

UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA, SEDE BOGOTÁ  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



DESCRIPCIÓN DE LAS CONDICIONES DE LA OFERTA DE LOS  
PROGRAMAS DE ESPECIALIZACIÓN EN NEGOCIOS  
INTERNACIONALES VIGENTES EN EL PAÍS

PREPARADO POR

CRISTIAN EDUARDO LOZANO VALDERRAMA

RUTH MAGDALENA PINILLA MARTÍN

BOGOTÁ COLOMBIA

2011

UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA SEDE BOGOTÁ  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DESCRIPCIÓN DE LAS CONDICIONES DE LA OFERTA DE LOS  
PROGRAMAS DE ESPECIALIZACIÓN EN NEGOCIOS  
INTERNACIONALES VIGENTES EN EL PAÍS

PREPARADO POR

CRISTIAN EDUARDO LOZANO VALDERRAMA  
RUTH MAGDALENA PINILLA MARTÍN

INVESTIGACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE:  
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

TUTOR  
NÉSTOR DARÍO PRECIADO MORENO  
BOGOTÁ COLOMBIA

2011

## RESUMEN

Como base fundamental e importante se da a conocer el análisis interno y externo de Colombia frente al mundo de los negocios, permitiendo que se puedan presentar diversas y grandes oportunidades; la geopolítica ha tenido un importante papel, ya que ésta ha influido en un desarrollo en la economía. Colombia es un país con proyecciones de crecimiento sostenible, lo que lleva a pensar que no sólo se crece con la explotación de recursos naturales que poseemos, sino que también crece poco a poco en capacidad productiva y prestación de servicios, generando así empleo y estabilidad económica.

De igual forma, el mundo está en un constante cambio y crecimiento, permitiendo así la eliminación de fronteras económicas y haciéndose cada vez más competitivo, exigiendo a los diferentes países dar lo mejor, por lo cual se entiende que Colombia debe estar mejorando y preparándose para aceptar los retos venideros; es de esta forma, que para el presente trabajo se pensó en realizar un estudio con respecto a los programas que se ofertan para la formación de especialistas en el tema de Negocios Internacionales.

Para la realización de este estudio, se utilizó información tomada del SNIES (Sistema Nacional de Información de Educación Superior), y se estudiaron cada uno de los programas de formación postgradual en Negocios Internacionales ofertados en el país, con el fin de determinar cuales son las herramientas que brindan las universidades y si se enfocan en algún tema en específico o cada una le da un enfoque diferente, pertinente con las exigencias del mercado actual.

#### ABSTRACT

Important as the fundamental basis is given to know the internal may and external analysis of Colombia to the world of business that arise allowing many great opportunities, the geopolitics has played an important role and this has influenced development in the economy. Colombia is a country with sustainable growth projections, which leads us to believe that not only grows with the exploitation of natural resources but we have gradually grown in productive capacity and services, generating employment and economic stability.

Likewise, the world is in constant change and growth, allowing the removal of economic barriers and becoming more competitive, requiring different countries do their best, so it is understood that Colombia should be improving and preparing for accept the challenges ahead, is in this way for the present work is thought to conduct a study regarding the programs offered for the training of specialists in the field of International Business. To carry out this study used information taken from SNIES (national information system of higher education), and studied each of the training programs offered in International Business postgradual in the country to determine what tools offered by universities and if they focus on a specific issue and each gives a different approach, relevant to current market requirements.

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág.	
Introducción.....	8	
Justificación.....	11	
Objetivos.....	13	
Formulación del Problema.....	14	
Metodología.....	15	
CAPÍTULO 1		
Antecedentes.....	21	
1.1.1 Modalidades de Negocio Internacional.....	26	
1.2 Marco Teórico.....	42	
1.3 Objetivos de los Negocios Internacionales.....	45	
1.4Tendencia.....	46	
1.5 Diferenciación.....	47	
CAPÍTULO 2. Identificación de los Programas de Negocios Internacionales en las Universidades de Colombia.....		49
2.1 Ubicación Geográfica de los Programas de Formación Postgradual de los Negocios Internacionales.....	52	
2.2 Identificación de las Universidades a nivel Nacional.....	54	

2.3 Investigación y análisis de los Programas Postgraduales de negocios internacionales vigentes en el país.....	57
2.3.1. Descripción e importancia de los temarios de los programas Postgraduales en las universidades a nivel nacional.....	58
2.3.2. Anexos .....	66
2.4. Participación de categorías implementadas en las Universidades.....	106
Recomendaciones.....	116
Conclusiones.....	108
Bibliografía.....	114

## INTRODUCCIÓN

En el transcurso del tiempo los Negocios Internacionales se han tornado muy importantes para el crecimiento de un país y la apertura internacional de las empresas, esto les ha permitido que alcancen un crecimiento a nivel mundial, una penetración a los mercados y un intercambio comercial de diversos productos que nos llevan a diferenciarnos y obtener reconocimiento por la calidad del mismo, rescatando ante el mundo calidad y confiabilidad.

Lo que ha llevado al profesional a interesarse profundamente en el área, logrando obtener avances y buscar ampliamente altas especializaciones que le permitan avanzar y sobresalir en las actividades diarias que conlleva este proceso, buscar y afianzar sus conocimientos, fortalezas y habilidades para desarrollar los proyectos que se presentan en el día a día.

El profesional en su deseo de innovar su forma de manejar los negocios, se especializa y busca profundamente que estudio le permite avanzar en su profesión, encontrando el progreso que se presentan en cada transacción a nivel empresarial y principalmente la del país, logrando obtener reconocimientos por su destreza y transparencia al dirigir los negocios.

El conocimiento, la investigación y el desarrollo son objetivos comunes entre personas y empresas que reúnen sus esfuerzos para compartir los recursos y experiencias, con el fin de hacerse más hábil al enfrentar los problemas que se presentan a diario y apoyarse en otros conflictos que permitan dar solución inmediata ,sin embargo, el ser humano es competitivo especialmente en un entorno de expansión y crecimiento “económico” como el que se vive en la realidad, de tal forma que se exige lo mejor de cada parte.

Es de esta forma, que nacen las nuevas tendencias de competencia con la llegada de nuevos participantes a los mercados locales y a su vez, con la posibilidad de llegar a competir en muchos nuevos mercados; en este punto se evidencia cómo el ambiente exige nuevas ideas y cada vez mejores, con un ingrediente extra de innovación en un campo en el que las empresas tienen como objetivo buscar la excelencia en dos factores, primero el equilibrio entre lo que perciben como producto, precio y calidad, y segundo, la búsqueda del potencial competitivo en el personal que las integra.

Así mismo nace en el mercado y como consecuencia de las tendencias ya mencionadas, unas necesidades de formación o educación superior y especializada en cuanto al manejo y la toma de decisiones en los Negocios Internacionales, exigiendo profesionales

competentes y con el suficiente conocimiento para llevar a cabo una estrategia de penetración, introducción y administración de cualquier negocio internacional. En 2004, Kenichi Ohmae encontró que “para realizar una estrategia de un negocio internacional se deben tener en cuenta tres participantes: la corporación, el cliente y la competencia.” (p.287)

La corporación debe tener un mejor desempeño que su competencia y la estrategia que decida asumir debe estar afín con las fortalezas que se identifican en la compañía y encaminadas a las necesidades del mercado, por lo cual para el desarrollo adecuado del presente trabajo, se considera necesario identificar y mencionar de manera ligera los elementos de operación de un negocio internacional, que servirán como herramienta para comparar las tendencias educativas que ofrece el país con el ánimo de establecer la coherencia de la formación brindada con las exigencias del mercado global.

Este proyecto de investigación está basado en la necesidad de dar a conocer las diversas universidades que ofrecen a nivel nacional programas de postgrado en Negocios Internacionales y que se comprometen a incluir al mercado el tema de los Negocios Internacionales, ya que este se ha vuelto una área fundamental para la formación integral de profesionales capaces de llevar a cabo su

labor con éxito en el mundo y obtener una imagen más competitiva ante los demás países.

La razón de ser de las universidades que ofrecen sus programas en Negocios Internacionales es así, formar profesionales capaces de dirigir empresas cuyo objetivo sea el comercio exterior, desde luego con competencias de formulación de estrategias de penetración de mercado, adaptación a entornos culturales diversos, entender la confluencia de aspectos sociales, económicos, étnicos, etc. y la creación de objetivos a largo plazo.

## **JUSTIFICACIÓN**

La globalización es un fenómeno inevitable que brinda la oportunidad de mejorar la calidad de vida a nivel mundial, por lo cual se tiene que trabajar en conjunto para ayudarlo a fluir de una manera justa, eficiente y productiva; los negocios internacionales son parte fundamental de la economía y del desarrollo del profesional en el manejo de diversas actividades que comprometen el desarrollo de un país, por lo cual es importante que todos los países y personas que han entrado al mundo de los Negocios, se especialicen y brinden lo mejor de su conocimiento y que como resultado se encuentren logros positivos que lleven a éste ser reconocido

internacionalmente por su trabajo y desempeño aplicado por los profesionales que intervienen en el manejo.

Por lo tanto se lleva a concluir y destacar:

- Importancia de los Negocios Internacionales para el país.
- Articulación de la academia con el sector empresarial.
- Participación activa del profesional por las diversas áreas que le ofrecen al momento de tomar la decisión de especializarse en el tema.
- Aplicación y desarrollo de la temática administrada en la especialización dirigida al profesional.
- Partiendo desde el modelo pedagógico Bonaventuriano se pretende mirar los aportes que hace la academia en el entorno social para mejorar las condiciones de vida, permitiendo al ser humano involucrarse y participar en las diversas transacciones que esta área maneja, permitiendo superar las adversidades que estos negocios presentan en el día a día de su evolución.

## **OBJETIVOS**

### General

Describir las condiciones de la oferta actual en los programas de especialización en Negocios Internacionales vigentes en el mercado educativo del país.

### Específicos

Identificar los programas Postgraduales en Negocios Internacionales que se ofertan en el país.

Consolidar en una base de datos, las características principales de la oferta de los programas de especialización en Negocios Internacionales.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Dada la importancia actual en los objetivos de crecimiento y desarrollo económico de las naciones y la participación de los Negocios Internacionales en las economías mundiales y especialmente en la de Colombia, se hace necesario indagar sobre las características de formación en dicha área y por lo cual el grupo investigador formula la siguiente pregunta como centro del presente estudio: ¿Cuáles son las condiciones de oferta de los programas de formación postgradual en Negocios Internacionales en Colombia, que permite la formación de profesionales que desarrollan acciones en dicho campo?

## METODOLOGÍA

Para el presente trabajo se pretende determinar el tipo de metodología de investigación con el que se desarrollará el trabajo, teniendo en cuenta que hay dos tipos de métodos, experimental y no experimental

Experimental: El método experimental trata de determinar la presencia de una causa y efecto definidos; es decir, establecen una relación causal, este tipo de método de investigación permite determinar con mayor detalle y riqueza la información obtenida, ya que además permite afectar o manipular los distintos factores con los que se está trabajando con el fin de establecer las variaciones en cada caso según las condiciones creadas, de tal manera que permita evaluar y analizar los resultados obtenidos, en otras palabras se experimenta ¿Qué pasaría si...?.

No Experimental: Es la forma en que el investigador se limita a examinar acontecimientos de investigación sin manipular directamente alguna variable, este tipo de investigación se basa en la recopilación de información ya sea histórica, o de documentos hechos de otras personas, etc.

Partiendo de estos dos métodos de investigación es preciso afirmar que el método de investigación a realizar es no experimental, y ya que los tipos de investigación que conforman este método son: la investigación histórica, investigación descriptiva, estudios de casos, la investigación por encuestas, investigación del desarrollo e investigación correlacional, entrando a definir cada uno de estos y estableciendo que tipo de investigación se pretende realizar teniendo en cuenta las características de esta.

Investigación Histórica: Hace un especial énfasis en la recopilación de la información que se maneja en el pasado, el mencionar estos acontecimientos es importante ya que de ellos se pueden entender diversas actuaciones que llevan a reducir los errores encontrados en diferentes escenarios de los cuales en su momento dieron origen a una evolución y transformación caracterizada por un gran avance en el mundo.

Las personas que buscan realizar una investigación histórica (historiadores), a menudo buscan fuentes primarias y secundarias.

Las fuentes primarias son aquellas que pueden proveer información imposible de obtener de otra forma, estas son la respuesta directa de un acontecimiento que se registra sin que el historiador tenga necesariamente la intención de utilizarla luego de su registro, algunos ejemplos de fuentes de información primaria

podrían ser, documentos, entrevistas, registros, testigos oculares, historias orales, etc.

Las fuentes secundarias son aquellas que se encuentran más disponibles pero no son tan ricas en detalle como las primarias, están alejadas por lo menos un paso del suceso original, es decir se pierde alguna parte del suceso en el transcurso de la recopilación de la información.

Investigación Descriptiva: El objetivo de este tipo de investigación es describir la situación presente en el momento de realizar el estudio, al igual que en la investigación histórica, la investigación descriptiva no afecta factores o variables, ya que no se pretende determinar la influencia de una sobre otra, lo que permite este tipo de investigación es dar una imagen al lector sobre lo que está sucediendo.

Dentro de este tipo de investigación descriptiva se encuentran formas de realizarlo como son:

Estudios de casos: Según Salkind (1999) este es un método empleado para estudiar un individuo o una institución en un entorno o situación única, y de la forma más intensa y detallada posible, es decir el estudio de casos son descripciones muy detalladas y a menudo personales. Este tipo de estudios toman mucho tiempo pero pueden producir gran cantidad de detalle y entendimiento.

El estudio de casos ofrece varias ventajas como pueden ser: la concentración del esfuerzo en un solo individuo o institución. Este tipo de estudio fomenta distintas formas de recolección de la información, por ejemplo entrevista y observaciones personales, además es un tipo de estudio que ofrece información completa de cómo están pasando las cosas porque permite observar paso a paso la situación del objeto en estudio.

Algunas de las desventajas que tiene este tipo de investigación es que al contrario de lo que se piensa, suele consumir más tiempo que los otros tipos de investigación; se debe tener una perspectiva muy objetiva, de lo contrario lo que se refleje en el estudio puede no ser la realidad sino un resultado obtenido de una posición predispuesta.

Estudios o Investigación de desarrollo: Permite examinar los cambios a través del tiempo, es entender todo el proceso que ocurre desde la concepción hasta la culminación del fenómeno en estudio, varían en estudios longitudinales y transversales, los primeros se basan generalmente en el estudio de un sujeto específico y los cambios a través del tiempo, como por ejemplo los cambios del cuerpo a través de la edad. Los segundos, transversales, se basan en el estudio de características entre sujetos de distintas edades, es

decir proporcionan información acerca de las diferencias de edad entre sujetos distintos por ejemplo niños y ancianos.

Estudios o investigación de correlación: Buscan relaciones entre diferentes variables, describe la relación directa entre diversas variables sin pretender atribuir a una, el efecto observado en otra; un coeficiente de correlación es un índice numérico que refleja la relación entre dos variables.

Las correlaciones pueden ser de dos tipos: directas o positivas, lo que significa que cuando una variable cambia de valor la segunda cambia de valor en la misma dirección, y la segunda es una relación indirecta o negativa, lo que quiere decir que cuando una variable cambia de valor en una dirección la otra lo hace en dirección opuesta.

Estudios causales comparativos: Se usan cuando se quiere comprender semejanzas y diferencias que existen entre varios fenómenos, para descubrir factores o condiciones que parecen acompañar o contribuir la aparición de ciertos hechos.

Investigación Por Encuesta: este tipo de investigación intenta estudiar las características de las poblaciones de forma directa mediante la realización de encuestas, la investigación por encuesta permite examinar la frecuencia y las relaciones entre variables

psicológicas y sociológicas permitiendo además averiguar sobre conductas, prejuicios, preferencias, creencias y opiniones.

Investigación Documental: Se caracteriza en general por el uso predominante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información, se identifica generalmente con el manejo de manuscritos e impresos, por lo que es asociada con la información archivista y bibliográfica, sin embargo gracias al concepto de documento se extiende a una gama de variables como son: películas, diapositivas, discos, planos, etc.

Las fuentes de la investigación documental más comunes son: enciclopedias, monografías, los adelantos de la tecnología, las conferencias, los seminarios, las clases, los congresos, las mesas redondas, la consulta a especialistas en la materia que interesa estudiar; libros de texto, folletos, programas de estudio, programas de investigación, guías bibliográficas, catálogos, ensayos, diccionarios, artículos, revistas, tesis, manuscritos, entre otros.

## **CAPÍTULO 1**

### **1.1. Antecedentes**

Como efecto del proceso de industrialización del Siglo XVIII, surgido en los albores de la Revolución Industrial de Inglaterra, se reorganizaron los modos de producción y comercialización de las nuevas industrias, sustentado en las ideas de expansión y desarrollo que durante años los pueblos han manifestado en sus quehaceres políticos, sociales, culturales, étnicos y demás supra estructuras, alineados a los modelos de Globalización e Internacionalización de la economía mundial.

En este sentido, los modelos de comercialización sobrepasaron las demandas internas de los países y buscaron nuevos mercados en diferentes puntos cardinales del globo terráqueo, potencializando los ejercicios y operaciones de comercio internacional, sustentados en las teorías de la economía clásica de Smith y Ricardo (1776), que se fundamentaron en los ejercicios y pensamientos mercantilistas

Desde este enfoque, los ejercicios productivos y comerciales de las organizaciones, han permitido la generación constante de ventajas comparativas y competitivas, expandiendo los modos de producción y la generación de multinacionales y dentro de ellas el desarrollo de alianzas estratégicas, operaciones de llave en mano y esquemas de gestión empresarial, idealizados en los objetivos de los negocios internacionales y en las oportunidades que brinda la globalización, según. Hill W.L. (2007) la globalización es *“el cambio hacia una economía mundial con mayor grado de integración e interdependencia. La globalización tiene dos componentes principales: la globalización de mercados y la globalización de producción”* (pág. 330)

Por otro lado, Cervantes T. (año de publicación) afirma que la *“Globalización es el conjunto de actividades (ambientales, tecnológicas, económicas, políticas, sociales, etc.), en el sistema humano o social, cuyos efectos no son localizados, sino que se manifiestan en el conjunto de la tierra, de la sociedad y de los individuos, aunque sean en formas distintas”* (pág. 99). Esta definición que es complementada por Sanmartín (2007), quien indica que globalización es *“un procesos en virtud de los cuales los estados nacionales soberanos se entremezclan e imbrican mediante actores*

*transnacionales y sus respectivas probabilidades de poder, orientaciones, identidades y entramados” (pág. 16)*

En este sentido, la globalización para el desarrollo del presente estudio es entendida y vista como el cambio evolutivo que se presenta en los estados por la tendencia a la interrelación mundial que influye en diferentes factores como ambientales, tecnológicos, económicos, políticos, sociales, relaciones, entre otros y donde se evidencian los negocios internacionales y las operaciones de comercio internacional inmersas en la anterior categoría.

De esta forma, es importante entender como Negocio Internacional todas las transacciones de negocios privados o gubernamentales que implican a dos o más países. Daniels (2000) observó: *“las compañías privadas realizan estas transacciones con un afán de lucro y los gobiernos pueden o no perseguir lo mismo en sus respectivas transacciones”*, además el autor indica que de igual forma los negocios internacionales *“comprenden una enorme y cada vez mayor porción de los negocios mundiales totales ya que hoy en día no hay empresa grande o pequeña que no se vean afectados en los acontecimientos y competencias globales”* (pág. 64) de acuerdo a esto la mayoría de empresas vende y reciben provisiones de

países extranjeros generando competencias de los productos y servicios procedentes del exterior.

Según Hill (2000), un Negocio Internacional es cualquier empresa que participa en el comercio o la inversión extranjera; aunque si bien las empresas multinacionales se definen como negocios internacionales, una compañía no tiene que convertirse en multinacional, invirtiendo directamente en otros países para participar en los negocios internacionales, puesto que a los desplazamientos del mundo a una economía global integrada, busca el mismo efecto entre las compañías grandes y pequeñas, que en últimas buscan cumplir con los objetivos propios de los negocios internacionales, tales como incremento de ventas, adquisición de recursos, minimización del riesgo y diversificación de operaciones.

En el desarrollo de las acciones de los Negocios Internacionales, se debe tener en cuenta el estudio de los factores exógenos y endógenos, que pueden llegar a afectar el desarrollo lógico del mismo, es decir que dentro de los factores exógenos las condiciones física, políticas, sociales, culturales y económicas, se convierten en un referente de análisis para la organización que pretende acoplarse a una nueva nación y que le permitirá el despliegue de sus objetivos corporativos.

Objetivos Corporativos, Se encuentran alineados desde las condiciones endógenas de la organización, sus estrategias, medios y modos para el éxito de la organización. Para tal efecto, en el siguiente cuadro se analiza la configuración de la organización ante dichos fenómenos:

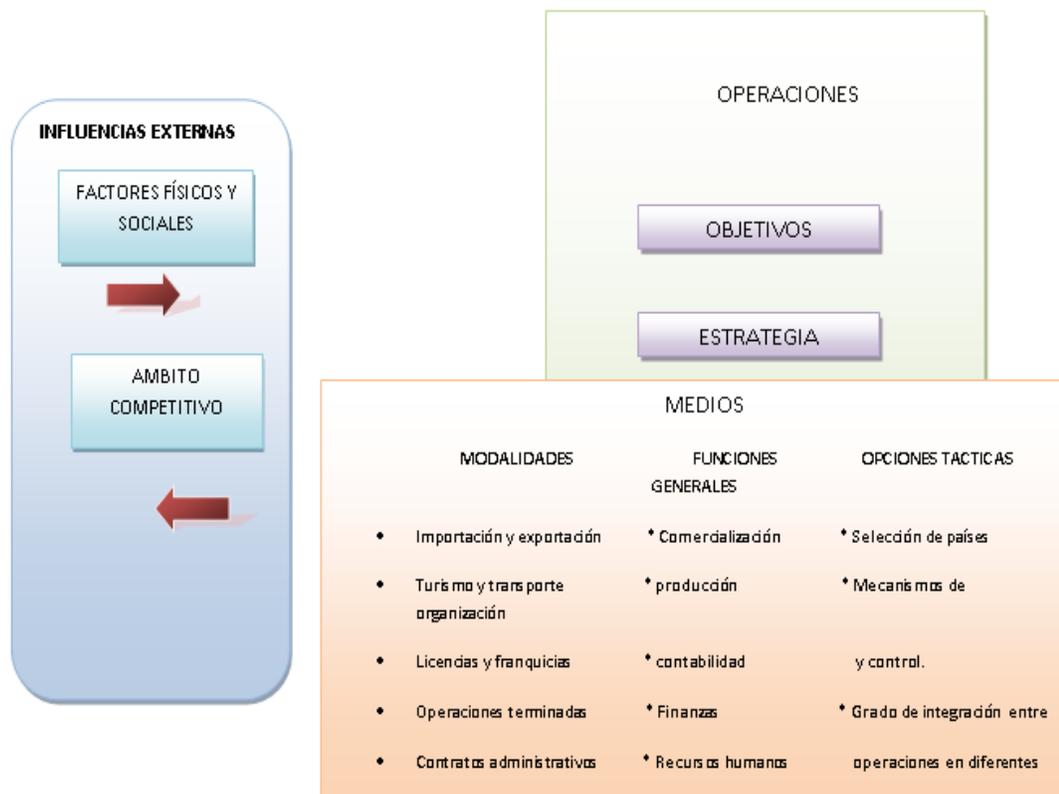


Figura 1. Negocios Internacionales: Operaciones e Influencias

- Fuente: Adaptado de Adam Smith, longseller (2001), la riqueza de las naciones, pag 120, ciudad, Editorial Mc graw Hill, sustraído el día 10/03/2011

### 1.1.1. Modalidades de Negocio Internacional

1.1.1.1. La exportación e importación de mercancías: suelen ser las transacciones económicas internacionales más importantes de un país. Esta importación y exportación se suelen aplicar solo en referencia a la exportación e importación de mercancías, no de servicios.

1.1.1.2. Turismo y transporte: Son importantes fuentes de ingreso para las líneas aéreas, compañías navieras, agencias de viajes y hoteles. De igual modo la economía de algunos países depende mucho de los ingresos de estos sectores económicos...por ejemplo las utilidades y los ingresos de divisas de Grecia y Noruega procede de cargamentos extranjeros que se transportan en barcos propiedad de ciudadanos de estos países.

- 1.1.1.3. Contratos administrativos: Acuerdos por los que una compañía aporta personal para la realización de funciones administrativas generales o especializadas para otra compañía.
- 1.1.1.4. Inversión directa: Es aquella que le otorga al inversionista una participación de control en una empresa extranjera.
- 1.1.1.5. Inversión de cartera: Es aquella que concede al inversionista una participación no controladora en una compañía o la propiedad de un préstamo a un tercero. Por lo general, una inversión de cartera adopta una de dos modalidades: acciones en una compañía o prestamos a una compañía o país, bajo la forma de bonos, pagares o letras adquiridos por el inversionista.

En el caso colombiano, la apertura económica que se da entre 1985 y 2004 como proceso de eliminación de fronteras comerciales y el desarrollo de nuevos escenarios para la producción y comercialización de bienes y servicios desde el país para el mundo y viceversa, se anclaron en el desarrollo de los sectores del petróleo y

el carbón que permitieron incrementar el ingreso de las divisas, así como la apertura a nuevas operaciones comerciales de otras empresas de carácter nacional e internacional.

Con mayor fuerza, a partir del año de 1992 se declara el inicio de la Apertura Económica en Colombia incrementándose los valores de las importaciones y las exportaciones que se han establecido como elementos del crecimiento y desarrollo dentro de la política económica del país, por ello de acuerdo al informe del balance de la internacionalización de la región Bogotá – Cundinamarca, 2008-2009 el actual PND (Plan Nacional de Desarrollo), 2010- 2014, el cual indica que como Base fundamental e importante se da a conocer el análisis interno y externo de Colombia, frente a las economías del mundo, es decir el mundo de los negocios, con el fin de identificar donde se pueden presentar diferentes, variadas y grandes oportunidades comerciales y de producción, que se sustentan en las ventajas que ofrece la geopolítica y que influye tanto en la economía como en otros sectores del país, es de esta manera que se hace evidente que Colombia es un país con una perspectiva de crecimiento sostenible. *“lo que lleva a pensar que no solo se crece con la explotación de recursos naturales que posee el país sino que también crece poco a poco en capacidad productiva y prestación de servicios, generación de empleo y estabilidad económica.”* Colombia

ha presentado incremento económico de 7.7% anual pero con un incremento en la producción industrial del 17.4%, estando entre las más altas en América Latina.

Adicionalmente, en el análisis de las condiciones exógenas y endógenas del país para el desarrollo de operaciones de Negocios Internacionales se deben evaluar temas como: seguridad, estabilidad política, económica y social, educación, empleo, infraestructura, transparencia y corrupción, en este sentido el país mejoró en ocho de las diez áreas que estudia el Banco Mundial y según este, figura en el puesto 37 de la clasificación mundial de un grupo de 183 economías medidas en el año 2009. Es la primera vez, desde que el Banco Mundial creara el Informe Doing Business, que Colombia se ubicó como el país con el mejor clima de negocios en América Latina.

Geopolíticamente el país está ubicado en un lugar privilegiado en el centro del continente americano, por lo tanto Colombia se perfila para ser un lugar de tendencia de servicios financieros, transporte, comunicaciones, tecnología y turismo tanto para empresas nacionales como internacionales, por este motivo, el Gobierno y los colombianos en general han entendido la necesidad de vender a Colombia ante el mundo.

Colombia fue el país que más reformas realizó durante el último año a nivel Latinoamérica para mejorar su clima de negocios, según informe del Banco Mundial (BM) del año 2010. *“Colombia ha entendido que se debe hacer, pero se evidencia una falta de inversión en su infraestructura, ya que la que existe actualmente es débil para un buen flujo comercial”* por otro lado se deben realizar inversiones en puertos, carreteras, vías férreas, mega aeropuertos, investigación y desarrollo, de igual forma estimular las ideas de negocios; de adentro hacia afuera y viceversa, obteniendo de forma adicional el control militar absoluto, como mínimo en las zonas que tienen una imagen de centros de negocios, *“al mismo tiempo se requiere desarrollar una educación de más alta calidad, de tal manera que el inversionista extranjero pueda confiar en el desarrollo de sus negocios y operaciones.”*

Pese a esto la situación de Colombia en la economía mundial ha sido precaria y, en general, se ha basado en productos básicos. Hasta hace una década, los productos agrícolas, especialmente el café, el banano y las flores, representaban el grueso de las exportaciones. A partir de la última década, los productos minero-energéticos, el petróleo, el carbón y el ferróníquel, pesan más en la canasta exportadora del país. La venta de manufacturas al exterior

se ha limitado en su mayoría a bienes de baja tecnología, y se ha concentrado en los mercados andinos y en el de Estados Unidos. De ahí que el valor agregado de las exportaciones, en general, sea bajo, y que además en algunos casos estos dependan de las preferencias arancelarias.

Por otro lado la región Bogotá –Cundinamarca, ha avanzado en su internacionalización, como resultado del crecimiento en las operaciones de comercio exterior y de la inversión extranjera. Así mismo Bogotá avanzó en su posicionamiento competitivo entre las cincuenta mejores ciudades para hacer negocios en América Latina y se ubicó en el sexto lugar después de Sao Paulo, Santiago de Chile, Miami, Ciudad de México y Buenos Aires. En la actual década, en la región de Bogotá-Cundinamarca se ha profundizado el proceso de Internacionalización Económica. Por ello entre el 2000 y el 2008 se triplicó el valor de las exportaciones y aumentó el valor de las exportaciones per cápita, además, fue una de las regiones del país con mayor diversificación de su oferta exportable, con participación creciente de productos manufacturados.

De otra parte, entre el 2000 y el 2008, se encuentran indicadores de que la economía de la región creció a un ritmo superior al 4.5% promedio anual, las exportaciones superaron las cifras más altas alcanzadas en los noventa, con lo cual en el 2008, los US\$ 5.944 millones. Según la publicación de la Cámara de Comercio Exterior (2008).

Las exportaciones pasaron a ser uno de los mayores valores exportado en las últimas dos décadas. De igual manera *“la inversión extranjera registró los mayores avances, y cerca de la mitad de las empresas de la región registraron participación de la inversión extranjera en sus balances”*. (p. 10-12).

Estos avances se lograron en un contexto de alto crecimiento de la economía y el comercio mundial impulsado por el auge del consumo de bienes importados de las economías desarrolladas y el buen desempeño económico de los países asiáticos, que se han convertido en fuentes importantes de expansión de la demanda mundial. Así mismo, los países latinoamericanos se vieron favorecidos por los altos precios de sus principales bienes de exportación y por la mayor integración económica de sus países, lo

cual se reflejo en el crecimiento más rápido del comercio interno, respecto al realizado con las demás regiones del mundo. (Ver figura 2)

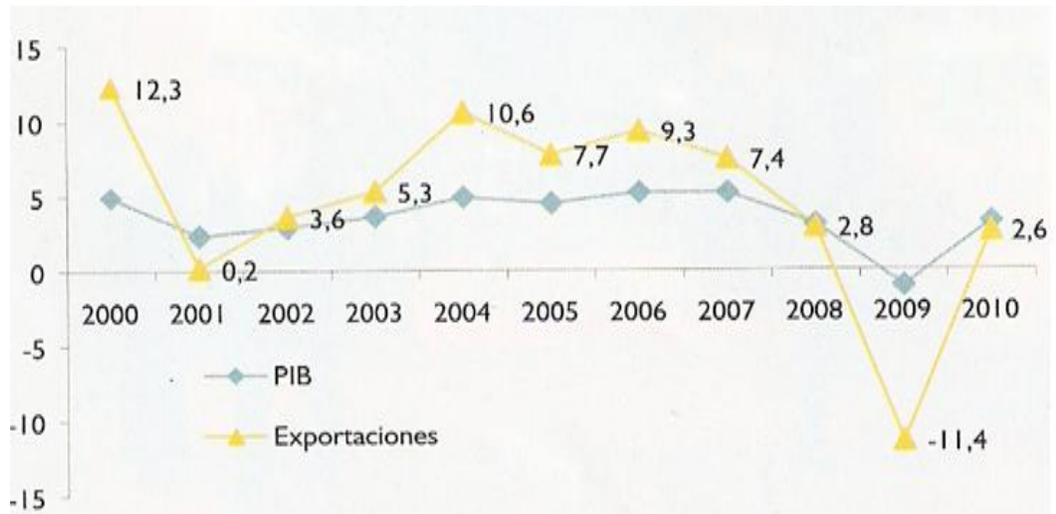


Figura 2. Crecimiento económico y del comercio mundial

Fuente: Adaptado de revista Balance de la internacionalización de la región Bogotá-Cundinamarca (2009).Bogotá. Cámara de Comercio de Bogotá.p.10

La crisis financiera internacional del 2008-2009 ha tenido un impacto importante en los países de América Latina, que ha sido la región más afectada entre las economías de menor desarrollo económico, tal como se puede apreciar en la figura, en donde la tasa de crecimiento económico registra tendencias negativas de desaceleración. (Ver N°3)

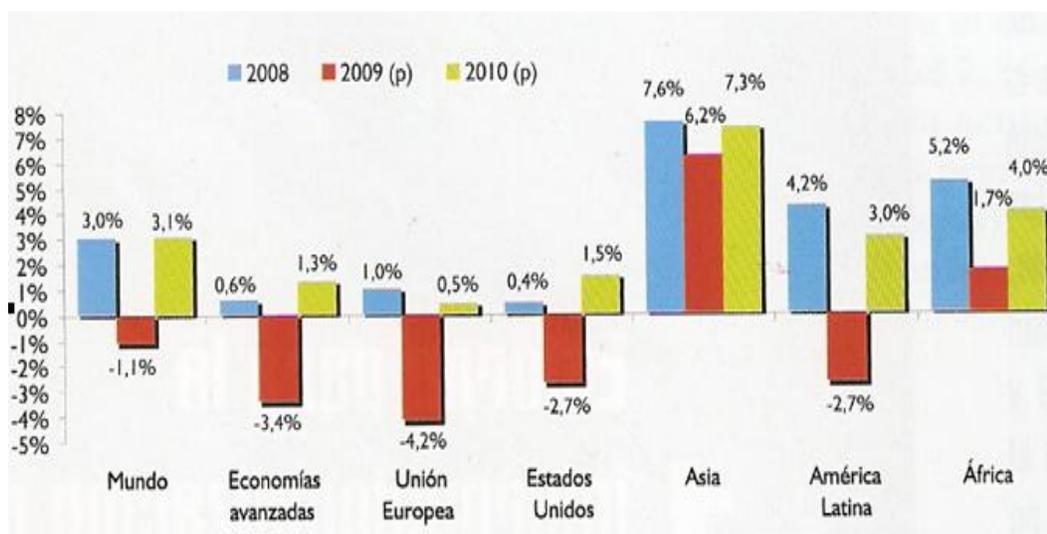


Figura 3. Crecimiento económico mundial por regiones

Fuente: Fuente: Adaptado de revista Balance de la internacionalización de la región Bogotá- Cundinamarca (2008-2009). Bogotá. Cámara de Comercio de Bogotá. p.10

En los últimos cinco años, el aumento en los precios de los principales productos de exportación y la expansión de la demanda fueron factores dinamizadores del comercio exterior en los países de América Latina. En el 2008 aumentaron los precios en un (43%) y el valor del comercio (16%). Para el 2009, las proyecciones del CEPAL prevén una disminución de 29% en los precios y de 25% en el valor de las exportaciones, como consecuencia de las dificultades

económicas y comerciales que han caracterizado el desenvolvimiento de la economía mundial. (Ver figura 4)

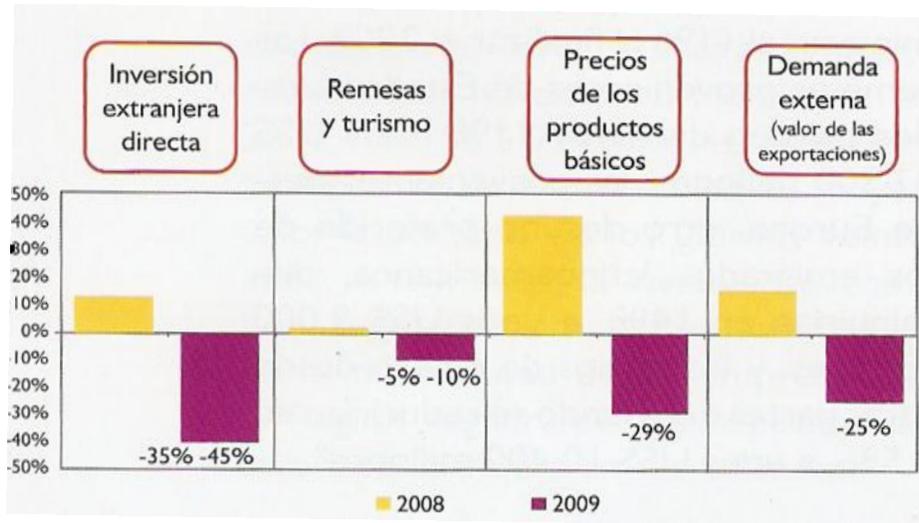


Figura 4. Canales de transmisión de la crisis y la magnitud del impacto, 2009

Fuente: Fuente: Adaptado de revista Balance de la internacionalización de la región Bogotá- Cundinamarca (2008-2009).Bogotá. Cámara de Comercio de Bogotá.p.12

En el 2008 y el 2009, el desempeño de las economías de América Latina ha sido diferente para cada país. En el 2008, el crecimiento del PIB fue positivo para casi todos los países, pero en el 2009, los efectos de la crisis se han sentido con mayor fuerza en los países de centro América y México; por el contrario; las economías de Suramérica (excepto Brasil) registraron resultados positivos, pero inferiores a los del 2008.

Colombia en el 2008 registró un crecimiento económico de 2.4% que fue inferior a los promedios históricos de los cuatro años anteriores, los cuales superaron el 5.7%. Para el 2009, se esperaba que la economía creciera entre el 0.5% y el 1.5%. De allí que las exportaciones, que han sido una de las fuentes más dinámicas, registraron en el 2008 la cifra record de US\$37.626 millones, 25.5% más que el 2007. (Ver figura 5)

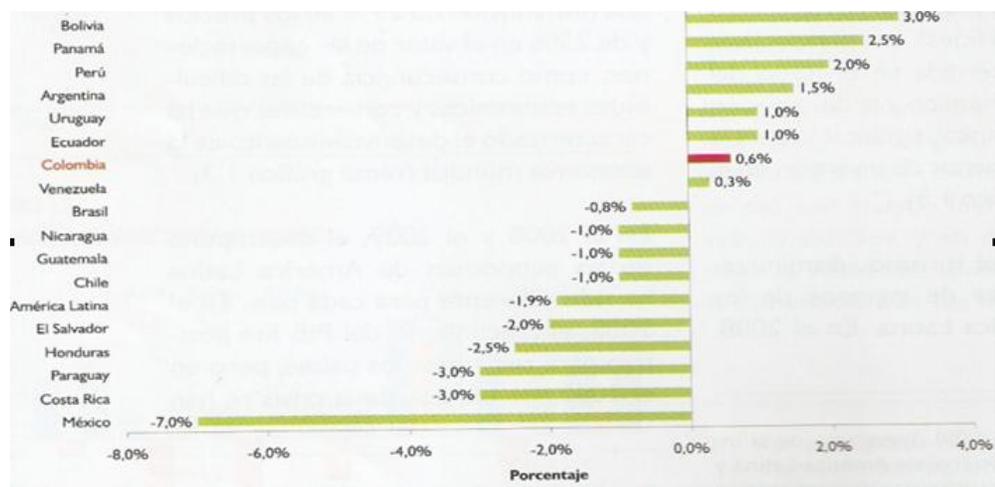


Figura 5. América Latina y el Caribe. Tasas de crecimiento del PIB, 2009

Fuente: Fuente: Adaptado de revista Balance de la internacionalización de la región Bogotá- Cundinamarca (2008-2009).Bogotá. Cámara de Comercio de Bogotá.p.12

Para el año 2009 se esperaba una disminución de ingresos provenientes del exterior del 23% con relación al mismo periodo del 2008, como resultado de la desaceleración de la demanda internacional y las medidas de los gobiernos de Ecuador y Venezuela que restringieron el ingreso de productos colombianos en esos mercados. El primer semestre del 2009 el flujo de inversión extranjera fue inferior al del mismo periodo de 2008 (US\$4.897 millones) y las remesas cayeron 11.5%. Aun así las perspectivas para el 2010 de la economía colombiana y del sector externo, fueron más optimistas, dado que se esperaba la recuperación de la economía mundial, en especial de los principales socios comerciales del país. Además, el mercado interno esperaba mayor dinamismo con lo cual PIB pudiera crecer entre el 2% y 4%.

En síntesis, la capacidad de la economía colombiana de integrarse a los mercados internacionales, a diferencia de la mayoría de los países de América Latina, indica que el sector externo es menos vulnerable, sin embargo, los mayores retos se encuentran en el frente fiscal, en el que el margen de la maniobra es bajo, debido a que la mayor parte del presupuesto está comprometido (deuda y servicio de la deuda), lo cual, limita las posibilidades de ampliar el gasto para impulsar la demanda interna. Por esta razón, las expectativas se cifran sobre la inversión y la recuperación del

consumo privado. En estos recae la mayor parte de la responsabilidad para retornar a tasas de crecimiento que permitan disminuir las altas tasas de desempleo.

Por esta razón, en el plan de desarrollo 2010-2014 (PDN) se muestra un gran avance en cuanto al alcance e impacto de las políticas a aplicar para generar un desarrollo y prosperidad sostenida necesaria para impulsar al país a niveles de seguridad, salud, sociedad, dignos de una nación es el siglo XXI. Para este proceso, el Gobierno definió cuatro ejes esenciales que convergen en la prosperidad nacional, estos son: Buen Gobierno, Posicionamiento Internacional, Sostenibilidad Ambiental, Innovación. Estos ejes soportan tres pilares: Crecimiento sostenido, igualdad en oportunidades y consolidación de paz. Estos sustentan la convergencia y desarrollo regional y ésta la prosperidad tan anhelada.

Aun así, para lograr el cumplimiento de dichos pilares, es necesario, que el país tenga una alineación en sus diferentes estructuras, es decir, que el quehacer político, económico, social y ambiental estén orientados al crecimiento y desarrollo socioeconómico del país; es claro afirmar que el siglo XX se

enmarcó por notables descubrimientos y progresos científicos, permitiéndole a diferentes países salir del subdesarrollo y mejorar sus niveles de calidad de vida incrementando las brechas socioeconómicas en diferentes regiones del mundo, generando expectativas e ilusiones de progreso en el plano económico y social de naciones de carácter desarrollado y amargura por las altas tasas de desempleo y los fenómenos de exclusión que habitan en las naciones más pobres o subdesarrolladas. En este sentido y frente a los numerosos desafíos que existen en los pueblos, se observa que el porvenir de los mismos se sustenta en la educación que se constituye en un instrumento indispensable para que la humanidad, pueda progresar hacia los ideales de paz, libertad y justicia social.

En este sentido, la educación es entendida como un proceso que durante toda la vida se presenta como una de las llaves de acceso a mejores condiciones de vida, esta noción va más allá de la educación básica y educación permanente y corresponde al reto de un mundo que cambia rápidamente. Esto le permite al ser humano saber cómo actuar y comportarse en sociedad, ya que desde niño se empieza a crear vínculos sociales, con quienes los rodean reteniendo así información con todos aquellos que interactúa, es por eso que el ser humano está constantemente en un proceso de

educación, motivo por el cual la educación en Colombia fue evolucionando al transcurrir los años.

En el país, el desarrollo del proceso educativo es escalonado, el cual parte con la formación en primer infancia y evoluciona a Preescolar, Básica Primaria, Básica Secundaria, Media Vocacional, Formación Técnica, Tecnológica y Profesional, Especialización, Maestría y Doctorado. *Según el SNIES (Sistema Nacional de Información de la Educación Superior) nos relaciona los siguientes conceptos:*

Educación superior: proceso de formación permanente, personal, cultural y social que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral, se realiza con posterioridad a la educación media y tiene por objeto el pleno desarrollo de los estudiantes y su formación académica o profesional. A la educación superior corresponde, primordialmente, el cultivo de la ciencia, la investigación y el desarrollo tecnológico, con un enfoque pedagógico y curricular que capacite al estudiante como persona y ciudadano, a la vez que ofrece a la sociedad y al país la formación del talento humano que requiere para su progreso en todos los campos del conocimiento; Siendo uno de sus objetivos

ser factor de desarrollo científico, cultural, económico, político v ético a nivel nacional y regional.

En este sentido, es importante reconocer la necesidad de articular el desarrollo de las acciones de los Negocios Internacionales, con los propósitos de formación brindados por las universidades en los ámbitos postgraduales en esta área, ya que debe existir una sincronía entre el mundo académico y el mundo empresarial enfocado al crecimiento y desarrollo económico de las naciones. Para ello se requiere de programas académicos de alta calidad capaces de desarrollar en el estudiantado competencias formativas y profesionales que puedan llegar a responder a las necesidades y problemáticas del país, sin alejarse de las orientaciones nacionales o internacionales y que a su vez contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del país.

Por ello, la presente investigación centra su estudio en la investigación del proceso formativo existente en las especializaciones de negocios internacionales del país frente a las necesidades retos y oportunidades en dicha área, como respuesta del sistema educativo al motor empresarial y como sinergia entre la empresa y las acciones educativas

## **1.2. Marco Teórico**

Los negocios internacionales han crecido rápidamente en las últimas décadas como consecuencia de la expansión tecnológica, la liberación de las políticas gubernamentales sobre el comercio y los recursos, la creación de las instituciones necesarias para sostener y facilitar las transacciones internacionales y la agudización de la competencia global.

Por ello la situación de Colombia frente a la economía mundial ha sido precaria y, en general, se ha basado en productos básicos. Hasta hace una década, los productos agrícolas, especialmente el café, el banano y las flores, representaban el grueso de las exportaciones. A partir de la última década, los productos minero-energéticos, el petróleo, el carbón y el ferróníquel, pesan más en la canasta exportadora del país. La venta de manufacturas al exterior se ha limitado en su mayoría a bienes de baja tecnología, y se ha concentrado en los mercados andinos y en el de Estados Unidos. De ahí que el valor agregado de las exportaciones, en general, sea bajo, y que además en algunos casos estos dependan de las preferencias arancelarias, de allí la necesidad concreta de estudiar las principales teorías que sustentan el desarrollo de las acciones del comercio y los negocios internacionales.

AUTOR	TEORÍA	EXPLICACIÓN DE LA TEORÍA
MERCANTILISMO	COMERCIO EXTERIOR	Surge en Inglaterra en el siglo XVI. Sostiene que el oro y la plata son los pilares fundamentales de la riqueza nacional y eran esenciales para un comercio vigoroso. Para así poder acumular oro y plata, incrementando su riqueza y prestigio nacionales. Por tanto, tiene la visión de que mientras un país gana con el comercio exterior, otro debe perder.
ADAM SMITH	VENTAJA ABSOLUTA	De acuerdo con Smith, los países deben especializarse en la producción de mercancías en la que tengan una ventaja absoluta, e intercambiar estos productos por bienes producidos en otros países. Así mismo, demuestra que especializándose en la producción de bienes en los que cada país tiene ventaja absoluta, ambos países se beneficiarán a través del comercio de dichos bienes.
DAVID RICARDO	VENTAJA COMPARATIVA	Extiende la teoría de los beneficios del comercio a situaciones donde un país tiene ventaja absoluta en ambos bienes. De acuerdo con Smith dicho país probablemente no resulte beneficiado con el comercio exterior. Estos beneficios se obtienen cuando el país con ventaja absoluta en ambos bienes se especializa en producir aquel con mayor eficiencia relativa (menor costo de oportunidad), es decir el bien en el que tiene ventaja comparativa.

HECKSCHER - OHLIN	COMERCIO INTERNACIONAL	Supone que cada uno de dos países está dotado con factores homogéneos (trabajo y capital) y producen dos bienes bajo rendimientos constantes. También se supone que los dos países comparten la misma tecnología, tienen las mismas preferencias y que ningún país se especializa completamente en la producción de un solo bien. Los factores son perfectamente móviles dentro de cada país, pero perfectamente inmóviles entre países. Los costos de transporte son igual a cero. Existe competencia perfecta.
POSNER	TEORIA DE LA BRECHA TECNOLÓGICA	*Basada en la secuencia de la innovación y la imitación. * Gran parte de las exportaciones de los países industrializados se basa en el desarrollo de nuevos productos y procesos de producción. Estos factores le dan al país un monopolio temporal, que durará hasta que otro país copia la tecnología y vende a precios inferiores, a los del país que habían puesto en práctica la nueva tecnología. Mientras tanto, el líder tecnológico puede haber introducido productos y procesos productivos aun más nuevos.
VERNORN	TEORÍA DEL CICLO DEL PRODUCTO	<p>En su teoría sugiere tres etapas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto Nuevo: Requiere trabajo calificado para el desarrollo y mejora del producto.</li> <li>• Producto Maduro: Los costos de mercadeo y capital se vuelven dominantes,</li> <li>• Producto Estandarizado: La tecnología se estabiliza y el producto goza de la aceptación general del consumidor,</li> </ul> <p>Por lo tanto cuando el producto madura y se estandariza la ventaja comparativa puede cambiar de un país abundante en trabajo calificado a un país abundante en trabajo no calificado.</p>

KEYNES	TEORIA DE LA DEMANDA EFECTIVA	La demanda efectiva se manifiesta en el gasto de la renta, si aumenta la renta de una comunidad también aumentará su consumo, pero éste menos que aquella. Por lo tanto, para que haya una demanda suficiente para mantener el nivel de empleo, se debe verificar un nivel de inversión equivalente a la diferencia entre la renta y el consumo.
AMARTYA SEN	DESARROLLO HUMANO	En muchos Países en donde o el hambre están diseminados, puede que no exista ningún modo factible mediante el cual en el futuro cercano se garantice a todos ser liberados de esta carencia, pero si la construcción de una políticas que rápidamente conducirán a tal liberación.
		El derecho a ser liberado del hambre es la opción a tal política, pero lo que en últimas esta tras ese derecho es el objetivo de alcanzar la libertad.

Fuente. Adaptado de Barros Sanmartín, Israel (2007),. Entre Dos Siglos. Pag 334.  
 México. Editorial Mc Graw Hill, Sustraído el día 22/04/11

1.3. En este sentido se puede afirmar que los objetivos de los Negocios Internacionales son:

1.3.1. Analizar el entorno y las características que comprometen el área de los Negocios Internacionales.

1.3.2. Aplicar conocimientos, Economía Internacional, Derecho Comercial Internacional, Marketing Internacional, Operaciones Financieras Internacionales, Logística Internacional, Técnicas de Negociación Internacional, Régimen

Aduanero Colombiano para las operaciones de exportación e importación y las diferentes modalidades de los regímenes que regulan el comercio exterior en Colombia, estrategias de internacionalización y metodología de investigación en el área de los negocios internacionales.

1.3.3. Identificar la demanda y conocer las posibilidades de acceso, penetración y conquista en los mercados externos y sus normas, exigencias y modalidades.

1.3.4. Programar la política de comercialización exterior de forma tal que los planes de acción conduzcan directamente a obtener resultados.

#### 1.4. Tendencia.

Los Negocios Internacionales y su tendencia van hacia la globalización de las diversas empresas nacionales e internacionales en cuanto a sus necesidades diarias de enfrentar nuevos retos. A partir de cada una de las diversas oportunidades y actividades que esta tendencia le exige, conlleva al desarrollo social y económico al momento de enfrentar los diversos retos que surgen en el día a día.

## 1.5. Diferenciación

Las decisiones con respecto a las decisiones de inversión, financiamiento y administración del efectivo se ven complicadas por la diferencias del tipo de monedas, y es claro que una buena administración financiera puede ser una gran partida de ventajas competitivas, como por ejemplo la reducción de costos en la creación de valor y valor agregado al mejora el servicio al cliente, al reducir los costos de capital de la empresa, reducir su exposición a las actividades riesgo innecesarias y administrar debidamente los flujos y las reservas de efectivo

En los negocios internacionales una herramienta muy útil y muy común son las técnicas de presupuesto, sin embargo para evaluar un proyecto financiero potencial, debe hacerse una distinción entre los flujos de efectivo con relación al proyecto y los flujos de efectivo con relación a la matriz, ya que en el momento en que el país receptor bloquee la repatriación de los flujos de capital de una inversión extranjera, estos no serán iguales. Cuando una empresa u organización usa técnicas de presupuesto de capital, tiene que tener en cuenta los riesgos latentes que se encuentran al momento de una negociación en un país extranjero especialmente el riesgo político y económico.

En el mercado de capitales se ve constantemente la inversión a nivel mundial que a nivel local lo que conlleva a que las empresas prefieran financiarse en el mercado global que en el mercado local por la razón de que en este el costo es más bajo, sin embargo el hacer préstamos en este mercado puede estar restringido por las leyes que rigen el mercado local, en este caso la empresa debe utilizar o buscar una tasa de descuento más alta para el presupuesto de capital que refleje dicha circunstancia, otra forma de financiación que puede ser evaluada por la empresa en el endeudamiento a nivel local en un mercado dado que la moneda en cualquier momento pueda devaluarse.

Si la empresa mantiene el efectivo en un depósito centralizado, esto le da la oportunidad de invertir sus reservas de efectivo de manera más eficiente; en inversiones que generen rentabilidad o intereses altos, de igual forma pueden invertir en activos tangibles; igualmente las empresas pueden mitigar el riesgo de inversión mediante tácticas de protección de la exposición de transacciones mediante la compra de forwards, y el uso de swaps de divisa, estrategias de retraso, manipulación de precios de transferencia, el uso de financiamiento con base en la deuda local, la aceleración del pago de dividendos.

## CAPÍTULO 2. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES EN LAS UNIVERSIDADES DE COLOMBIA

De acuerdo al Sistema Nacional de Información en Educación Superior - SNIES en Colombia se ofertan actualmente 213 programas de Negocios Internacionales; en modalidad de pregrado (técnica, tecnológica y profesional) y postgrado (especialización y maestría), con una participación respectiva de 71% y 29%, en la presente investigación se centrara en los programas de formación postgradual.

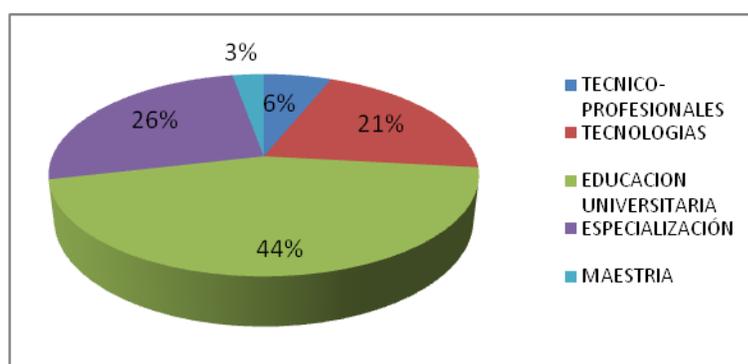


Figura 6. Oferta general de programas en Negocios Internacionales

Fuente: Sistema Nacional de Información en Educación Superior - SNIES (2011)

Pese a que se encuentran 61 programas de formación postgradual en Negocios Internacionales aprobados por el Ministerio de Educación, en la actualidad tan sólo se hallan 38 en

funcionamiento; la oferta de estos postgraduales está distribuida en 32 especializaciones y 6 maestrías.

El enfoque del presente trabajo pretende ahondar en los programas de especialización que se encuentran en el mercado académico, dejando de lado la oferta de maestrías.

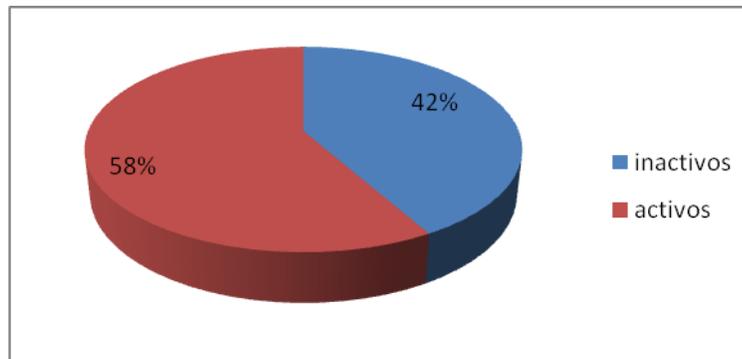


Figura 7. Programas de formación postgradual en Negocios Internacionales activos

Fuente: Sistema Nacional de Información en Educación Superior - SNIES (2011)

Las instituciones que ofertan las 31 especializaciones en Negocios Internacionales en un 90% son de carácter privado y el restante de carácter oficial o público, lo cual refleja que las universidades del sector privado son las más comprometidas o interesadas en la formación de personas con conocimientos y capacidades referentes a los negocios internacionales, a pesar de que el sector público es quien busca el fomento para la realización de negocios internacionales.

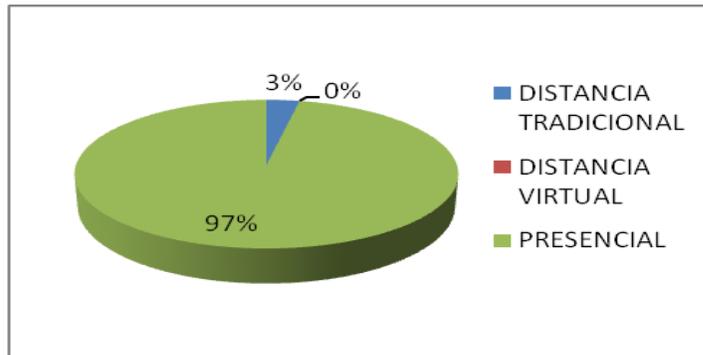


Figura 8. Metodología de programas post graduales en Negocios Internacionales  
Fuente: Sistema Nacional de Información en Educación Superior - SNIES (2011)

En las universidades aplican 3 modalidades de las cuales la presencial es la que tiene más impacto a la hora de retomar los periodos académicos, dando a conocer que esta es la que genera más demanda a la hora de ofrecer un programa postgradual, en el cual el profesional puede prepararse de forma completa y personal recopilando las experiencias diarias que generan fortalecimiento en su preparación diaria. (Ver figura 9

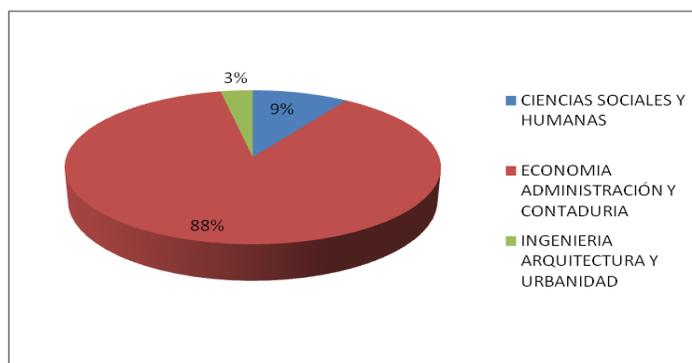


Figura 9. Área de estudio

Fuente: Sistema Nacional de Información en Educación Superior - SNIES (2011)

En el SNIES se puede encontrar la información estadística en donde se percibe que las áreas de mas interés y por la cual se deciden la mayoría de los profesionales al momento de elegir una especialización son las referentes a Economía, Administración y Contaduría, ya que permite que el profesional asuma retos cada vez más ambiciosos llevándolo a la realización profesional y a la superación personal al darle las herramientas necesarias que espera y exige el mercado de los Negocios Internacionales.

## **2.1 Ubicación geográfica de los Programas de Formación Postgradual en Negocios Internacionales.**

A continuación se encuentra la información concerniente a las universidades y sus programas Postgraduales ofrecidos a nivel nacional, allí se describe el programa y la ciudad a la que pertenece, indicando si ésta tiene ubicada otras sedes, lo anterior para ofrecer al profesional diversas alternativas a la hora especializarse y fortalecer su crecimiento profesional.

En este mapa se pueden encontrar las universidades que se encuentran activas de acuerdo al registro reportado en el SNIES. (Ver figura 8).



Figura 8. Ubicación geográfica Universidades a nivel nacional

Fuente: MAGELLAN, geographix, Santa Barbará, CA (800) 929-4627

## 2.2. Identificación de las Universidades a Nivel Nacional



### 2.2.1. *Universidades ubicadas en Medellín*

- 2.2.1.1. Fundación Universitaria Esumer
- 2.2.1.2. Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario
- 2.2.1.3. Universidad de Medellín
- 2.2.1.4. Universidad Pontifica Bolivariana
- 2.2.1.5. Universidad Eafit



### 2.2.2. *Universidades ubicadas en Bogotá*

- 2.2.2.1. Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá
- 2.2.2.2. Universidad Antonio Nariño
- 2.2.2.3. Universidad de los Andes
- 2.2.2.4. Universidad San Buenaventura
- 2.2.2.5. Universidad santo Tomás
- 2.2.2.6. Universidad Externado de Colombia
- 2.2.2.7. Fundación Universidad de América
- 2.2.2.8. Universidad EAFIT
- 2.2.2.9. Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario



### 2.2.3. *Universidades ubicadas en Cartagena*

2.2.3.1. Universidad Tecnológica de Bolívar



### 2.2.4. *Universidades ubicadas en Cúcuta*

2.2.4.1. Universidad Libre



### 2.2.5.. *Universidades ubicadas en Pereira*

2.2.5.1. Universidad Libre

2.2.5.2. Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario



### 2.2.6. *Universidades ubicadas en Ibagué*

2.2.6.1. Universidad de Ibagué

2.2.6.2. Universidad del Tolima



### 2.2.7. *Universidades ubicadas en Barranquilla*

2.2.7.1. Fundación Universitaria del Norte- Universidad del Norte

2.2.7.2. Universidad Autónoma del Caribe



### 2.2.8.. *Universidades ubicadas en Bucaramanga*

2.2.8.1. Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario

2.2.8.2. Universidad de La Sabana



2.2.9. *Universidades ubicadas en Manizales*

2.2.9.1. Universidad de Caldas

2.2.9.2. Fundación Universidad de Bogotá- Jorge Tadeo Lozano



2.2.10. *Universidades ubicadas en Cali*

2.2.10.1. Universidad Santiago de Cali

2.2. 10.2. Pontificia Universidad Javeriana

2. 2.10.3. Universidad Eafit

2.2.10.4. Universidad Libre



2.2.11. *Universidades ubicadas en Cundinamarca*

2.2. 11.1. Universidad La Sabana- Chía

### **2.3. Investigación y análisis de los Programas Postgraduales de negocios internacionales vigentes en el país.**

A continuación se relaciona una breve información correspondiente al plan de estudios del postgrado de Negocios Internacionales de 31 universidades, el cual detalla los siguientes aspectos: ubicación, clasificación de la entidad (pública o privada), datos de contacto, mediación educativa y área temáticas entre otros aspectos; con el fin de que el estudiante pueda identificar las características propias de cada universidad.

De acuerdo con lo anterior, se relacionan 31 fichas correspondientes a las universidades habilitadas a nivel nacional. Es importante aclarar que aunque la Universidad del Cauca tiene habilitado ante en el SNIES el postgrado Especialización en Gerencia de Negocios Internacionales, la institución confirma no estarla dictando en el momento.

#### **2.3.1. Descripción e importancia de los temarios de los Programas Postgraduales en las universidades a nivel nacional**

UNIVERSIDAD	ENFASIS	DESCRIPCIÓN
<p align="center"><b>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA ESUMER</b></p>	<p align="center"><b>GERENCIA</b></p>	<p>Su plan de estudios se enfatiza especialmente en generar las herramientas para realizar una gerencia estratégica, se enfoca además en aquellas áreas que llevan al profesional a realizar un adecuado análisis y sacar conclusiones acertadas, que se hacen evidentes a la hora de manejar los mercados a nivel nacional e internacional, aplicando especialmente estrategias de procesos del Comercio y Negocios en el marco de un conocimiento desde los ámbitos: político, económico, financiero y cultural.</p> <p>VER ANEXO 1</p>
<p align="center"><b>FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ</b></p>		<p>En la presente investigación no fue posible encontrar información del programa correspondiente al postgrado Especialización en finanzas y negocios internacionales.</p> <p>VER ANEXO 2.</p>
<p align="center"><b>UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO</b></p>	<p align="center"><b>GERENCIA</b></p>	<p>El programa que ofrece la universidad, sus materias aplica a la categoría establecida para el postgrado, hace especial énfasis en el análisis y desarrollo de los problemas encontrados en un proceso, permitiéndole al profesional aplicar un plan estratégico a nivel nacional e internacional y así obtener los resultados positivos.</p> <p>Como herramientas en el proceso de formación se hace evidentes el uso e investigación estadística y probabilística, de igual manera como valor agregado se ofrecen dos electivas que le permiten al estudiante</p>

		<p>dar un enfoque diferente a su programa.</p> <p>VER ANEXO 3.</p>
<p><b>UNIVERSIDAD DE LOS ANDES</b></p>	<p><b>DERECHO</b></p>	<p>Desde la perspectiva jurídica, la universidad se enfoca en pocas áreas relacionadas con el derecho ya que en su mayoría hace especial énfasis en los negocios y comercio internacional a nivel financiero, adicionalmente se evidencia un bajo contenido en la cantidad de materias que ofrece la universidad sin embargo esta es compensada con el énfasis en cada tema presentado.</p> <p>VER ANEXO 4.</p>
<p><b>UNIVERSIDAD LIBRE</b></p> <p><b>sedes:</b></p> <p><b>Cali.</b></p> <p><b>Cúcuta.</b></p> <p><b>Pereira.</b></p>	<p><b>ADMINISTRACIÓN</b></p>	<p>La universidad está enfocada en el análisis, comprensión y desarrollo de la coyuntura económica y del mundo, su programa tiene especial manejo en el campo administrativo y todo lo que conlleva este proceso, de manera que estará en la capacidad de liderar empresas que tengan estrecha relación con los mercados internacionales.</p> <p>VER ANEXOS 5-6-7.</p>
<p><b>COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO</b></p> <p><b>Sedes:</b></p> <p><b>Bogotá.</b></p> <p><b>Medellín.</b></p> <p><b>Bucaramanga.</b></p> <p><b>Pereira.</b></p>	<p><b>GERENCIA</b></p>	<p>Se rigen por sus principios Rosaristas enseñando como primera medida su ética que los cataloga como profesionales íntegros, con altas competencias que les permite avanzar en el proceso gerencial, con el cual la universidad a la vez se posiciona. Su perfil permite identificar la capacidad de comprender y manejar los diferentes procesos de internacionalización en empresas existentes y con las competencias necesarias para promover la creación de negocios que puedan competir de manera adecuada en el mercado global, logrando los objetivos propuestos al momento de desarrollar</p>

		<p>cada una de las áreas del programa.</p> <p>MIRAR ANEXOS 8-9-10-11</p>
<b>UNIVERSIDAD DE IBAGUE</b>	<b>ADMINISTRACIÓN</b>	<p>La universidad hace especial énfasis en la gerencia, para lograr este principio en su plan de estudios relaciona todas las materias concernientes al proceso de manejar y administrar desde todos los puntos de vista importantes para llevar a cabo un plan estratégico.</p> <p>VER ANEXO 12</p>
<b>UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA</b>	<b>NEGOCIOS</b>	<p>El programa está directamente encaminado a los negocios Internacionales, abarcando diversos procesos aplicados desde los conceptos básicos hasta las herramientas más importantes relacionadas con el desarrollo de los Negocios Internacionales permitiendo manejar las diferentes áreas que éstas conllevan. El enfoque internacional hace que el profesional analice el entorno económico y geopolítico, desarrollando y aplicando una estrategia para concluir sus proyectos, estando actualizados de forma adicional al presentar temas como el E- Bussines dentro de su programa.</p> <p>VER ANEXO 13</p>
<b>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR</b>	<b>GERENCIA</b>	<p>Aplica en su área académica un enfoque global que está empleando el negocio dentro y fuera del país, obteniendo manejo adecuado del marketing, logística, gestión y negociación en el mercado, destinado a obtener resultados con pocas probabilidades de resultados negativos, se enfoca principalmente en la gerencia y en el proceso logístico, presenta una gran cantidad de programas lo cual se puede identificar como un proceso de</p>

		<p>aprendizaje intenso o cargado, dejando a expectativa la profundidad con que se aborda cada tema.</p> <p>VER ANEXO 14</p>
<b>UNIVERSIDAD DEL TOLIMA</b>	<b>GERENCIA</b>	<p>La Universidad relaciona el entorno competitivo y estratégico que se debe aplicar en el fuerte mercado puesto que hoy en día se exige un alto nivel de competencias para desempeñarse con éxito al interior de las organizaciones, lo que lleva a que el profesional obtenga un crecimiento laboral por las habilidades adquiridas durante su periodo de aprendizaje y valide mejorar los procesos internos y externos al momento de manejar una organización, brindando la capacidad de ser crítico frente a proyectos de Negocios Internacionales para obtener los resultados esperados y enfrentar adecuadamente las contingencias en los procesos.</p> <p>VER ANEXO 15</p>
<b>FUNDACION UNIVERSIDAD DEL NORTE - UNIVERSIDAD DEL NORTE</b>	<b>NEGOCIOS</b>	<p>El perfil dirigido por la universidad es ser un medio facilitador de procesos de enlace al momento de enfrentar diversas situaciones complicadas e inesperadas, ya que al momento de presentarse este en capacidad de manejar cualquier eventualidad. El énfasis estipulado a las diferentes áreas, aplican al manejo de los diferentes mercados a nivel nacional e internacional, obteniendo logros esperados, se enfatiza principalmente en la gerencia y en los procesos logísticos.</p> <p>VER ANEXO 16</p>
<b>UNIVERSIDAD DE CALDAS</b>	<b>NEGOCIOS</b>	<p>El perfil del profesional está encaminado a desarrollar capacidades para la creación y aplicación de procesos que faciliten el diseño de estrategias de mercado de</p>

		<p>alimentos internacionalizada, obteniendo oportunidades por medio de la investigación aplicado a diversos negocios y con conocimientos para la formulación, administración y evaluación de proyectos de mercadeo internacional.</p> <p>VER ANEXO 17</p>
<b>UNIVERSIDAD DE MEDELLIN</b>	<b>GERENCIA</b>	<p>Se busca la formación de especialistas en gerencia de Negocios Internacionales, con el objetivo que una vez culminada su preparación este en capacidad de investigar, analizar e interpretar el entorno y los constantes cambios, en los entornos culturales, políticos, sociales y económicos, buscando así la generación de una mayor competitividad internacional con respecto a otras empresas, dentro de su programa se encuentra un mayor número de seminarios en comparación con las otras universidades, pero también se evidencia una falta de profundización en los temas básicos de los Negocios Internacionales.</p> <p>VER ANEXO 18</p>
<b>UNIVERSIDAD DE LA SABANA</b>	<b>NEGOCIOS</b>	<p>Se busca la formación de especialistas con capacidad para gerencia los procesos internacionales de las organizaciones públicas y privadas, mediante el conocimiento profundo del contexto internacional, desde los ámbitos político, económico, financiero y cultural, intenta brindar al participante un valor agregado mediante los temas de investigación realizados durante el transcurso, proporciona por medio de las asignaturas un acercamiento propio al manejo interno y externo de</p>

		<p>los negocios internacionales.</p> <p>VER ANEXO 19 – 20.</p>
<p><b>FUNDACION UNIVERSIDAD DE BOGOTA - JORGE TADEO LOZANO</b></p>	<p><b>NEGOCIOS</b></p>	<p>El programa que se oferta permite ampliar la visión gerencial y mejorar la capacidad de negociación de los profesionales en un mercado internacional, así como brindar las herramientas necesarias para reconocer alternativas y oportunidades de negocios, hace especial énfasis en los procesos logísticos y de marketing internacional, como valor agregado ofrece plan de negocios exportador durante tres niveles permitiendo al profesional ampliar sus conocimientos mediante el desarrollo práctico del programa.</p> <p>VER ANEXO 21</p>
<p><b>UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI</b></p>	<p><b>GERENCIA</b></p>	<p>La universidad Santiago de Cali pretende brindar las bases o fundamentos teóricos del mercadeo global, para fomentar o inducir a comportamientos de compra en los consumidores potenciales del siglo XXI y la formación de una cultura empresarial profunda, dentro de su programa se puede analizar que los programas que se presentan son de conocimiento básico o general, hace poca profundización en cuanto el proceso logístico de los Negocios Internacionales.</p> <p>VER ANEXO 22.</p>

<p><b>UNIVERSIDAD SANTO TOMAS</b></p>	<p><b>GERENCIA</b></p>	<p>La universidad Santo Tomás ofrece un programa de orientación a los estudiantes que busca el desarrollo de habilidades que le permite ser competente en cargos de alta gerencia y operativos de los Negocios Internacionales, se brindan herramientas necesarias para que los profesionales cuenten con el potencial para analizar e interpretar las diferentes situaciones que se presentan en el mercado global, buscando desde su propia organización el reconocimiento y posicionamiento internacional sobresaliendo con factores logísticos, financieros, de operatividad comercial y mercadeo.</p> <p>VER ANEXO 23.</p>
<p><b>UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA.</b></p>	<p><b>NEGOCIOS</b></p>	<p>Se busca la capacitación de profesionales en las principales áreas de la gerencia general logrando ampliar la visión de estos dándoles la entrada a una serie de economías abiertas y utilizando la logística como apoyo a las funciones estratégicas de la organización, mediante el desarrollo práctico de las funciones del área de alta gerencia, buscando así fomentar las habilidades, capacidades y destrezas de cada uno de los participantes, permitiendo tomar decisiones estratégicas gerenciales en un entorno cada vez más competitivo.</p> <p>VER ANEXO 24.</p>
<p><b>FUNDACION UNIVERSIDAD DE AMERICA</b></p>	<p><b>INTERACION ECONOMICA</b></p>	<p>Se concentra en la formación del participante, para formular y llevar a cabo planes de negocio exportables en las diferentes áreas del comercio internacional, teniendo en cuenta aspectos como el comportamiento económico, político, social y legal que esta inmerso en el proceso o</p>

		desarrollo de negocios internacionales y los diferentes esquemas mundiales de integración, hace énfasis en los temas de legislación internacional y régimen de exportaciones e importaciones.VER ANEXO 25
<b>UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA</b>	<b>NEGOCIOS</b>	La formación de personas con elementos teóricos y prácticos, necesarios para el ejercicio efectivo en los negocios internacionales que le permita responder de manera acertada a los mercados de transformación constantes modernos, la cantidad de seminarios puede representar una carga alta para los participantes debido a su intensidad, y en algunas ocasiones no aplicable al enfoque que inicialmente tiene establecido el programa.  VER ANEXO 26.
<b>PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA</b>	<b>NEGOCIOS</b>	Ofrece al estudiante el desarrollo de competencias de análisis, diagnóstico, identificación y solución de problemas a nivel regionales internacionales y globales, fomentando el pensamiento crítico, estratégico y competitivo que le permita percibir los permanentes cambios del entorno de los negocios, es un programa muy completo que ofrece al estudiante la oportunidad de ser más competitivo en una economía global cambiante.  VER ANEXO 27.
<b>UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL CARIBE</b>	<b>FINANZAS</b>	Busca la formación de habilidades y conocimientos en áreas administrativas y financieras a nivel internacional, mediante una serie de programas que le permiten adquirir al estudiante los conocimientos necesarios para el objetivo planteado.  VER ANEXO 28.

## 2.3.1. Anexos

### Fundación Universitaria Esumer

FUNDACION UNIVERSITARIA ESUMER				FICHA No. 001
ENTIDAD	<input type="checkbox"/> PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/> PRIVADA		
CONVENIO	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO		
CIUDAD	<u>MEDELLIN</u>	DEPARTAMENTO	<u>ANTIOQUIA</u>	PAIS <u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>Calle 76 # 80- 126</u>		TELEFONO	<u>4038130</u> FAX <u>2649855</u>
CORREO ELECTRÓNICO: <a href="mailto:esumer@esumer.edu.co">esumer@esumer.edu.co</a>				
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/> PRESENCIAL	<input type="checkbox"/> DISTANCIA		
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>30</u>	PERIODICIDAD	<u>ANUAL</u>	
JORNADA	<input type="checkbox"/> DIURNA	<input type="checkbox"/> NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA	
CATEGORÍA:	<input checked="" type="checkbox"/> GERENCIA	<input type="checkbox"/> FINANZAS	<input type="checkbox"/> DERECHO	
	<input type="checkbox"/> ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/> MARKETING	<input type="checkbox"/> NEGOCIO INTER/NAL	
	<input type="checkbox"/> GESTION	<input type="checkbox"/> AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA	
FUNDACION UNIVERSITARIA ESUMER	GERENCIA	Relaciones Económicas Internacionales Gerencia Estratégica y Prospectiva Operaciones de Importaciones y Exportaciones Inteligencia de Mercados Internacionales Logística y Distribución Física Internacional Taller de Investigación I Cooperación Internacional Contratación Internacional Comercialización de Servicios Internacionales Finanzas Internacionales Negociación Internacional Derecho Internacional Público Taller de Investigación II		

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad;

[esumer@esumer.edu.co](mailto:esumer@esumer.edu.co)

Su plan de estudios se enfatiza especialmente en generar las herramientas para realizar una adecuada gerencia, se enfoca además en aquellas áreas que llevan al profesional a realizar un adecuado análisis y sacar buenas conclusiones, que se hacen evidentes a la hora de manejar los mercados a nivel nacional e internacional, aplicando especialmente estrategias de procesos del Comercio y Negocios en el marco de un conocimiento desde los ámbitos: político, económico, financiero y cultural.

El tipo de programa que ofrece es de tipo teórico, ahondando en un tema de investigación durante los diferentes ciclos con el fin de dar un valor agregado a la preparación realizada por los participantes.

Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá

FUNDACION UNIVESITARIA EMPRESARIAL DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA				FICHA No.002	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input type="checkbox"/>	PRIVADA	<input checked="" type="checkbox"/>
CONVENIO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
CIUDAD	<u>BOGOTA</u>	DEPARTAMENTO	<u>CUNDINAMARCA</u>	PAIS	COLOMBIA
DIRECCIÓN	<u>Carrera33 # 30-20</u>		TELEFONO	<u>5082244</u>	
CORREO ELECTRÓNICO:	<u><a href="mailto:secposgrados@uniempresarial.edu.co">secposgrados@uniempresarial.edu.co</a></u>				
MODALIDAD	<input type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input checked="" type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>30</u>	PERIODICIDAD	<u>CICLOS</u>		
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input checked="" type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input type="checkbox"/>
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/>
				MIXTA	<input type="checkbox"/>
				DERECHO	<input type="checkbox"/>
				NEGOCIO INTER/NAL	<input type="checkbox"/>
				INTEGRACION ECONOMICA	<input type="checkbox"/>

En la presente investigación no fue posible encontrar información del programa correspondiente al postgrado Especialización en finanzas y negocios internacionales.

## Universidad Antonio Nariño

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO				FICHA No.003	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input type="checkbox"/>	PRIVADA	<input checked="" type="checkbox"/>
CONVENIO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
CIUDAD DE CONVENIO	<u>CAFETERO - ANDINA - PACIFICO Y CARIBE</u>				
CIUDAD	<u>BOGOTA</u>	DEPARTAMENTO	<u>CUNDINAMARCA</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>CALLE 58 A # 37-94</u>		TELEFONO	<u>3159480</u>	
CORREO ELECTRÓNICO:	<u>admisiones@uan.edu.co</u>				
MODALIDAD	<input type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	<input checked="" type="checkbox"/>
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>26</u>	PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>		
JORNADA	<input type="checkbox"/>	DIURNA	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/>
CATEGORÍA:	<input checked="" type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/>
				DERECHO	<input type="checkbox"/>
				NEGOCIO INTER/INAL	<input type="checkbox"/>
				INTEGRACION ECONOMICA	<input type="checkbox"/>
<b>UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO</b>	GERENCIA	Análisis estadístico y probabilístico Problemas de desarrollo local y regional Integración y negociaciones económicas internacionales Electiva I Pensamiento, Planeación y Gerencia estratégica Seminario regional y local Plan Estratégico exportador y agenda interna Logística comercial internacional Electiva II			

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.uan.edu.c](http://www.uan.edu.c)

El programa que ofrece la universidad, sus materias aplica a la categoría establecida para el postgrado, hace especial énfasis en el análisis y desarrollo de los problemas encontrados en un proceso, permitiéndole al profesional aplicar un plan estratégico a nivel nacional e internacional y así obtener los resultados positivos.

Como herramientas en el proceso de formación se hace evidentes el uso e investigación estadística y probabilística, de igual manera como valor agregado se ofrecen dos electivas que le permiten al estudiante dar un enfoque diferente a su programa.

## Universidad de los Andes

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES				FICHA No.004	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input type="checkbox"/>	PRIVADA	<input checked="" type="checkbox"/>
CONVENIO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
CIUDAD	<u>BOGOTA</u>	DEPARTAMENTO	<u>CUNDINAMARCA</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	Calle 1 #18A -12		TELEFONO	<u>3394949</u>	
CORREO ELECTRÓNICO:	<a href="http://www.posgradosnet.com/admisiones/exadep.php">www.posgradosnet.com/admisiones/exadep.php</a>				
MODALIDAD	<input type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input checked="" type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>15</u>		PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>	
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input checked="" type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input type="checkbox"/>
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/>
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES	DERECHO	Operaciones y Contratos Internacionales			
		Comercio Internacional			
		Contexto del Contrato Internacional			
		Cambios Internacionales y Tributación Internacional			
		Finanzas y Mercados Internacionales			
		Solución de Conflictos y Negociación			

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.uniandes.edu.co](http://www.uniandes.edu.co)

Desde la perspectiva jurídica, la universidad se enfoca en pocas áreas relacionadas con el derecho ya que en su mayoría hace especial énfasis en los negocios y comercio internacional a nivel

financiero, adicionalmente se evidencia un bajo contenido en la cantidad de materias que ofrece la universidad sin embargo esta es compensada con el énfasis en cada tema presentado.

### Universidad Libre- Sede Pereira

UNIVERSIDAD LIBRE				FICHA No.005
ENTIDAD	<input type="checkbox"/> PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/> PRIVADA		
CONVENIO	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO		
CIUDAD	<u>PEREIRA</u>	DEPARTAMENTO	<u>RISARALDA</u>	PAIS <u>COLOMBIA</u>
JORNADA	<input type="checkbox"/> DIURNA	<input type="checkbox"/> NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA	
DIRECCIÓN	<u>CALLE 40 # 7-30</u>	TELEFONO	<u>3147515</u>	
CORREO ELECTRÓNICO:	<a href="mailto:registro@unilibrepereira.edu.co">registro@unilibrepereira.edu.co</a>			
MODALIDAD	<input type="checkbox"/> PRESENCIAL	<input checked="" type="checkbox"/> DISTANCIA		
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>27</u>	PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>	
JORNADA	<input type="checkbox"/> DIURNA	<input type="checkbox"/> NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA	
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/> GERENCIA	<input type="checkbox"/> FINANZAS	<input type="checkbox"/> DERECHO	
	<input type="checkbox"/> ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/> MARKETING	<input checked="" type="checkbox"/> NEGOCIO INTERNAL	
	<input type="checkbox"/> GESTION	<input type="checkbox"/> AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA	
UNIVERSIDAD LIBRE PEREIRA	ADMINISTRACION	Comercio Exterior, Comercio Internacional y Economía Internacional Apertura, Internacionalización, Globalización e Integración Económica Régimen Cambiario Mecanismos e Incentivos a las Exportaciones Regimenes Especiales Beneficios que Brinda y Factores que Condicionan el Comercio Internacional Finanzas Internacionales Seguros, Banca y Comercio Internacional Investigación I Cooperación y Empresaria Internacionales Documentos Utilizados en Comercio Internacional Política Internacional y Competencia Planeación Internacional Estructura de Precios para la Exportación Inteligencia de Mercados Plan de Negocios Internacionales Investigación II		

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.unilibre.edu.co](http://www.unilibre.edu.co)

## Universidad Libre- Sede Cali

<b>UNIVERSIDAD LIBRE</b>			<b>FICHA No.006</b>
ENTIDAD	<input type="checkbox"/> PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/> PRIVADA	
CONVENIO	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CIUDAD	<u>CALI</u>	DEPARTAMENTO	<u>VALLE DEL CAUCA</u> PAIS <u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>DIAGONAL 37A # 3-29</u>	TELEFONO	<u>5240007</u>
CORREO ELECTRÓNICO:	<u>unilibre@unilibrecali.edu.co</u>		
MODALIDAD	<input type="checkbox"/> PRESENCIAL	<input checked="" type="checkbox"/> DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>28</u>	PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>
JORNADA	<input type="checkbox"/> DIURNA	<input type="checkbox"/> NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/> GERENCIA	<input type="checkbox"/> FINANZAS	<input type="checkbox"/> DERECHO
	<input type="checkbox"/> ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/> MARKETING	<input checked="" type="checkbox"/> LOGISTICA INT'NAL
	<input type="checkbox"/> GESTION	<input type="checkbox"/> AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA
<b>UNIVERSIDAD LIBRE</b>	<b>ADMINISTRACION</b>	Comercio Exterior, Comercio Internacional y Economía Internacional Apertura, Internacionalización, Globalización e Integración Económica Régimen Cambiario Mecanismos e Incentivos a las Exportaciones Regímenes Especiales Beneficios que Brinda y Factores que Condicionan el Comercio Internacional Finanzas Internacionales Seguros, Banca y Comercio Internacional Investigación I Cooperación y Empresaria Internacionales Documentos Utilizados en Comercio Internacional Política Internacional y Competencia Planeación Internacional Estructura de Precios para la Exportación Inteligencia de Mercados Plan de Negocios Internacionales Investigación II	

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.unilibre.edu.co](http://www.unilibre.edu.co)

## Universidad Libre - Sede Cúcuta

<b>UNIVERSIDAD LIBRE</b>				<b>FICHA No.007</b>	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA	
CONVENIO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	
CIUDAD	<u>CUCUTA</u>	DEPARTAMENTO	<u>NORTE DE SANTANDER</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
DIRECCIÓN	<u>AVENIDA CANAL CUCUTA</u>		TELEFONO	<u>5791474</u>	
CORREO ELECTRÓNICO:	<a href="mailto:admisionesyregistro@unilibrecucuta.edu.co">admisionesyregistro@unilibrecucuta.edu.co</a>				
MODALIDAD	<input type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input checked="" type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>26</u>		PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>	
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/> DERECHO
	<input checked="" type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input type="checkbox"/> NEGOCIO INTER/NAL
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA
<b>UNIVERSIDAD LIBRE CUCUTA</b>	<b>ADMINISTRACION</b>	Comercio Exterior, Comercio Internacional y Economía Internacional Apertura, Internacionalización, Globalización e Integración Económica Régimen Cambiario Mecanismos e Incentivos a las Exportaciones Regímenes Especiales Beneficios que Brinda y Factores que Condicionan el Comercio Internacional Finanzas Internacionales Seguros, Banca y Comercio Internacional Investigación I Cooperación y Empresaria Internacionales Documentos Utilizados en Comercio Internacional Política Internacional y Competencia Planeación Internacional Estructura de Precios para la Exportación Inteligencia de Mercados Plan de Negocios Internacionales Investigación II			

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la página de la universidad,

[www.unilibre.edu.co](http://www.unilibre.edu.co)

La universidad está enfocada en el análisis, comprensión y desarrollo de la coyuntura económica y del mundo, su programa tiene especial manejo en el campo administrativo y todo lo que conlleva este proceso, de manera que estará en la capacidad de liderar empresas que tengan estrecha relación con los mercados internacionales.

La cantidad de temas que dicta son bastante amplios con relación o en comparación con otras universidades sin embargo esto hace dudar la profundidad que pueda llegar a tener cada tema.

## Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario- Sede Bogotá

<b>COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO</b>			<b>FICHA No.008</b>		
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA	
CONVENIO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	
CIUDAD	<u>BOGOTA</u>	DEPARTAMENTO	<u>CUNDINAMARCA</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
CIUDAD DE CONVENIO	<u>ANTIOQUIA</u> <u>BUÇARAMANGA</u> <u>PEREIRA</u>	DEPARTAMENTO	<u>MEDELLIN</u> <u>SANTANDER</u> <u>RISARALDA</u>		
DIRECCIÓN	<u>Carrera 8 # 23-09</u>	TELEFONO	<u>3387800</u>		
CORREO ELECTRÓNICO:	<u>posgrado@urosario.edu.co</u>				
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>30</u>	PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>		
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
CATEGORÍA:	<input checked="" type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/> DERECHO
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input type="checkbox"/> NEGOCIO INTER/NAL
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA
<b>COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO</b>	<b>GERENCIA</b>	Catedra Rosarista Etica Básico Entorno Económico Tendencias Internacionales Analisis Competitivo y Sectorial Estadística Teoria General de la Administración Gestión Humana Estrategia de Empresa Contabilidad Financiera Matemática Financiera Énfasis de concentración Finanzas Internacionales Marketing Internacional Logística Internacional Negociación Internacional Marco Legal Internacional E – Bussines Plan Estratégico Exportador Electivas ALCA Y TLC Unión Europea			

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.urosario.edu.co](http://www.urosario.edu.co)

## Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario- Sede Medellín

<b>COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO</b>		<b>FICHA No.009</b>
ENTIDAD <input type="checkbox"/> PUBLICA <input checked="" type="checkbox"/> PRIVADA		
CONVENIO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		
CIUDAD <u>MEDELLIN</u> DEPARTAMENTO <u>ANTIOQUIA</u> PAIS <u>COLOMBIA</u>		
CIUDAD DE CONVENIO <u>BOGOTA</u> DEPARTAMENTO <u>CUNDINAMARCA</u> <u>BUCARAMANGA</u> <u>RISARALDA</u> <u>PEREIRA</u>		
DIRECCIÓN <u>CALLE 59 #63-20</u> TELEFONO <u>4309000</u>		
CORREO ELECTRÓNICO: <u>posgrado@urosario.edu.co</u>		
MODALIDAD <input checked="" type="checkbox"/> PRESENCIAL <input type="checkbox"/> DISTANCIA		
NÚMERO DE CRÉDITOS <u>30</u> PERIODICIDAD <u>SEMESTRAL</u>		
JORNADA <input type="checkbox"/> DIURNA <input type="checkbox"/> NOCTURNA <input checked="" type="checkbox"/> MIXTA		
CATEGORÍA: <input checked="" type="checkbox"/> GERENCIA <input type="checkbox"/> FINANZAS <input type="checkbox"/> DERECHO <input type="checkbox"/> ADMINISTRACION <input type="checkbox"/> MARKETING <input type="checkbox"/> NEGOCIO INTERNACIONAL <input type="checkbox"/> GESTION <input type="checkbox"/> AGROALIMENTOS <input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA		
<b>COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO</b>	<b>GERENCIA</b>	Catedra Rosarista Etica Básico Entorno Económico Tendencias Internacionales Analisis Competitivo y Sectorial Estadística Teoria General de la Administración Gestión Humana Estrategia de Empresa Contabilidad Financiera Matemática Financiera Énfasis de concentración Finanzas Internacionales Marketing Internacional Logística Internacional Negociación Internacional Marco Legal Internacional E – Bussines Plan Estratégico Exportador Electivas ALCAY TLC Unión Europea

Fuente. Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.urosario.edu.co](http://www.urosario.edu.co)

## Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario- Sede Bucaramanga

<b>COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO</b>				<b>FICHA No.010</b>
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA
CONVENIO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO
CIUDAD	<u>BUCARAMANGA</u>	DEPARTAMENTO	<u>SANTANDER</u>	PAIS <u>COLOMBIA</u>
CIUDAD DE CONVENIO	<u>BOGOTA</u> <u>MEDELLIN</u> <u>PEREIRA</u>	DEPARTAMENTO	<u>CUNDINAMARCA</u> <u>ANTIOQUIA</u> <u>RISARALDA</u>	
DIRECCIÓN	<u>Cra 58 N- 137A - 44</u>	TELEFONO	<u>4422580</u>	
CORREO ELECTRÓNICO:	<u>posgrado@urosario.edu.co</u>			
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>30</u>	PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>	
JORNADA	<input type="checkbox"/>	DIURNA	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA <input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
CATEGORÍA:	<input checked="" type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS <input type="checkbox"/> DERECHO
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING <input type="checkbox"/> NEGOCIO INTER/NAL
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS <input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA
<b>COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO</b>	<b>GERENCIA</b>	Catedra Rosarista Ética Básico Entorno Económico Tendencias Internacionales Analisis Competitivo y Sectorial Estadística Teoría General de la Administración Gestión Humana Estrategia de Empresa Contabilidad Financiera Matemática Financiera Énfasis de concentración Finanzas Internacionales Marketing Internacional Logística Internacional Negociación Internacional Marco Legal Internacional E – Bussines Plan Estratégico Exportador Electivas ALCA Y TLC Unión Europea		

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.urosario.edu.co](http://www.urosario.edu.co)

## Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario- Sede Pereira

<b>COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO</b>		<b>FICHA No.011</b>
ENTIDAD <input type="checkbox"/> PUBLICA <input checked="" type="checkbox"/> PRIVADA		
CONVENIO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		
CIUDAD <u>PEREIRA</u> DEPARTAMENTO <u>RISARALDA</u> PAIS <u>COLOMBIA</u>		
CIUDAD DE CONVENIO <u>BOGOTÁ</u> DEPARTAMENTO <u>CUNDINAMARCA</u> <u>BUCARAMANGA</u> <u>SANTANDER</u> <u>PEREIRA</u> <u>RISARALDA</u>		
DIRECCIÓN <u>CALLE 14 # 25-89</u> TELEFONO <u>3341890</u>		
CORREO ELECTRÓNICO: <u>posgrado@urosario.edu.co</u>		
MODALIDAD <input checked="" type="checkbox"/> PRESENCIAL <input type="checkbox"/> DISTANCIA		
NÚMERO DE CRÉDITOS <u>30</u> PERIODICIDAD <u>SEMESTRAL</u>		
JORNADA <input type="checkbox"/> <u>DIURNA</u> <input type="checkbox"/> NOCTURNA <input checked="" type="checkbox"/> MIXTA		
CATEGORÍA: <input checked="" type="checkbox"/> GERENCIA <input type="checkbox"/> FINANZAS <input type="checkbox"/> DERECHO		
<input type="checkbox"/> ADMINISTRACION <input type="checkbox"/> MARKETING <input type="checkbox"/> NEGOCIO INTERINAL		
<input type="checkbox"/> GESTION <input type="checkbox"/> AGROALIMENTOS <input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA		
<b>COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO</b>	<b>GERENCIA</b>	Catedra Rosarista Etica Básico Entorno Económico Tendencias Internacionales Analisis Competitivo y Sectorial Estadística Teoria General de la Administración Gestión Humana Estrategia de Empresa Contabilidad Financiera Matemática Financiera Énfasis de concentración Finanzas Internacionales Marketing Internacional Logística Internacional Negociación Internacional Marco Legal Internacional E – Bussines Plan Estratégico Exportador Electivas ALCA Y TLC Unión Europea

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.urosario.edu.co](http://www.urosario.edu.co)

Se rigen por sus principios Rosaristas enseñando como primera medida su ética que los cataloga como profesionales íntegros, con altas competencias que les permite avanzar en el proceso gerencial, con el cual la universidad a la vez se posiciona. Su perfil permite identificar la capacidad de comprender y manejar los diferentes procesos de internacionalización en empresas existentes y con las competencias necesarias para promover la creación de negocios que puedan competir de manera adecuada en el mercado global, logrando los objetivos propuestos al momento de desarrollar cada una de las áreas del programa.

De igual forma se evidencia la incursión de la Universidad en temas y tendencias actuales como los son los E-Bussines o negocios Electrónicos.

## Universidad de Ibagué

<b>UNIVERSIDAD DE IBAGUE</b>				<b>FICHA No.012</b>	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA	
CONVENIO	<input type="checkbox"/>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	
CIUDAD	<u>TOLIMA</u>	DEPARTAMENTO	<u>IBAGUE</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>Carrera 22 Calle 67 Barrio Ambala</u>		TELEFONO	<u>2709450</u>	
CORREO ELECTRÓNICO:	<u><a href="mailto:carolina.saavedra@unibague.edu.co">carolina.saavedra@unibague.edu.co</a></u>				
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>24</u>		PERIODICIDAD	<u>ANUAL</u>	
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/> DERECHO
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input checked="" type="checkbox"/>	MARKETING	<input type="checkbox"/> NEGOCIO INTERNAL
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA
<b>UNIVERSIDAD DEL TOLIMA</b>	<b>GERENCIA</b>	Fundamentos de Negocios Internacionales Economía Internacional Geografía y Entorno Nacional e Internacional Derecho Internacional Público y Privado Estrategias para la Competitividad Internacional Análisis Sectorial Finanzas Internacionales Habilidades de Negocios Internacionales Investigación de Mercados Internacionales Entorno del Marketing Internacional Liderazgo, Organización y Control Prospectiva y Bloques Futuros Evaluación de Proyectos de Comercio Exterior			

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.unibague.edu.co](http://www.unibague.edu.co)

La universidad hace especial énfasis en la gerencia, para lograr este principio en su plan de estudios relaciona todas las materias concernientes al proceso de manejar y administrar desde todos los puntos de vista importantes para llevar a cabo un plan estratégico.

Adicionalmente se pretende preparar al participante para que tenga proyección hacia el futuro y pueda asumir los retos que se puedan presentar durante la realización de Negocios.

# Universidad de San Buenaventura

<b>UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA</b>		 <b>UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA</b> BOGOTÁ, D.C.	FICHA No.013	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA
CONVENIO	<input type="checkbox"/>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO
CIUDAD	<u>BOGOTA</u>	DEPARTAMENTO	<u>CUNDINAMARCA</u>	PAIS <u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>Carrera 8h # 172-08</u>		TELEFONO	<u>6671090</u>
CORREO ELECTRÓNICO:	<a href="http://www.usbbog.edu.co">www.usbbog.edu.co</a>			
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>27</u>		PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA <input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS <input type="checkbox"/> DERECHO
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING <input type="checkbox"/> NEGOCIO INTERNAL
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS <input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA
<b>UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA</b>	<b>NEGOCIOS</b>	Entorno económico y geopolítico Internacional Acuerdos comerciales y relaciones Internacionales Marco regulatorios del comercio exterior Colombiano E- Business Gestión de operaciones de comercio internacional Gestión Estratégica de la logística Internacional Seminario de Investigación Proyectos de comercio Internacional ó Técnicas de negociación.		

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.usb.edu.c](http://www.usb.edu.c)

El programa esta directamente encaminado a los negocios Internacionales, abarcando diversos procesos aplicados desde los conceptos básicos hasta las herramientas más importantes relacionadas con el desarrollo de los Negocios Internacionales permitiendo manejar las diferentes áreas que éstas conllevan. El enfoque internacional hace que el profesional analice el entorno económico y geopolítico, desarrollando y aplicando una estrategia para concluir sus proyectos, estando actualizados de forma adicional al presentar temas como el E- bussines dentro de su programa.

## Universidad Tecnológica de Bolívar

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR				FICHA No.014	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PÚBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA	
CONVENIO	<input type="checkbox"/>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	
CIUDAD	<u>CARTAGENA</u>	DEPARTAMENTO	<u>BOLIVAR</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>Carrera 21 # 25-92</u>		TELÉFONO	<u>6606041</u>	
CORREO ELECTRÓNICO:	<a href="http://www.unitecnologica.edu.co">www.unitecnologica.edu.co</a>				
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>27</u>		PERIODICIDAD	<u>TRIMESTRAL</u>	
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/> DERECHO
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input type="checkbox"/> NEGOCIO INTERNAL
	<input checked="" type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA
<b>UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR</b>	<b>GERENCIA</b>	Entorno de los Negocios Internacionales Colombia en el Contexto de la Globalización Economía para los Negocios Teoría Política del Comercio Internacional Seminario de Investigación Gestión Logística de Distribución Física Internacional Marketing Internacional Gerencia Estratégica de Costo para la competitividad Internacional Gestión de Operaciones de Exportación e Importación Derecho Comercial Internacional. Gestión de Operaciones Financiera e Internacional Estrategias para la Internacionalización de Empresas Simulación y Técnicas de Negociación Internacional Negociación en el Mercado Norte Americano Negociación en el Mercado Europeo y Asia.			

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la página de la universidad,

[www.unitecnologica.edu.co](http://www.unitecnologica.edu.co)

Aplica en su área académica un enfoque global que está empleando el negocio dentro y fuera del país, obteniendo manejo adecuado del marketing, logística, gestión y negociación en el mercado, destinado a obtener resultados con pocas probabilidades de resultados negativos, se enfoca principalmente en la gerencia y en el proceso logístico, presenta una gran cantidad de programas lo cual se puede identificar como un proceso de aprendizaje intenso o cargado, dejando a expectativa la profundidad con que se aborda cada tema.

## Universidad del Tolima

<b>UNIVERSIDAD DEL TOLIMA</b>				<b>FICHA No.015</b>	
ENTIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	OFICIAL	<input type="checkbox"/>	PRIVADA	
CONVENIO	<input type="checkbox"/>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	
CIUDAD	<u>TOLIMA</u>	DEPARTAMENTO	<u>IBAGUE</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>Barrio Santa Helena</u>		TELEFONO	<u>2771212</u>	
CORREO ELECTRÓNICO:	<a href="mailto:fae@ut.edu.co">fae@ut.edu.co</a>				
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>31</u>		PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>	
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
CATEGORÍA:	<input checked="" type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/> DERECHO
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input type="checkbox"/> NEGOCIO INTERNAL
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA
<b>UNIVERSIDAD DEL TOLIMA</b>	<b>GERENCIA</b>	Fundamentos de Negocios Internacionales Economía Internacional Geografía y Entorno Nacional e Internacional Derecho Internacional Público y Privado Estrategias para la Competitividad Internacional Análisis Sectorial Finanzas Internacionales Habilidades de Negocios Internacionales Investigación de Mercados Internacionales Entorno del Marketing Internacional Liderazgo, Organización y Control Prospectiva y Bloques Futuros Evaluación de Proyectos de Comercio Exterior			

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.ut.edu.co](http://www.ut.edu.co)

La Universidad relaciona el entorno competitivo y estratégico que se debe aplicar en el fuerte mercado puesto que hoy en día se exige un alto nivel de competencias para desempeñarse con éxito al interior de las organizaciones, lo que lleva a que el profesional obtenga un crecimiento laboral por las habilidades adquiridas durante su periodo de aprendizaje y valide mejorar los procesos internos y externos al momento de manejar una organización, brindando la capacidad de ser crítico frente a proyectos de Negocios Internacionales para obtener los resultados esperados y enfrentar adecuadamente las contingencias en los procesos.

Fundación Universitaria del Norte- Universidad del Norte

<b>FUNDACION UNIVERSIDAD DEL NORTE - UNIVERSIDAD DEL NORTE</b>				<b>FICHA No.016</b>	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA	
CONVENIO	<input type="checkbox"/>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	
CIUDAD	<u>BARRANQUILLA</u>	DEPARTAMENTO	<u>ATLANTICO</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>Km 5 via Puerto Colombia</u>		TELEFONO	<u>3509509</u>	
CORREO ELECTRÓNICO:	<u>www.uninorte.edu.co</u>				
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>31</u>		PERIODICIDAD	<u>ANUAL</u>	
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/> DERECHO
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input checked="" type="checkbox"/> NEGOCIO INTER/NAL
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA
<b>FUNDACION UNIVERSIDAD DEL NORTE - UNIVERSIDAD DEL NORTE</b>		<b>NEGOCIOS</b>		Análisis del entorno en los Negocios Internacionales Globalización y competitividad internacional Comercio y Economía Internacional Gerencia de Importaciones y Exportaciones Gerencia de la cadena integrada de suministros Gerencia de Marketing Internacional Derecho Económico Internacional Banca Internacional e Inversiones Gerencia Internacional Negociación Internacional	

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.uninorte.edu.co](http://www.uninorte.edu.co)

El perfil dirigido por la universidad es ser un medio facilitador de procesos de enlace al momento de enfrentar diversas situaciones complicadas e inesperadas, ya que al momento de presentarse este en capacidad de manejar cualquier eventualidad. El énfasis estipulado a las diferentes áreas, aplican al manejo de los diferentes mercados a nivel nacional e internacional, obteniendo logros esperados, se enfatiza principalmente en la gerencia y en los procesos logísticos.

# Universidad de Caldas

<b>UNIVERSIDAD DE CALDAS</b>			<b>FICHA No.017</b>
ENTIDAD	<input checked="" type="checkbox"/> OFICIAL	<input type="checkbox"/> PRIVADA	
CONVENIO	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	
CIUDAD	<u>CALDAS</u>	DEPARTAMENTO	<u>MANIZALES</u> PAIS <u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>Calle 65 # 26 - 10</u>	TELEFONO	<u>8781500</u>
CORREO ELECTRÓNICO:	<u><a href="mailto:ucaldas@ucaldas.edu.co">ucaldas@ucaldas.edu.co</a></u>		
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/> PRESENCIAL	<input type="checkbox"/> DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>30</u>	PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>
JORNADA	<input type="checkbox"/> DIURNA	<input type="checkbox"/> NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/> GERENCIA	<input type="checkbox"/> FINANZAS	<input type="checkbox"/> DERECHO
	<input type="checkbox"/> ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/> MARKETING	<input type="checkbox"/> NEGOCIO INTERNAL
	<input type="checkbox"/> GESTION	<input checked="" type="checkbox"/> AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA
<b>UNIVERSIDAD DE CALDAS</b>	<b>NEGOCIOS</b>	<p>Economía aplicada, técnicas de negociación y creatividad, enfoque de sistemas agroalimentarios, métodos cuantitativos, cursos electivos I: administración y gestión empresarial, agroindustria, sistemas de información contable, microeconomía.</p> <p>Seguridad alimentaria, legislación de comercio internacional, investigación de mercados, normas técnicas y control de calidad de alimentos, cursos electivos II: planificación y desarrollo regional, economía del bienestar, formulación y evaluación de proyectos, investigación de operaciones.</p> <p>Seminarios, trabajo de grado, estrategias generales, política y planificación agraria, comercialización internacional de alimentos, desarrollo tecnológico y gestión de tecnología, cursos electivos III: comercio exterior de productos agrarios, economía ambiental, gestión de recursos naturales, desarrollo sostenible</p>	

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.ucaldas.edu.c](http://www.ucaldas.edu.c)

El perfil del profesional está encaminado a desarrollar capacidades para la creación y aplicación de procesos que faciliten el diseño de estrategias de mercado de alimentos internacionalizada, obteniendo oportunidades por medio de la investigación aplicado a diversos negocios y con conocimientos para la formulación, administración y evaluación de proyectos de mercadeo internacional.

## Universidad de La Sabana

UNIVERSIDAD DE LA SABANA				FICHA No.018	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA	
CONVENIO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	
CIUDAD	<u>CHIA</u>	DEPARTAMENTO	<u>CUNDINAMARCA</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
CIUDAD DE CONVENIO	<u>SANTANDER</u>	DEPARTAMENTO	<u>BUCARAMANGA</u>		
DIRECCIÓN	<u>KILOMETRO 7. AUT. NORTE</u>	TELEFONO	<u>8615555</u>		
CORREO ELECTRÓNICO:	<u><a href="http://www.unisabana.edu.co">www.unisabana.edu.co</a></u>				
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>25</u>	PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>		
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
CATEGORÍA:	<input checked="" type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/> DERECHO
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input type="checkbox"/> NEGOCIO INTER/NAL
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA
<b>UNIVERSIDAD DE LA SABANA</b>	<b>NEGOCIOS</b>	Relaciones Económicas Internacionales Gerencia Estratégica y Prospectiva Operaciones de Importaciones y Exportaciones Inteligencia de Mercados Internacionales Logística y Distribución Física Internacional Taller de Investigación I Cooperación Internacional Contratación Internacional Comercialización de Servicios Internacionales Finanzas Internacionales Negociación Internacional Derecho Internacional Público Taller de Investigación II			

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad, [www.unisabana.edu.co](http://www.unisabana.edu.co)

Se busca la formación de especialistas con capacidad para gerenciar de manera eficiente los procesos internacionales de las organizaciones públicas y privadas, mediante el conocimiento

profundo del contexto internacional, desde los ámbitos político, económico, financiero y cultural.

Universidad de La Sabana- Sede Santander

UNIVERSIDAD DE LA SABANA				FICHA No.019	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA	
CONVENIO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	
CIUDAD	<u>SANTANDER</u>	DEPARTAMENTO	<u>BUARAMANGA</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
CIUDAD DE CONVENIO	<u>CHIA</u>	DEPARTAMENTO	<u>CUNDINAMARCA</u>		
DIRECCIÓN	<u>Carrera 27 Calle 9</u>	TELEFONO	<u>4251000</u>		
CORREO ELECTRÓNICO:	<u><a href="http://www.unisabana.edu.co">www.unisabana.edu.co</a></u>				
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>25</u>	PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>		
JORNADA	<input type="checkbox"/>	DIURNA	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/>
CATEGORÍA:	<input checked="" type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/>
				DERECHO	<input type="checkbox"/>
				NEGOCIO INTERNAL	<input type="checkbox"/>
				INTEGRACION ECONOMICA	<input type="checkbox"/>
<b>UNIVERSIDAD DE LA SABANA</b>	<b>NEGOCIOS</b>	Relaciones Económicas Internacionales Gerencia Estratégica y Prospectiva Operaciones de Importaciones y Exportaciones Inteligencia de Mercados Internacionales Logística y Distribución Física Internacional Taller de Investigación I Cooperación Internacional Contratación Internacional Comercialización de Servicios Internacionales Finanzas Internacionales Negociación Internacional Derecho Internacional Público Taller de Investigación II			

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad, [www.unisabana.edu.co](http://www.unisabana.edu.co)

Se busca la formación de especialistas con capacidad para gerencia los procesos internacionales de las organizaciones públicas y privadas, mediante el conocimiento profundo del contexto internacional, desde los ámbitos político, económico, financiero y cultural, intenta brindar al participante un valor agregado mediante los temas de investigación realizados durante el transcurso, proporciona por medio de las asignaturas un acercamiento propio al manejo interno y externo de los negocios internacionales.

## Universidad Jorge Tadeo Lozano

JORGE TADEO LOZANO				FICHA No.020	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA	
CONVENIO	<input type="checkbox"/>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	
CIUDAD	<u>CALDAS</u>	DEPARTAMENTO	<u>MANIZALES</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>CARRERA 4 # 22 -61</u>		TELEFONO	<u>2427030</u>	
CORREO ELECTRÓNICO:	<u><a href="mailto:ciencias_economicoadministrativas@utadeo.edu.co">ciencias_economicoadministrativas@utadeo.edu.co</a></u>				
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>25</u>		PERIODICIDAD	<u>TRIMESTRAL</u>	
JORNADA	<input type="checkbox"/>	DIURNA	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
CATEGORÍA:	<input checked="" type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/> DERECHO
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input type="checkbox"/> NEGOCIO INTERNAL
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA
<b>FUNDACION UNIVERSIDAD DE BOGOTA - JORGE TADEO LOZANO</b>	<b>NEGOCIOS</b>	COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DE LA EMPRESA. GERENCIA ESTRATEGICA AVANZADA FINANZAS INTERNACIONALES MERCADEO INTERNACIONAL PLAN DE NEGOCIOS EXPORTADOR I LOGISTICA INTERNACIONAL LEGISLACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR INTEGRACIÓN ECONÓMICA NEGOCIOS ELECTRÓNICOS PLAN DE NEGOCIOS EXPORTADOR II TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN CONTRATACIÓN INTERNACIONAL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR REDES INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN PLAN DE NEGOCIOS EXPORTADOR III			

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad, [www.utadeo.edu.co](http://www.utadeo.edu.co)

El programa que se oferta permite ampliar la visión gerencial y mejorar la capacidad de negociación de los profesionales en un mercado internacional, así como brindar las herramientas necesarias para reconocer alternativas y oportunidades de negocios, hace especial énfasis en los procesos logísticos y de marketing internacional, como valor agregado ofrece plan de negocios exportador durante tres niveles permitiendo al profesional ampliar sus conocimientos mediante el desarrollo practico del programa.

# Universidad Santiago de Cali

UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI				FICHA No.021	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA	
CONVENIO	<input type="checkbox"/>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	
CIUDAD	<u>VALLE DEL CAUCA</u>	DEPARTAMENTO	<u>CALI</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>CALLE 5, CARRERA 62, PAMPALINDA</u>		TELEFONO	<u>5183000</u>	
CORREO ELECTRÓNICO:	<u><a href="mailto:posgrados@usc.edu.co">posgrados@usc.edu.co</a></u>				
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>26</u>		PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>	
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
CATEGORÍA:	<input checked="" type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/> DERECHO
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input type="checkbox"/> NEGOCIO INTERNAL
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA
<b>UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI</b>	<b>GERENCIA</b>	Análisis del Entorno Análisis del Mercado Análisis del Sector Finanzas Aplicadas al Marketing Merchandising Imagen Corporativa y Posicionamiento Colombia en el Comercio Mundial Técnicas de Negociación Análisis e Integración de Entornos Análisis de la Demanda y Segmentación Análisis del Sector Industrial Estrategias de Producto y Legislación de Marcas Gestión y Globalización Estrategias de Comunicación Marketing de Servicios Gerencia de Ventas Plan y Auditoria de Mercadeo Marketing Internacional			

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.usc.edu.co](http://www.usc.edu.co)

La universidad Santiago de Cali pretende brindar las bases o fundamentos teóricos del mercadeo global, para fomentar o inducir a comportamientos de compra en los consumidores potenciales del siglo XXI y la formación de una cultura empresarial profunda, dentro de su programa se puede analizar que los programas que se presentan son de conocimiento básico o general, hace poca profundización en cuanto el proceso logístico de los Negocios Internacionales.

# Universidad Santo Tomás

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS				FICHA No.022	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA	
CONVENIO	<input type="checkbox"/>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	
CIUDAD	<u>BOGOTA</u>	DEPARTAMENTO	<u>CUNDINAMARCA</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>CARRERA 9 # 51-11</u>	TELEFONO	<u>5878797</u>		
CORREO ELECTRÓNICO:	<u>admisiones@usantotomas.edu.co</u>				
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>25</u>	PERIODICIDAD	<u>SEMESTRE</u>		
JORNADA	<input type="checkbox"/>	DIURNA	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/>
CATEGORÍA:	<input checked="" type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/>
				DERECHO	
				NEGOCIO INTERNAL	
				INTEGRACION ECONOMICA	
<b>UNIVERSIDAD SANTO TOMAS</b>	<b>GERENCIA</b>	La Organización para los Negocios Internacionales Marco Legal del Comercio Exterior y los Negocios Internacionales Fundamentos de Comercio Exterior Fundamentos de Economía y Comercio Internacional Competencias gerenciales y ético-sociales del Especialista Investigación de Mercados Internacionales Seminario de Competencias para la Investigación en Negocios Internacionales Finanzas Internacionales Oportunidades de Negocios Internacionales Gestión del Marketing Internacional Estrategias competitivas de la Organización Internacional Gestión Logística Internacional Gestión y Control Financiero Internacional Competencias Gerenciales para la Negociación Internacional Seminario de competencias para la Investigación en Negocios Internacionales			

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.usta.edu.co](http://www.usta.edu.co)

La universidad Santo Tomás ofrece un programa de orientación a los estudiantes que busca el desarrollo de habilidades que le permite ser competente en cargos de alta gerencia y operativos de los Negocios Internacionales, se brindan herramientas necesarias para que los profesionales cuenten con el potencial para analizar e interpretar las diferentes situaciones que se presentan en el mercado global, buscando desde su propia organización el reconocimiento y posicionamiento internacional sobresaliendo con factores logísticos, financieros, de operatividad comercial y mercadeo.

Universidad de Medellín

<b>UNIVERSIDAD DE MEDELLIN</b>			<b>FICHA No.023</b>				
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA	<input type="checkbox"/>		
CONVENIO	<input type="checkbox"/>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>		
CIUDAD	<u>MEDELLIN</u>	DEPARTAMENTO	<u>ANTIOQUIA</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>		
DIRECCIÓN	<u>CARRERA 87 # 30-47</u>		TELEFONO	<u>3405555</u>			
CORREO ELECTRÓNICO:	<a href="http://www.udem.edu.co/UDEM/Programas/Posgrados/Especializaciones/Especialización+GNI.htm">www.udem.edu.co/UDEM/Programas/Posgrados/Especializaciones/Especialización+GNI.htm</a>						
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	<input type="checkbox"/>		
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>29</u>		PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>			
JORNADA	<input type="checkbox"/>	DIURNA	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/>	MIXTA	<input type="checkbox"/>
CATEGORÍA:	<input checked="" type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/>	DERECHO	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input type="checkbox"/>	NEGOCIO INTERNAL	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/>	INTEGRACION ECONOMICA	<input type="checkbox"/>
<b>UNIVERSIDAD DE MEDELLIN</b>	<b>GERENCIA</b>	<b>Desarrollo de Habilidades de Negociación</b>					
		Gerencia Estratégica Mercadeo Internacional Gestión Intercultural Gestión de Cadenas de Abastecimiento Seminario Complementario I Seminario Complementario II Entorno Económico y Marco Institucional para los Negocios Internacionales Seminario de Investigación I Seminario de Investigación II Geopolítica					

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.udem.edu.co](http://www.udem.edu.co)

Se busca la formación de especialistas en gerencia de Negocios Internacionales, con el objetivo que una vez culminada su preparación este en capacidad de investigar, analizar e interpretar el entorno y los constantes cambios, en los entornos culturales, políticos, sociales y económicos, buscando así la generación de una mayor competitividad internacional con respecto a otras empresas, dentro de su programa se encuentra un mayor número de seminarios en comparación con las otras universidades, pero también se evidencia una falta de profundización en los temas básicos de los Negocios Internacionales.

## Universidad Externado de Colombia

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA			FICHA No.024
ENTIDAD	<input type="checkbox"/> PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/> PRIVADA	
CONVENIO	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	
CIUDAD	<u>BOGOTA</u>	DEPARTAMENTO	<u>CUNDINAMARCA</u> PAIS <u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>CALLE 12 # 1-17</u>	TELEFONO	<u>3420288</u>
CORREO ELECTRÓNICO:	<u><a href="mailto:sitioweb@uexternado.edu.co">sitioweb@uexternado.edu.co</a></u>		
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/> PRESENCIAL	<input type="checkbox"/> DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>25</u>	PERIODICIDAD	<u>ANUAL</u>
JORNADA	<input type="checkbox"/> DIURNA	<input type="checkbox"/> NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/> GERENCIA	<input type="checkbox"/> FINANZAS	<input type="checkbox"/> DERECHO
	<input type="checkbox"/> ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/> MARKETING	<input checked="" type="checkbox"/> NEGOCIO INTER/NAL
	<input type="checkbox"/> GESTION	<input type="checkbox"/> AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA
<b>UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA</b>	<b>NEGOCIOS</b>	LIDERAZGO Entorno y competitividad Pensamiento estratégico Desarrollo sostenible Estrategias de negociación conceptos estratégicos de mercado servicio al cliente logística integral compras, suministros e inventarios Almacenamiento, transporte y distribución Tecnología de la información y comunicaciones gestión financiera formulación y evaluación de proyectos RESPONSABILIDAD SOCIAL Y GOBIERNO CORPORATIVO Legislación comercial Gestión de comercio exterior Gerencia de la logística internacional Gestión del mejoramiento Visitas empresariales Trabajo de grado	

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.uexternado.edu.co](http://www.uexternado.edu.co)

Se busca la capacitación de profesionales en las principales áreas de la gerencia general logrando ampliar la visión de estos dándoles la entrada a una serie de economías abiertas y utilizando la logística como apoyo a las funciones estratégicas de la organización, mediante el desarrollo práctico de las funciones del área de alta gerencia, buscando así fomentar las habilidades, capacidades y destrezas de cada uno de los participantes, permitiendo tomar decisiones estratégicas gerenciales en un entorno cada vez más competitivo.

Fundación Universitaria de América

FUNDACION UNIVERSIDAD DE AMERICA				FICHA No.025
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA
CONVENIO	<input type="checkbox"/>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO
CIUDAD	<u>BOGOTA</u>	DEPARTAMENTO	<u>CUNDINAMARCA</u>	PAIS <u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>AVENIDA CIRCUNVALAR # 20-53</u>		TELEFONO	<u>3376680</u>
CORREO ELECTRÓNICO:	<u><a href="http://www.uamerica.edu.co/servicios">www.uamerica.edu.co/servicios</a></u>			
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>28</u>	PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>	
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA <input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS <input type="checkbox"/> DERECHO
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING <input type="checkbox"/> NEGOCIO INTERNAL
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS <input checked="" type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA
<b>FUNDACION UNIVERSIDAD DE AMERICA</b>	<b>INTERACION ECONOMICA</b>	Economía internacional Internacionalización de la empresa y ventas competitivas Pensamiento estratégico global Legislación internacional Regimen de exportaciones e importaciones Electiva I Seminario de Proyecto de grado Marketing internacional Instrumentos y medios de pago Trabajo de grado Electiva II logística internacional organismos internacionales		

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.uamerica.edu.co](http://www.uamerica.edu.co)

Se concentra en la formación del participante, para formular y llevar a cabo planes de negocio exportables en las diferentes áreas del comercio internacional, teniendo en cuenta aspectos como el comportamiento económico, político, social y legal que esta inmerso en el proceso o desarrollo de negocios internacionales y los diferentes esquemas mundiales de integración, hace énfasis en los temas de legislación internacional y régimen de exportaciones e importaciones.

Universidad Pontificia Bolivariana

<b>UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA</b>				<b>FICHA No.026</b>	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA	
CONVENIO	<input type="checkbox"/>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	
CIUDAD	<u>MEDELLIN</u>	DEPARTAMENTO	<u>ANTIOQUIA</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>CARRERA 43 C # 5-173</u>		TELEFONO	<u>3113244</u>	
CORREO ELECTRÓNICO:	<u><a href="mailto:calidad@upb.edu.co">calidad@upb.edu.co</a></u>				
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>26</u>		PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>	
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/>
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/>
				DERECHO	
				NEGOCIO INTERNAL	
				INTEGRACION ECONOMICA	
<b>UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA</b>	<b>NEGOCIOS</b>	seminario de formación investigativa I seminario de formación investigativa II Seminario de cultura y empresa Economía internacional política y geopolítica Comercio internacional colombiano Integración económica mundial logística marketing internacional y competitividad Finanzas internacionales negocioación internacional derecho comercial internacional seminario de profundización			

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.upb.edu.co](http://www.upb.edu.co)

La formación de personas con elementos teóricos y prácticos, necesarios para el ejercicio efectivo en los negocios internacionales que le permita responder de manera acertada a los mercados de transformación constantes modernos, la cantidad de seminarios puede representar una carga alta para los participantes debido a su intensidad, y en algunas ocasiones no aplicable al enfoque que inicialmente tiene establecido el programa.

Pontificia Universidad Javeriana

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA				FICHA No.027	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA	
CONVENIO	<input type="checkbox"/>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	
CIUDAD	<u>CALI</u>	DEPARTAMENTO	<u>VALLE DEL CAUCA</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>CARRERA 7 # 40-62</u>		TELEFONO	<u>3208320</u>	
CORREO ELECTRÓNICO:	<u><a href="mailto:info@javeriana.edu.co">info@javeriana.edu.co</a></u>				
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>33</u>		PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>	
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/> MIXTA
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/> DERECHO
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input checked="" type="checkbox"/> NEGOCIO INTERNAL
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/> INTEGRACION ECONOMICA
PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA		NEGOCIOS		principios de economía contabilidad financiera principios de administración introducción a los negocios internacionales administración con visión global entorno político y cultural internacional aspectos legales de los negocios internacionales integración internacional de Colombia finanzas internacionales Mercadeo Internacional régimen de comercio exterior elaboración y evaluación de proyectos a nivel internacional estrategia internacional ética de los negocios internacionales logística internacional	

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la página de la universidad,

[www.javeriana.edu.co](http://www.javeriana.edu.co)

Ofrece al estudiante el desarrollo de competencias de análisis, diagnóstico, identificación y solución de problemas a nivel regionales internacionales y globales, fomentando el pensamiento crítico, estratégico y competitivo que le permita percibir los permanentes cambios del entorno de los negocios, es un programa muy completo que ofrece al estudiante la oportunidad de ser más competitivo en una economía global cambiante.

## Universidad Autónoma del Caribe

UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL CARIBE				FICHA No.028	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA	
CONVENIO	<input type="checkbox"/>	SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	
CIUDAD	BARRANQUILLA	DEPARTAMENTO	ATLANTICO	PAIS	COLOMBIA
DIRECCIÓN	CALLE 90 # 46-112		TELEFONO	3671000	EXT 215-234
CORREO ELECTRÓNICO:	<a href="http://www.uac.edu.co">www.uac.edu.co</a>				
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	30		PERIODICIDAD	SEMESTRAL	
JORNADA	<input type="checkbox"/>	DIURNA	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/>
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/>	GERENCIA	<input checked="" type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/>
<b>UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL CARIBE</b>		<b>FINANZAS</b>		Orden Político y Económico Mundial Marketing Internacional Finanzas Internacionales Investigación de Mercados Globales Gestión Gerencial Financiera Tributación Internacional Métodos Cuantitativos Humanismo e Investigación Planeación Prospectiva en los Negocios Análisis Financiero Estratégico Banca e Inversión Régimen Cambiario y Aduanero Gestión de Negocios Humanismo e Investigación Electivas	

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.uac.edu.co](http://www.uac.edu.co)

Busca la formación de habilidades y conocimientos en áreas administrativas y financieras a nivel internacional, mediante una serie de programas que le permiten adquirir al estudiante los conocimientos necesarios para el objetivo planteado.

## Universidad EAFIT- Sede Medellín

UNIVERSIDAD EAFIT-				FICHA No.029	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA	
CONVENIO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	
CIUDAD	<u>MEDELLIN</u>	DEPARTAMENTO	<u>ANTIOQUIA</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>CARRERA 49 # 7 SUR -50</u>		TELEFONO	<u>4489500</u>	
CORREO ELECTRÓNICO:	<a href="mailto:contacto@eafit.edu.co">contacto@eafit.edu.co</a>				
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>32</u>		PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>	
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/>
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/>
					DERECHO
					NEGOCIO INTER/NAL
					INTEGRACION ECONOMICA

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.eafit.edu.co](http://www.eafit.edu.co)

## Universidad EAFIT- Sede Cali

UNIVERSIDAD EAFIT-				FICHA No.031	
ENTIDAD	<input type="checkbox"/>	PUBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	PRIVADA	
CONVENIO	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>	NO	
CIUDAD	<u>CALI</u>	DEPARTAMENTO	<u>VALLE DEL CAUCA</u>	PAIS	<u>COLOMBIA</u>
DIRECCIÓN	<u>CARRERA 49 # 7 SUR -50</u>	TELEFONO	<u>4489500</u>		
CORREO ELECTRÓNICO:	<u><a href="mailto:contacto@eafit.edu.co">contacto@eafit.edu.co</a></u>				
MODALIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	PRESENCIAL	<input type="checkbox"/>	DISTANCIA	
NÚMERO DE CRÉDITOS	<u>90</u>	PERIODICIDAD	<u>SEMESTRAL</u>		
JORNADA	<input type="checkbox"/>	<u>DIURNA</u>	<input type="checkbox"/>	NOCTURNA	<input checked="" type="checkbox"/>
CATEGORÍA:	<input type="checkbox"/>	GERENCIA	<input type="checkbox"/>	FINANZAS	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	ADMINISTRACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	GESTION	<input type="checkbox"/>	AGROALIMENTOS	<input type="checkbox"/>
					<input type="checkbox"/>
					DERECHO
					NEGOCIO INTERNAL
					INTEGRACION ECONOMICA

Fuente: Análisis grupo investigador con información tomada de la pagina de la universidad,

[www.eafit.edu.co](http://www.eafit.edu.co)

En la presente investigación no fue posible encontrar información del programa correspondiente al postgrado Especialista en negocios internacionales

### 2.3.2 Participación de categorías implementadas en las Universidades



Figura 10. Participación de Categorías Implementadas en las Universidades

Fuente: Sustraído del SNIES – gráfico elaborado por Grupo de Investigación

De los 31 programas analizados se encuentra como se evidencia en la grafica anterior que las áreas en las que más profundizan las universidades son las de marketing, logística, comercio y negocios internacionales, seminarios de investigación y

profundización, también se puede ver que es muy poca la oferta de programas que tienen relación con la RSE.

De la totalidad de los programas analizados se puede deducir que la mayoría se enfoca en las áreas ya mencionadas, pero con relación al resto de áreas, no hay una dirección uniforme o común, por lo cual no se ve una preferencia o un valor agregado que pueda resaltar su programa y hacerlo más competitivo en el mercado.

### **3. RECOMENDACIONES**

Las universidades deberían incluir en sus programas, materias donde el profesional tenga una relación y manejo personalizado en el área de los Negocios Internacionales, con empresas certificadas en el proceso, esto para brindar al profesional desempeño y amplia experiencia en el tema.

En cada apertura de TLC con los países de interés, sería oportuno relacionar o integrar a la universidad y el profesional directamente con el proceso de desarrollo y aplicación de actividades que conlleven al manejo y realización de los proyectos, para aplicarlos desde la presentación del plan de estudios.

Las universidades deberían estudiar e incluir en sus programas materias que tengan directa relación con los Negocios Internacionales y todo lo concerniente a su expansión global.

La categoría con la que se destaque el postgrado, debe ser acorde al perfil que establecen las universidades y aplicarse en el momento en que se brindé la formación académica al profesional.

## CONCLUSIONES

La responsabilidad del estudio de los Negocios Internacionales en la actualidad recae en el sector privado, quien mira con mayor preocupación las necesidades de inmersión y participación en la economía internacional, mientras que el sector público, pese al desarrollo y firma de Tratados de Libre Comercio y acuerdos bilaterales de comercio, no participa en la formación de especialistas en el tema, proyectando una debilidad estructural para afrontar dichos retos.

Existe una concentración en el estudio de los Negocios Internacionales a nivel Postgradual, en las tres principales ciudades del país, si nos detenemos a observar sectores del sur y las zonas costeras, se determina que estos campos tiene una mirada limitada en diversos procesos, hecho preocupante, puesto que la formación académica, es uno de los eslabones principales del crecimiento económico, de allí que se deduce un incremento en las brechas existentes en el actual condicionamiento económico de Colombia

La formación de postgrados en Negocios Internacionales ofertada en la actualidad en Colombia, en su mayoría está enfocada a la capacidad de los profesionales para responder ante los diferentes niveles gerenciales del negocio como tal, encontrando una limitante sobre las operaciones del mismo, la articulación de los medios de negociación, debido a la gran extensión que comprende como es el comercio electrónico, logística, entre otros campos que motiven el desarrollo de nuevas acciones internacionales del país.

Es importante resaltar que en varios de los programas observados se encontró que su contenido en materias no era consecuente con la categoría o enfoque a desarrollar, encontrándose diferencias entre el nombre del programa, los cursos a desarrollar e incluso el título a otorgar.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adam Smith, longseller (2001), la riqueza de las naciones, pag 120, ciudad, Editorial Mc graw Hill, sustraído el día 10/03/2011
- Anderson, Williams (1999). México Estadística para administración y economía séptima Edición. International Thomson Editores S.A. de c.v. Pág. (12-13,25-27)
- Barros Sanmartín, Israel (2007), entre dos siglos, pag 334, Editorial Mc Graw Hill, Sustraído el día 22/04/11
- Cervantes Torre-Marín, Gemma (2005) desarrollo sostenible, pag 216, Editorial Mc Graw Hill, Sustraído el día 02/05/2011
- Daniels John D; Radebaugh, Lee H; Sullivan Daniel P (2004), Negocios Internacionales, pag 752, Editorial Pearson Education, México. Sustraído el día 10/05/2011
- Hill, charles (2007). México. Negocios Internacionales: Competencia en el mercado Global Sexta Edición. MacGraw Hill. Pág. (406, 512, 666)
- Leroy, Roger (1990). México .Microeconomía Tercera edición. McGraw Hill interamericana México S.A. de c.v. Pág. (152,153,271,272)

- Ohmae, Kenichi (2004). La Mente Del Estratega. Ciudad. Pag 216, Editorial Norma, sustraído el día 03/03/2011
- Sail, Neil J.(1999). México. Métodos de la Investigación Tercera edición. Pearson Educación pág.: (25,26,27,28)
- Samuelson, Paúl (1996) México. Economía McGraw Hill Interamericana de España S.A. Quinta Edición. Pág. (570,614)
- W. Hill charles (2007), negocios internacionales, pág. 740, Editorial Mc Graw Hill, sustraído el día 16/04/2011

## RAE

1. **TIPO DE DOCUMENTO:** Trabajo de grado para optar por el título de ADMINISTRADOR DE EMPRESAS.
2. **TITULO:** DESCRIPCION DE LAS CONDICIONES DE OFERTA DE LOS PROGRAMAS DE ESPECIALIZACION EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
3. **AUTORES:** Cristian Eduardo Lozano Valderrama, Ruth Magdalena Pinilla Martín
4. **LUGAR:** Bogotá, D.C.
5. **FECHA:** Enero de 2012
6. **PALABRAS CLAVE:** Experimental, Transversales, Negocios Internacionales, Snies, Investigación, Relaciones, Comercio, Encuesta, universidades, postgrado, oferta.
7. **DESCRIPCION DEL TRABAJO:** El objetivo de este proyecto es describir las condiciones de la oferta actual en los programas de especialización en Negocios Internacionales vigentes en el mercado educativo del país. Consolidándose mediante una base de datos, las características principales de la oferta de los programas de especialización, destacando la participación que tiene las universidades a nivel nacional con el énfasis aplicado en cada programa y que permite la demanda del profesional.
8. **LINEAS DE INVESTIGACION:** Línea de Investigación de la USB: Tecnologías actuales y campo temático del programa.
9. **FUENTES CONSULTADAS:** Adam Smith, longseller (2001), la riqueza de las naciones, pag 120, ciudad, Editorial Mc graw Hill, sustraído el día 10/03/2011. Anderson, Williams (1999). México Estadística para administración y economía séptima Edición. International Thomson Editores S.A. de c.v. Pág. (12-13,25-27). Barros Sanmartín, Israel (2007), entre dos siglos, pag 334, Editorial Mc Graw Hill, Sustraído el día 22/04/11. Cervantes Torre-Marín, Gemma (2005) desarrollo sostenible, pag 216, Editorial Mc Graw Hill, Sustraído el día 02/05/2011. Daniels John D; Radebaugh, Lee H; Sullivan Daniel P (2004), Negocios Internacionales, pag 752, Editorial Pearson Education, México. Sustraído el día 10/05/2011. Hill, charles (2007). México. Negocios Internacionales: Competencia en el mercado Global Sexta Edición. MacGraw Hill. Pág. (406, 512, 666). Leroy, Roger (1990). México .Microeconomía Tercera edición. McGraw Hill interamericana México S.A. de c.v. Pág. (152,153,271,272). Ohmae, Kenichi (2004). La Mente Del Estratega. Ciudad. Pag 216, Editorial Norma, sustraído el día 03/03/2011. Sail, Neil J.(1999). México. Métodos de la Investigación

Tercera edición. Pearson Educación pág.: (25,26,27,28). Samuelson, Paúl (1996) México. Economía McGraw Hill Interamericana de España S.A. Quinta Edición. Pág. (570,614). W. Hill Charles (2007), negocios internacionales, pág. 740, Editorial McGraw Hill, sustraído el día 16/04/2011.

**10. CONTENIDOS:** Los Negocios Internacionales, son todas las transacciones de negocios o gubernamentales que implican a dos o más países; es cualquier empresa que participa en el comercio o la inversión extranjera, buscando el desarrollo de las acciones en las diversas transacciones que esta conlleve, enfocándose en la modalidades que permiten concretar los negocios, aplicados a: la importación o exportación, turismo y transporte, inversión directa, inversión de cartera y contratos administrativos. Con estos parámetros especiales que permiten concluir los proyectos se lleva a identificar las principales universidades que ofrecen los programas de Negocios Internacionales en el país principalmente su enfoque y ubicación, resaltando la descripción y temario ofrecido al y así determinar su participación en el mercado.

**11. METODOLOGIA:** El enfoque con el que se caracteriza el estudio es Descriptivo.

**12. CONCLUSIONES:** Existe una concentración en el estudio de los Negocios Internacionales a nivel Postgradual, en las tres principales ciudades del país, si nos detenemos a observar sectores del sur y las zonas costeras, se determina que estos campos tiene una mirada limitada en diversos procesos, hecho preocupante, puesto que la formación académica, es uno de los eslabones principales del crecimiento económico, de allí que se deduce un incremento en las brechas existentes en el actual condicionamiento económico de Colombia. Por medio de los estadísticos presentados en el Snies, en Colombia se ofertan actualmente 213 programas de Negocios Internacionales, de los cuales 61 corresponden a formación postgradual, los cuales son objetivo del estudio actual y pese a esta cifra solo se encuentran en funcionamiento 38; Clasificándolo a 32 programas de postgrado y 6 de maestrías. Determinando que el 90% de los programas son de carácter privado, donde el mayor énfasis se fomenta en el sector público pero pese a esto el mayor compromiso lo tiene el sector privado en cuanto a la formación de profesionales.

DESCRIPCIÓN DE LAS CONDICIONES DE LA OFERTA DE LOS  
PROGRAMAS DE ESPECIALIZACIÓN EN NEGOCIOS  
INTERNACIONALES VIGENTES EN EL PAÍS

CRISTIAN EDUARDO LOZANO VALDERRAMA  
RUTH MAGDALENA PINILLA MARTÍN

UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA, SEDE BOGOTÁ  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTA -2012

DESCRIPCIÓN DE LAS CONDICIONES DE LA OFERTA DE LOS  
PROGRAMAS DE ESPECIALIZACIÓN EN NEGOCIOS  
INTERNACIONALES VIGENTES EN EL PAÍS

CRISTIAN EDUARDO LOZANO VALDERRAMA  
20093218038  
RUTH MAGDALENA PINILLA MARTÍN  
20063218049

Trabajo presentado como requisito parcial para optar al título de  
profesional en Administración de Empresas

Asesor:

Néstor Preciado

UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA, SEDE BOGOTÁ  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ – 2012