Banco Mundial¹¹

Por otro lado, se llegó a la conclusión que el individuo busca la educación como una herramienta que le permite adentrarse en el campo laboral, al menor costo con la mejor calidad y en el menor tiempo posible. Es por esto que, la UTB reconoce que el servicio educativo ofrecido debe satisfacer las necesidades que requiere el mercado.

Además, acepta que el servicio educativo debe guiarse por los siguientes criterios:

¹¹ <http://www.bancomundial.org/es/country/guatemala/overview> ;
<http://www.bancomundial.org/es/country/honduras/overview>

1. El servicio educativo debe ser suministrado por personal especializado capaz de satisfacer las expectativas de los alumnos.
2. El personal docente debe ser reconocido por su especialización y su idoneidad académica, pedagógica y didáctica.
3. El servicio educativo debe estar comprometido con los objetivos fundamentales de la institución.

Desarrollar un servicio educativo adecuado requiere comprender las necesidades y expectativas del mercado al que va dirigido.

De acuerdo con los criterios anteriores y, mediante el desarrollo de este plan exportador se procede a determinar que la siguiente es la oferta a exportar:

INGENIERIA

Diplomados

- ✓ Sistemas de Gestión Integrados – HSEQ
- ✓ Preparación para el Examen de Certificación del PMP®
- ✓ Gestión de Proyectos con Énfasis en el Estándar del PMI®
- ✓ Seguridad y Salud en el trabajo -SISO
- ✓ Gestión de Mantenimiento Industrial y Empresarial
- ✓ Logística Integral Empresarial

Cursos

- ✓ Industria Offshore de Petróleos
- ✓ Excel Intermedio
- ✓ Project Avanzado

ECONOMIA Y NEGOCIOS

Diplomados

- ✓ Normas Internacionales de Contabilidad e Información Financiera NIC/NIIF
- ✓ Gerencia Comercial (ventas, servicio y finalización)
- ✓ Gerencia Financiera
- ✓ Habilidades Gerenciales
- ✓ Método Harvard School para el Estudio y Formulación de Casos Empresariales
- ✓ Logística internacional y Gestión Portuaria

Cursos

- ✓ Redacción Exitosa de Informes y Textos
- ✓ Etiqueta y Protocolo Empresarial
- ✓ Curso de fortalecimiento en TIC para la competitividad de las Mipymes

ANEXOS: VIABILIDAD DEL PROYECTO

La evaluación de un proyecto de inversión, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica financiera y social, asignando los recursos económicos disponibles a la mejor alternativa posible.

La importancia de evaluar un proyecto radica en el hecho de establecer si el proyecto primeramente es viable (si existen las condiciones comerciales, técnicas y de infraestructura para concretar el proyecto) y en segundo lugar para establecer si es rentable o no, si va a generar ganancias o pérdidas para quienes promuevan dicha inversión (inversionistas).

Esta parte se centrará en establecer si el proyecto es rentable o no y para esto se requiere la proyección del flujo de fondos del proyecto durante su vida útil.

Dentro de la valuación se trabajó bajo las siguientes hipótesis:

- ✓ La vida del proyecto es de 3 años.
- ✓ El mínimo de estudiantes constará de 15 estudiantes y máximo 30.
- ✓ Se seleccionaron los diplomados, cursos y seminarios más demandados en la Universidad tecnológica de Bolívar.
- ✓ El precio de venta de los diplomados, cursos y seminarios será acorde a los precios de mercado.
- ✓ La inversión inicial de la universidad tecnológica de Bolívar será igual al costo total de exportación de servicios del CEP (transporte, alimentación, estadía, lucro del conferencista).
- ✓ La Universidad tecnológica de Bolívar tiene un margen de utilidad del 30%.

VARIABLES INTEGRANTES DEL PROYECTO DE INVERSION

Para evaluar y seleccionar inversiones se cuenta con una serie de herramientas las cuales nos permiten comparar los flujos futuros generados por el proyecto con el importe de la inversión al momento inicial.

El capital invertido o desembolso inicial

La inversión inicial está compuesta por el volumen de fondos que la universidad dedicará a la ejecución del proyecto; por lo tanto, este incluye el costo económico de los servicios en que se materializará la inversión, así como todas aquellas cuantías correspondientes a los distintos conceptos necesarios para poner en marcha el proyecto (costos de transporte, alimentación, lucro del conferencista, etc.)

Para determinar el desembolso inicial tendremos en cuenta las siguientes hipótesis:

- ✓ Se tomarán los costos de transporte, estadía, alimentación y lucro del conferencista.
- ✓ El número de horas de los diplomados será de 100.
- ✓ El número de horas de los cursos será de 20.
- ✓ El número de horas de los seminarios de 8.
- ✓ El valor/hora de los conferencistas será de 100 USD.

A continuación se detalla el cálculo del desembolso inicial

Tabla No.49 Costos de mantener a un profesor en cada País. Cifras en USD.

	PANAMA	GUATEMALA	HONDURAS
Transporte	\$ 770	\$ 918	\$ 1,659
Estadía/hotel	\$ 146	\$ 90	\$ 120
Costo total	\$ 916	\$ 1,008	\$ 1,779
Costo de tres profesores	\$ 2748	\$ 3024	\$ 5337

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

En la tabla anterior se detallan los costos que tendrá la Universidad por mantener a tres profesores en cada país, sin incluir los costos del pago de cada uno de ellos. Podemos observar que el costo más significativo está en Honduras, principalmente por el transporte del profesor a dicho país. De lo anterior podemos concluir que Panamá es una gran oportunidad para ofrecer los servicios del CEP de la universidad, ya que posee los costos más bajos de los países seleccionados.

Por otro lado tenemos el costo salarial de mantener a un profesor en cada país. Teniendo en cuenta la hipótesis planteada anteriormente, el lucro del profesor será igual en todos los países.

A continuación se presenta el cálculo del pago de profesores.

Tabla No.50 Pago de profesores por hora en los distintos servicios ofrecidos. Cifras en USD.

	Diplomados	Cursos	Seminarios
Horas totales	100	20	8
Horas por profesor	33.33	20	8
Valor hora	\$ 100	\$ 100	\$ 100
1 profesor	\$ 3,333	\$ 2000	\$ 800
3 profesores	\$ 10,000	\$ 2,000	\$ 800
Costo total	\$ 12,800		

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

La tabla anterior nos muestra el costo salarial de 1 y 3 profesores en los diplomados, cursos y seminarios. Observamos que el costo más alto es el del diplomado ya que este requiere un mayor número de horas.

Una vez obtenido el costo salarial de los profesores podemos determinar el costo total o desembolso inicial que tendrá la universidad en cada país.

Tabla No.51 Desembolso inicial en cada país. Cifras en USD.

	PANAMA	GUATEMALA	HONDURAS
Transporte	\$ 770	\$ 918	\$ 1,659
Estadía/hotel	\$ 146	\$ 90	\$ 120
Costo de tres profesores	\$ 2,748	\$ 3,024	\$ 5,337
Pago de profesores	\$ 12,800	\$ 12,800	\$ 12,800
Desembolso inicial	\$ 15,548	\$ 15,824	\$ 18,137

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

Una vez obtenido el pago de profesores por hora en cada país, podemos determinar el desembolso inicial en el que incurrirá la universidad en los países estudiados. En la tabla anterior detallamos el costo total de viáticos (transporte, alimentación, estadía etc.) de tres profesores en cada país y el pago de los mismos; teniendo esto, podemos calcular el desembolso inicial

que utilizaremos para determinar el valor presente neto y la tasa interna de retorno para valorar las distintas opciones.

Calculo de los ingresos anuales de la Universidad por país.

Para calcular los ingresos anuales de la universidad en cada país partiremos de las siguientes hipótesis:

- El precio de los diplomados, cursos y seminarios será acorde a los precios de mercado de cada país.
- Se ofrecerán por año 3 diplomado, 3 cursos y 3 seminarios, esto correspondiente a un promedio de oferta calculado.
- Se calcularan los ingresos con número de 15 estudiantes.

En la siguiente tabla detallamos los precios de mercado por servicio en cada país.

Tabla No.52 Precios de mercado.

	Precio de mercado		
	Diplomados	Cursos	Seminarios
Panamá	\$ 853	\$ 400	\$ 370
Guatemala	\$ 1,023	\$ 105	\$ 273
Honduras	\$ 145	\$ 224	\$ 273

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

Observamos que Guatemala y honduras no se encuentran precios de seminarios, esto porque en dichos países no existe oferta alguna de este tipo de servicio de educación permanente; por lo tanto utilizaremos los precios de la universidad tecnológica de bolívar para el cálculo de los mismos.

Una vez determinado los precios podemos calcular los ingresos anuales de la universidad por programa de educación permanente.

Tabla No.53 Ingresos por diplomados. Cifras en USD.

DIPLOMADOS		
# estudiantes	15	30
Panamá	\$ 38,385	\$ 76,770
Guatemala	\$ 46,035	\$ 92,070
Honduras	\$ 6,525	\$ 13,050

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

Tabla No.54 Ingresos por cursos. Cifras en USD.

CURSOS		
# estudiantes	15	30
Panamá	\$ 18,000	\$ 36,000
Guatemala	\$ 4,725	\$ 9,450
Honduras	\$ 10,080	\$ 20,160

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

Tabla No.55 Ingresos por seminarios. Cifras en USD.

SEMINARIOS		
# estudiantes	15	30
Panamá	\$ 16,650	\$ 33,300
Guatemala	\$ 12,285	\$ 24,570
Honduras	\$ 12,285	\$ 24,570

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

Las tablas No. 53, 54 y 55 nos muestran los ingresos que recibiría la universidad por ofrecer 3 diplomados, 3 cursos y 3 seminarios en el año, con un mínimo de 15 y máximo de 30 estudiantes; teniendo en cuenta esto, podemos calcular los ingresos anuales por país de los 3 programas ofrecidos.

A continuación se presentan los ingresos anuales por País.

Tabla No.56 Ingresos anuales. Cifras en USD.

INGRESOS ANUALES		
# estudiantes	15	30
Panamá	\$ 73,035	\$ 146,070
Guatemala	\$ 63,045	\$ 126,090
Honduras	\$ 28,890	\$ 57,780

Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

La anterior tabla nos muestra los ingresos totales o anuales que percibiría la universidad por ofrecer todos sus programas de educación permanente durante un año en cada país. Observamos que los ingresos más altos se reciben en Panamá, esto porque el precio de mercado de los cursos y seminarios son más altos que en los otros países.

A simple vista podemos decir que el país económicamente viable es Panamá, por ofrecer una rentabilidad más alta que los demás países; si bien esto es cierto, no podemos determinar dicha viabilidad en base a estos resultados, por ende decidimos utilizar ciertas herramientas que si nos permitirán determinar cuál de los tres países es más viable en el aspecto económico – financiero.

El valor presente neto

El VAN de una inversión, también denominado valor capital, valor presente neto o Goodwill es el valor actualizado de todos los flujos de caja netos que va a generar una inversión incluyendo el desembolso inicial.

El VAN es un criterio dinámico, ya que tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo, y ofrece una medida de la rentabilidad en términos monetarios (absolutos).

La fórmula para el cálculo del VAN es la siguiente:

$$VPN = -A \frac{FCN_1}{(1+k)^1} + \frac{FCN_2}{(1+k)^2} + \frac{FCN_n}{(1+k)^n}$$

Donde:

A es el capital invertido.

FCN es el flujo neto de caja al final de cada periodo.

K es la tasa de descuento.

N es el periodo o vida útil del proyecto.

En Excel se utiliza la función VNA que nos permite realizar el cálculo de una manera más rápida.

Interpretación económica del VPN.

Grafico No. 4 interpretación económica del VPN



Fuente: Cuadro elaborado por los estudiantes.

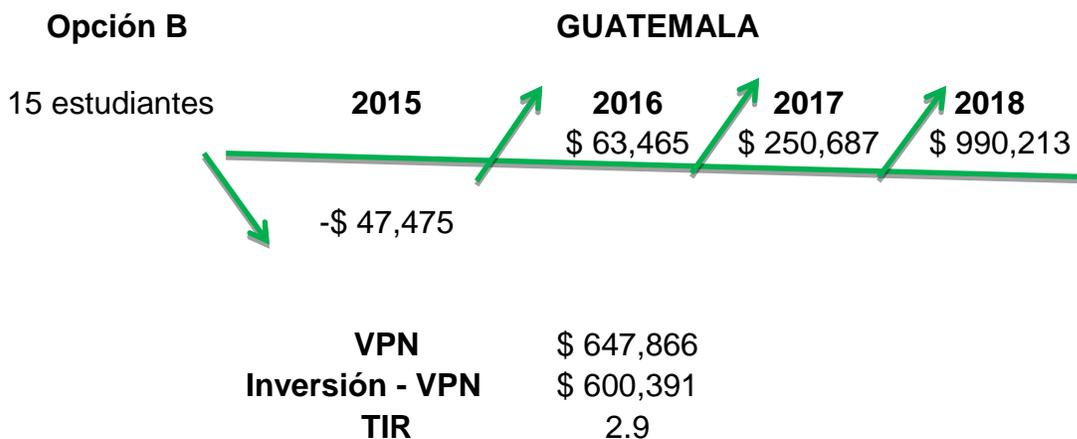
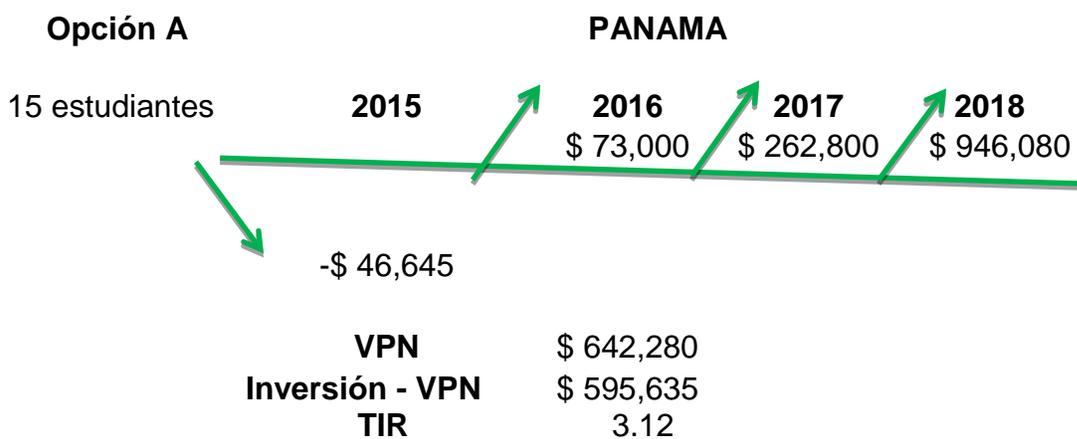
Una vez determinado la inversión inicial y los ingresos anuales podemos entrar a valorar la opción más viable para la universidad.

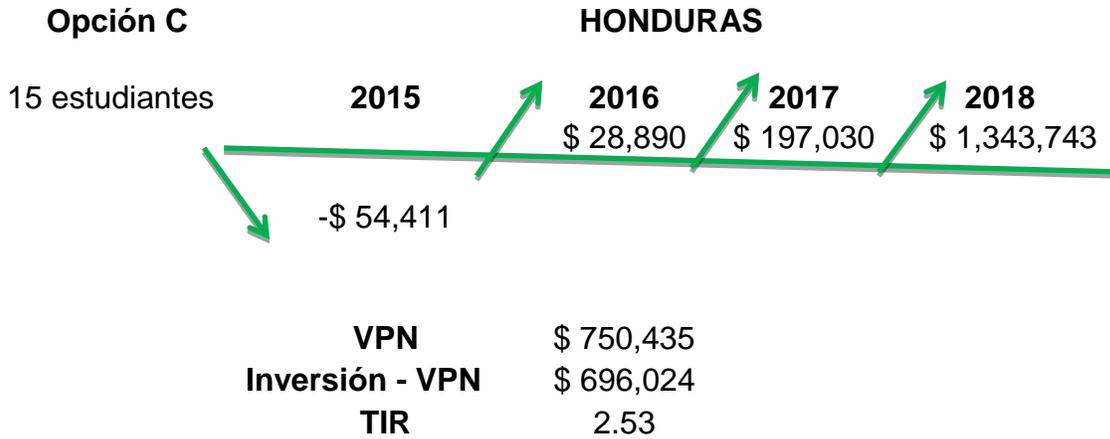
Consideraciones para el cálculo del VPN:

- La tasa de descuento será del 30%.
- La vida del proyecto será de 3 años.
- Se utilizaran los ingresos en base a un mínimo de 15 estudiantes.
- Se proyectaran los ingresos en base al promedio de la inflación proyectada de cada país.

Datos de entrada

Tasa dcto	30%
Inflación Panamá	2.6
Inflación Guatemala	2.95
Inflación Honduras	5.82





Criterio de selección

$VAN (A) > VAN (B) > VAN (C)$

La opción A es la más viable de todas ya que ofrece el VPN más alto; además la TIR de este proyecto es la más representativa de todas. Las principales razones de que PANAMA sea la opción más viable es que representa el país con menos costos de inversión y con más altos ingresos.