

**PROPUESTA DE DIPLOMADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES PARA LA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE UNMINUTO**

Elaborado por:

MERIDA RODRIGUEZ RODRIGUEZ

CATALINA SANCHEZ TOVAR

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

BOGOTA D.C.

2008

**PROPUESTA DEL DIPLOMADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES PARA LA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE UNMINUTO**

**Elaborado por:
MERIDA RODRIGUEZ RODRIGUEZ
CATALINA SANCHEZ TOVAR**

**Trabajo de Grado para Optar al Título de:
Administrador de Empresas**

**Asesor de Trabajo de Grado:
JOHN SANABRIA**

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
BOGOTA D.C.
2008**

Nota de Aceptación:

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Bogotá, DC. Julio 21 de 2008

DEDICATORIA

Dedicamos especialmente este trabajo a las personas que apoyaron nuestra idea y creyeron en nuestras capacidades como Administradoras. La Decana Patricia Vega que con su aprobación a nuestra propuesta y constante apoyo lleno de motivación nuestros pasos y a la persona que más paciencia, conocimientos, sabiduría y tiempo nos brindó, John Sanabria, nuestro Director de Tesis, quien fue un gran soporte a nuestra gestión en todo momento.

De Catalina:

A mi papi por su eterna paciencia con mis múltiples carreras, llegadas tarde, malos genios, depresiones y demás a raíz de este proceso; por llenarme de fuerza con sus sabias y tiernas palabras cada vez que me sentía saturada y por ser siempre mi modelo a seguir y mi mayor orgullo. A la Moni (mi tía) quien ha sido en este proceso y en todo sentido mi eterno ángel de la guarda con sus cuidados, palabras de apoyo y consentimientos. A mi mami quien con sus palabras de animo llenó siempre de energías mis pasos. A Santi y Nico, mis hermanitos por ser siempre quienes me generaban sonrisas aún en los momentos de mayor tensión. A Juan por su paciencia y constante apoyo con mis carreras cotidianas.

A todos, mil gracias, son el pilar y motivo de cada uno de mis logros.

De Mérida:

A mi princesa Luisa Fernanda que con su constante paciencia en todo momento, leíste, escribiste, estudiaste y creciste al lado mío aprendiendo a ser una personita responsable, acompañándome y dándome tu apoyo incondicional para lograr nuestra meta en este duro pero muy importante proceso; a ti madre que con tu infinita colaboración, amor, apoyo siempre me diste los consejos acertados en los momentos de felicidad como en aquellos momentos difíciles, que con tus oraciones

y palabras de aliento siempre me llenaron de energía para seguir. A toda mi familia por estar siempre pendiente de mi y que hicieron fuerza en todo momento para poder acabar y lograrlo; y a mis jefes por haber tenido tanta paciencia conmigo y con el tiempo para dedicarle a la carrera, especialmente a Alexander Martin quien ha sido una persona amiga que me ha enseñado, colaborado y apoyado semestre a semestre con su sabiduría y consejos, a pesar de sus múltiples ocupaciones siempre tuvo el tiempo para ayudarme y apoyarme.

Gracias a todos, valió la pena.

AGRADECIMIENTOS

Al finalizar y pensar en todos los momentos que han pasado durante esta carrera, hacer un alto en el camino y mirar hacia atrás nos sorprende la cantidad de personas que nos acompañaron en este proceso, es un grupo inmensamente grande de caras amigas que con cariño, sabiduría, autoridad y alegría nos enseñaron, nos corrigieron, aportaron y animaron a concluir este proceso de pregrado con éxito, el cuerpo docente de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Carrera de Administración de Empresas.

A la Organización Minuto de Dios, representada por todas las personas de la Facultad La Decana, el Director de Tesis John Sanabria, El Jurado compuesto por el Profesor Nabor Erazo, Roque Rodríguez y Sandra Liliana Hernández que con su opinión, consejos y aportes no sólo alimentaron este documento sino que fueron dejando huella en nuestras vidas profesionales y personales.

Gracias a Uniminuto donde hemos aprendido no solo a ser profesionales sino personas con valores morales y sociales a través de nuestras prácticas sociales y profesionales que fundamentan la comunidad Eudista y ahora nuestras vidas en todo campo.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	15
1 SITUACIÓN PROBLEMICA	17
1.1 TÍTULO	17
1.2 TEMA	17
1.3 DIAGNÓSTICO CAUSA - EFECTO	17
1.4 PRONÓSTICO	17
1.5 CONTROL AL PRONÓSTICO	18
1.6 DEFINICIÓN DE CONTROL	19
1.7 FORMULACION DEL PROBLEMA	20
1.8 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	21
1.9 DELIMITACION	22
1.10 ANTECEDENTES Y CONTEXTO	22
1.11 ALCANCE	25
2 OBJETIVOS	26
2.1 GENERAL	26
2.2 ESPECÍFICOS	26
3 JUSTIFICACIÓN	27
3.1 BENEFICIOS DE UN ESTUDIO DE MERCADO	28
4 MARCO JURÍDICO LEGAL	29
4.1 LEY 30 DE 1992	29
4.2 LEY 115 de 1994	30
4.3 DECRETO 114 de 1996	30
4.4 LEY 1064 DE 2006	31
4.5 DECRETO 2888 DE 31 DE Julio 2007	32
5 MARCO TEÓRICO	34
5.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS DIPLOMADOS EN NEGOCIOS	34

INTERNACIONALES	
5.2 ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE HACER UN DIPLOMADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES?	35
6. METODOLOGÍA	37
6.1 ESTRUCTURA DE LA METODOLOGÍA	37
6.2 DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA	37
6.3 ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO	40
6.4 HERRAMIENTA	41
6.5 ACTAS DE GESTION	41
6.6 ORIENTACION DE LA HERRAMIENTA	41
6.7 VARIABLES DE ORGANIZACION	42
6.8 CUESTIONARIOS	42
6.9 CONCEPTO GENERAL	41
7. INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	44
7.1 TABULACIÓN ENCUESTA A ESTUDIANTES	44
7.2 TABULACIÓN ENCUESTA A EMPRESARIOS	55
7.3 FOCUS GROUP	64
8. DESARROLLO DEL ESTUDIO DE MERCADOS	69
8.1 ANÁLISIS DE MERCADO	69
8.1.1 Definición del mercado objetivo	69
8.2 JUSTIFICACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO	69
8.3 ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL	70
8.3.1 Estimación Mercado Interno (UNIMINUTO)	70
8.4 MAGNITUD DE LA NECESIDAD DE CURSAR EL DIPLOMADO	72
8.5 ANALISIS DE LA COMPETENCIA	72
8.5.1 Identificación de los principales participantes	74
8.5.2 Identificación de los principales competidores	76
8.5.3 Análisis de la competencia directa	76
8.5.4 Análisis de costos y Análisis de precios del producto y el de la Competencia	76
8.5.5 Imagen de la competencia ante los clientes	77

8.5.6	Segmento al cual esta dirigida la competencia	77
8.5.7	Posición del servicio frente a la competencia	78
9.	MONTAJE CAMPAÑA PUBLICITARIA // ESTRATEGIAS DE MERCADEO	79
9.1	CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO	79
9.1.1	Descripción básica, especificaciones o características	79
9.2	DISEÑO	79
9.2.1	Esquema de trabajo	79
9.2.2	Afiche	80
9.2.3	Volante	81
9.3	CALIDAD	82
9.4	FORTALEZAS Y DEBILIDADES FRENTE A LA COMPETENCIA	83
9.5	ESTRATEGIAS DE INSERCIÓN	84
9.5.1	Alternativas de penetración	84
9.5.2	Alternativas de comercialización	84
9.5.3	Estrategias de ventas	84
9.5.4	Estrategias de precios	85
9.5.4.1	Precio de lanzamiento	85
9.5.4.2	Condiciones de pago	85
9.5.5	Estrategias de comunicación	85
9.5.5.1	Selección de medios	85
9.5.6	Estrategias de servicio	85
9.5.6.1	Mecanismos de atención a requerimientos e inquietudes	86
9.6	ANÁLISIS DE LOS PERFILES DE LOS DOCENTES QUE TRABAJAN ESTOS TEMAS	86
9.7	BÚSQUEDA Y SELECCIÓN DE DOCENTES PARA EL PROGRAMA	86
9.8	PRESUPUESTO	87
10.	PCP – PLAN CURRICULAR DEL PROGRAMA	88
10.1	MARCO REFERENCIAL	88
10.1.1	Denominación Académica del Programa	88
10.2	JUSTIFICACION DEL CURSO	89
10.2.1	Pertinencia del programa	89

10.2.2	Estado actual de la formación en el campo de la profesión	90
10.2.3	Ejercicio de la actividad y necesidades del entorno	91
10.2.4	El contexto institucional	96
10.3	DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO DEL PROGRAMA	98
10.3.1	Principios	98
10.3.2	Responsabilidad social de los negocios internacionales.	98
10.3.3	Necesidad de relacionamiento.	99
10.3.4	Experiencia de la Organización Minuto de Dios en Docencia	99
10.4	FUNCIONES DEL PROGRAMA	100
10.4.1	Función de Docencia	100
10.4.2	Enfoque Pedagógico	101
10.4.3	Metodologías y Didácticas	102
10.4.4	Función de Investigación	103
10.5	VISION	103
10.6	MISION	103
10.7	POLITICAS	103
10.7.1	Docencia	103
10.8	OBJETIVOS	104
10.8.1	Objetivo General	104
10.8.2	Objetivos Específicos	104
11.	SISTEMA CURRICULAR	107
11.1	DIRECTRICES CURRICULARES	107
11.2	PERFILES	108
11.2.1	Perfil del aspirante	108
11.2.2	Perfil del egresado	108
11.2.3	Perfil Ocupacional	109
11.2.4	Perfil Docente	109
11.3	CAMPOS DE FORMACIÓN	110
11.4	ESTRUCTURA CURRICULAR	110
11.5	Planes de Estudio	115
11.5.1	Matriz Diplomado	115

11.6	PROSPECTIVA DEL PROGRAMA	115
11.7	EGRESADOS Y EJERCICIO DEL DIPLOMADO	115
11.8	NECESIDADES DE ENTORNO	115
11.9	RECURSOS FÍSICOS Y FINANCIEROS	116
11.10	PRESUPUESTO Y RECURSOS FINANCIEROS DEL PROGRAMA	117
12.	CONCLUSIONES	118
12.1	RECOMENDACIONES	119
13.	BENEFICIARIOS	120
	BIBLIOGRAFÍA	121
	ANEXOS	126

LISTA DE TABLAS

		Pág.
Tabla No. 1	Ficha Técnica encuesta para estudiantes	44
Tabla No. 2	Ficha Técnica encuesta para Empresario	55
Tabla No. 3	Competencia Programas	74
Tabla No. 4	Fortalezas y Debilidades frente a la Competencia	83
Tabla No. 5	Selección Docentes	87
Tabla No. 6	Presupuesto	87
Tabla No. 7	Exportaciones de Colombia	93
Tabla No. 8	Importaciones de Colombia	95

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Enc. A Estudiantes - Cantidad de encuestados que trabajan y que no.....	45
Gráfico 2. Enc. A Estudiantes - Es interesante el campo de los Negocios Internacionales...	46
Gráfico 3. Enc. A Estudiantes - Poseen conocimientos en Negocios Internacionales.....	47
Gráfico 4. Enc. A Estudiantes - Los conocimientos que tiene son suficientes.	47
Gráfico 5. Enc. A Estudiantes - Origen de sus conocimientos en Negocios Internacionales.	48
Gráfico 6. Enc. A Estudiantes - Interés por trabajar en compañías del ramo de los Negocios Internacionales.	49
Gráfico 7. Enc. A Estudiantes - Interés por recibir información sobre Negocios Internacionales.	49
Gráfico 8. Enc. A Estudiantes - Tipo de formación preferida.	50
Gráfico 9. Enc. A Estudiantes - Nivel de inversión que haría.	50
Gráfico 10. Enc. A Estudiantes - Temas de interés para el Diplomado.....	51
Gráfico 11. Enc. A Estudiantes - Temas de mayor interés para el Diplomado.	52
Gráfico 12. Enc. A Estudiantes - Horario de preferencia para el Diplomado.....	54
Gráfico 13. Enc. A Estudiantes - Interés porque UNIMINUTO forme un Diplomado en Negocios Internacionales.	54
Gráfico 14. Enc. A Estudiantes - Interés por participar en el diplomado.	55
Gráfico 15. Enc. A Estudiantes - Nivel de interés por participación en el diplomado.	55
Gráfico 16. Enc. Empresarios - Interés por ser participe del mercado internacional.	58
Gráfico 17. Enc. Empresarios - Nivel de interés por el campo de los Negocios Internacionales.	59
Gráfico 18. Enc. Empresarios - Los conocimientos del personal de su empresa en Negocios Internacionales son suficientes.....	59
Gráfico 19. Enc. Empresarios - Inversión anual en formación de personal en el tema.	60
Gráfico 20. Enc. Empresarios - Sus conocimientos en NI son suficientes para su gestión laboral.	61
Gráfico 21. Enc. Empresarios - Fuente de dichos conocimientos.	61
Gráfico 22. Enc. Empresarios - Nivel de interés por tomar el curso.	62
Gráfico 23. Enc. Empresarios - Nivel de inversión que estarían dispuestos a hacer.	62
Gráfico 24. Enc. Empresarios - Temas que según su criterio debe abarcar el curso.	63
Gráfico 25. Enc. Empresarios - Temas en los que se centrarían.....	63
Gráfico 26. Enc. Empresarios - Horario preferido para tomar el Diplomado.....	64
Gráfico 27. Enc. Empresarios - Interés porque UNIMINUTO desarrolle un diplomado en NI.	65
Gráfico 28. Enc. Empresarios - Interés por participar en el Diplomado.....	65
Gráfico 29. Enc. Empresarios - Interés por participar en un programa virtual en NI.....	66
Gráfico 30. Focus - Consideran pertinente el diplomado.	67
Gráfico 31. Focus - Razón para realizar un Diplomado.	68
Gráfico 32. Focus - Los conocimientos de las personas de su empresa en NI son suficientes.	68

Gráfico 33. Focus - Perfil del personal a contratar para ejercer en temas de NI.	69
Gráfico 34. Focus - Temas de interés para desarrollar en el diplomado.....	69
Gráfico 35. Focus - Horario preferible para el Diplomado.....	70
Gráfico 36. Focus - Monto dispuestos a invertir en un Diplomado.....	70
Gráfico 37. Focus - Interpretación de imágenes.	71
Gráfico 38. Mercado Potencial Uniminuto	73
Gráfico 39. Cantidad de Diplomados afines por ciudad	76
Gráfico 40. Cantidad de Pregrados afines por ciudad.....	76
Gráfico 41. Cantidad de posgrados en temas afines por ciudad.	77
Gráfico 42. Comparación de costos	81
Gráfico 43. Esquema de trabajo.....	83
Gráfico 44. Afiche publicitario.	84
Gráfico 45. Volante cara 1	84
Gráfico 46. Volante cara 2	85
Gráfico 47. Esquema de trabajo.....	91
Gráfico 48. Acuerdos Comerciales: (CEPAL: Acuerdos Comerciales.)	99

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de esta propuesta de diplomado nos permitió explorar y explotar la creatividad y recursividad como Administradores de Empresas puesto que partió de la formación de una idea y cubre todo el proceso implícito para llevarlo a una realidad palpable, por ello fue un interesante reto que permitió desarrollar habilidades de pro actividad desde diferentes ámbitos simultáneos en busca del logro del objetivo final: generar una propuesta de Diplomado en Negocios Internacionales para Uniminuto.

El proceso comenzó a tomar forma a partir de una idea, de allí surgieron diferentes variables que parecieron suficientes inicialmente, sin embargo, la evolución del estudio de mercados mostro facetas del cliente objetivo que se contemplaban de forma diferente, por ello la propuesta inicial fue expuesta a un amplio y extenso proceso de cambios y revisión que implico un alto número de versiones; estos constantes cambios exigían aplicar múltiples formas de buscar información, solicitar consultorías con profesionales del campo, creación de estrategias, formación de valores agregados frente a los demás programas ya existentes etc.

El resultado de toda esta gestión fue una propuesta para la formación completa de un Diplomado en Negocios Internacionales con enriquecidos contenidos temáticos, un calificado cuerpo docente, acorde a las necesidades del mercado interno, laboral y autogestionario; con dos grandes valores agregados frente a la competencia: 1. La formación de un plan de negocio en el transcurrir del diplomado y 2. La participación de actividades adicionales como seminarios, visitas, charlas y demás que permitirán enriquecer su proceso formativo desde la praxis.

Otros 2 logros a destacar que se dieron a través de este proceso, son la apertura de espacios de interacción de los estudiantes y egresados de Uniminuto como actor principal con entidades y egresados como Proexport, BBVA y Federación

Nacional de Cafeteros desde diferentes espacios; y además, la proyección para llevar este diplomado a crecer hasta convertirse en especialización en Negocios Internacionales Uniminuto.

Finalmente los logros que surgieron de la Propuesta del Diplomado en Negocios Internacionales fueron realizar un estudio y ver como en realidad en las Universidades de Bogotá hay un bajo nivel de competencia en este campo, poder realizar una propuesta con módulos enriquecidos por temas que proporcionarán a los estudiantes nuevos elementos de juicio para poder desempeñar en su papel de trabajadores o como empresarios; la oportunidad de realizar negocios con otros países, bajo normas legales y tener la satisfacción personal de haber aportado un granito de arena a los programas que tiene Uniminuto dejando esta propuesta y huella plasmada en el Diplomado que se dictará sobre el Tema de Negocios Internacionales, como una manera de retribución a todo lo que Ella nos aportó como Administradores de Empresas.

1. SITUACIÓN PROBLEMICA

1.1 TITULO

PROPUESTA DE DIPLOMADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES
UNIMINUTO DE EDUCACIÓN CONTINUADA

1.2 TEMA:

Propuesta de Diplomado en Negocios Internacionales para Uniminuto.

1.3 DIAGNOSTICO CAUSA –EFECTO

La actual dinámica social, económica y empresarial les crea a las personas comprometidas con su propio desarrollo personal y con el desarrollo económico del país, la exigencia de asumir nuevos retos y afrontar con una actitud proactiva, los cambios que a diario se suceden en el mundo de los negocios.

Según lo visto a diario en noticias y diferentes medios de comunicación, el actual proceso de negociación del Tratado de Libre Comercio TLC con los Estados Unidos y en términos generales el proceso de globalización, han generado no solamente un nuevo escenario en el comercio internacional de bienes y servicios, sino también la necesidad de adaptarse de un nuevo esquema en la forma de hacer los negocios internacionales.

1.4 PRONÓSTICO

El profesional actual no tendrá las herramientas suficientes de conocimiento para interactuar en el ámbito actual de crecimiento del comercio nacional hacia el

extranjero y viceversa. Además, no tendrá una visión de negocio tan amplia como para interactuar como independiente siendo competitivo frente a la competencia nacional e internacional y ello se vera reflejado en el incremento del desempleo no por falta de oferta sino por carencia de profesionales capaces y conocedores del ámbito del Comercio y los Negocios Internacionales.

1.5 CONTROL AL PRONÓSTICO

Como respuesta a esta necesidad este proyecto pretende que la Corporación Universitaria Minuto de Dios ofrezca el Diplomado en Negocios Internacionales que recoge en su contenido, los diversos aspectos que se consideran indispensables para el análisis, formación y actualización en el tema, con un enfoque estratégico, de tal modo que permita potenciar las iniciativas de negocios con el exterior y potenciar profesionales competitivos ante la demanda actual laboral.

Bajo la perspectiva amplia, el control es concebido como una actividad no sólo a nivel directivo, sino a nivel de los docentes y miembros de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, orientando hacia el cumplimiento de los objetivos propuestos en el Diplomado de Negocios Internacionales, utilizando mecanismos de medición tanto cualitativos como cuantitativos durante el desarrollo del Diplomado.

Este enfoque hace énfasis en los factores que definen en última instancia la eficacia del desarrollo de cada uno de los módulos propuestos y dictados por cada docente y los métodos de control aplicados al final del Diplomado.

1.6 DEFINICIÓN DE CONTROL

El control es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos.

El concepto de control es muy general y puede ser utilizado en el contexto organizacional para evaluar el desempeño general frente a un plan estratégico.

A fin de incentivar que cada uno establezca una definición propia del concepto se revisara algunos planteamientos de varios autores estudiosos del tema:

- Henry Farol: El control consiste en verificar si todo ocurre de conformidad con el PANM adoptado, con las instrucciones emitidas y con los principios establecidos. Tiene como fin señalar las debilidades y errores a fin de rectificarlos e impedir que se produzcan nuevamente.
- Robert B. Buchele: El proceso de medir los actuales resultados en relación con los planes, diagnosticando la razón de las desviaciones y tomando las medidas correctivas necesarias.
- George R. Terry: El proceso para determinar lo que se está llevando a cabo, valorización y, si es necesario, aplicando medidas correctivas, de manera que la ejecución se desarrolle de acuerdo con lo planeado.
- Buró K. Scanlan: El control tiene como objetivo cerciorarse de que los hechos vayan de acuerdo con los planes establecidos.

- Robert C. Appleby: La medición y corrección de las realizaciones de los subordinados con el fin de asegurar que tanto los objetivos de la empresa como los planes para alcanzarlos se cumplan económica y eficazmente.
- Robert Eckles, Ronald Carmichael y Bernard Sarchet: Es la regulación de las actividades, de conformidad con un plan creado para alcanzar ciertos objetivos.
- Harold Koontz y Ciril O'Donell: Implica la medición de lo logrado en relación con lo estándar y la corrección de las desviaciones, para asegurar la obtención de los objetivos de acuerdo con el plan.
- Chiavenato: El control es una función administrativa: es la fase del proceso administrativo que mide y evalúa el desempeño y toma la acción correctiva cuando se necesita. De este modo, el control es un proceso esencialmente regulador.¹

1.7 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Cómo enriquecer como Corporación Universtaria a los profesionales frente a las competencias laborales necesarias en Colombia frente a la perspectiva actual de globalización en el ámbito empresarial?

La Corporación Universitaria Minuto de Dios, en medio de un entorno nacional e internacional cambiante con la posible apertura de tratados como el TLC y en donde Colombia está incrementando rápidamente su participación y crecimiento en el ámbito internacional plasmándose ello en hechos como la apertura de nuevas zonas francas “El país cerró el período con nueve entidades nuevas, las cuales llevan implícitas inversiones por \$605.000 millones y la creación de 9.621 empleos

¹ El Centro de Tesis. Documentos, Publicaciones y Recursos Educativos más amplios de la Red. (1997). Control. (Homepage). Consultado en la Web World Wide.

<http://www.monografias.com/trabajos14/control/control.shtml>.

directos, 13.639 indirectos y 8.618 empleos no especificados”.* y especialización de los puertos; espacios que exigen profesionales preparados y conocedores de los diferentes procesos implícitos en el movimiento de mercancías país a país, y con miras a mantener y ampliar sus programas de educación continuada, necesita identificar su mercado objetivo para la enseñanza del Diplomado de NEGOCIOS INTERNACIONALES desarrollando un programa en el cual los profesionales que están a punto de salir de pregrado y a los profesionales que ya están graduados puedan desempeñarse de manera sobresaliente en el ámbito del comercio exterior y negocios internacionales. ² Esta descripción del perfil para el cual se desarrolla el diplomado no excluye agentes externos que quieran participar y consideren que la opción del diplomado que se ofrecerá es pertinente para su formación y desempeño profesional.

1.8 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

- ¿Cómo establecer los parámetros para desarrollar un Plan Curricular del Programa de Diplomado para Negocios Internacionales?
- ¿Cómo desarrollar un contenido temático bien definido y de interés para el mercado objetivo?
- ¿Cómo y dónde encontrar el cuerpo docente idóneo para dictar cada uno de los módulos para el Diplomado?
- ¿Qué programas ofrecen las demás universidades en el ámbito de los Negocios Internacionales y cuáles son sus características?
- ¿Qué imagen se debe crear para el diplomado?
- ¿Cómo formar un programa competitivo y enriquecedor?
- ¿Cómo generar valor agregado frente a programas de Diplomado ya existentes?

² WEB PICKING, “Nueve zonas francas más están operando en Colombia”
<http://www.webpicking.com/ps/news.php?=7642>

Con lo anterior descrito es importante para Uniminuto tener una información clara y basada en los estudios de mercado para poder tomar la decisión de montar un Diplomado en NEGOCIOS INTERNACIONALES y así poder ofrecer alternativas a sus estudiantes y a la comunidad para competir en el mundo real.

Uniminuto tiene un potencial que está en continuo crecimiento para ofrecer nuevos programas de educación continuada, de esta manera sirve a las personas egresadas de las carreras afines a los negocios internacionales, a las personas emprendedoras que están creando empresas y a los empresarios que quieren abrir su mercado ante un mundo de negociaciones internacionales con conceptos de alta formación académica, procesos administrativos y desarrollo del programa con servicio social sin perder de vista su ideología praxeológica, es decir, que permite el conocimiento desde una perspectiva global, que busca un análisis sistémico del orden social y una transformación de sus conocimientos, actitudes y comportamientos. Es decir de práctica pura en gestión frente al mercado global.

1.9 DELIMITACIÓN

Este estudio se hace en Bogotá, en universidades con programas relacionados con negocios internacionales y consultando con algunos empresarios del gremio; centrándonos en el mercado potencial de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

1.10 ANTECEDENTES Y CONTEXTO

La educación continuada ofrece conocimiento, herramientas y metodologías de programas para la actualización de egresados y empresarios que se ven enfrentados ante los cambios que se presentan a diario en un mundo competitivo actual, la oferta por parte de las universidades de diversos esquemas para la capacitación y actualización de conceptos con los cuales pueden adquirir nuevas habilidades que permita un mejor desempeño en el mundo laboral.

Según la ley 115 de 1994 sobre la educación continuada dice que “es un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes”.

Como también la ley 30 de 1992 que habla sobre la Educación Superior : “Es un proceso permanente que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral, se realiza con posterioridad a la educación media o secundaria y tiene por objeto el pleno desarrollo de los alumnos y su formación académica o profesional.

La presente Ley señala las normas generales para regular el Servicio Público de la Educación que cumple una función social acorde con las necesidades e intereses de las personas, de la familia y de la sociedad. Se fundamenta en los principios de la Constitución Política sobre el derecho a la educación (artículo 7) que tiene toda persona, en las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra y en su carácter de servicio público.³

Características de la Educación Continuada en Diplomados de Negocios Internacionales.

Aprendizaje sobre términos de negocios Internacionales

Uso creativo y dinámico de la información recibida en cada módulo creado en los programas de diplomados para realizar innovación de productos, ventas y comercialización.

Los procesos tanto de importaciones como exportaciones, brindar conocimientos para poder tener una visión integral sobre este entorno.

³ Normas Generales para regular el Servicio Público de la educación
<http://menweb.mineducacion.gov.hormas/concordadas/decreto115> (consulta:Ley 115 de 1994).

Se proporcionan herramientas para optimizar la toma de decisiones financieras mediante módulos creados para tener conocimientos sobre divisas, operaciones de moneda extranjera, cobertura de riesgo, fuentes de financiamiento internacional y prevenir efectos de globalización.

Descubrir y comprender nuevas formas de hacer negocios a través de e-commerce, y e-business para permitir de igual manera una buena estrategia de mercadeo.

En Educación Continuada la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO ofrece:

- Una apertura hacia la comunidad, mediante el estudio y análisis de su historia, de sus cambios, problemas, intereses y características.
- La flexibilidad conceptual, metodológica y administrativa.
- La articulación de la teoría y de la práctica, al encontrar en la realidad la confrontación permanente con la realidad.
- La formación de la autodirección de los alumnos que les permite identificar sus posibilidades y limitaciones.
- La participación en la relación pedagógica, en la generación de esquemas interpretativos, de recursos metodológicos y de decisiones curriculares.
- La Corporación Universitaria Minuto de Dios, estimulará la investigación científica, mediante la Extensión Universitaria y la educación continuada fomentará en las personas y comunidades la conciencia y la dignidad del

ser humano, de sus derechos, de la realidad social, política y económica en que viven y de la participación y solidaridad. ⁴

1.11 ALCANCE

Diseñar el Diplomado en NEGOCIOS INTERNACIONALES dentro del programa de educación continuada, realizar estrategias de mercados para analizar la competencia, las necesidades del mercado, las variables de interés, diseño de la imagen del diplomado y búsqueda de perfiles docentes para los diferentes módulos.

⁴ Uniminuto Corporación Universitaria Minuto de Dios. Programas Educación Continuada.
World Wide Web:<http://uniminuto.edu>.

2. OBJETIVOS

2.1 GENERAL

Generar una propuesta de diplomado en Negocios internacionales con un contenido temático competitivo y valores agregados fuertes frente a la competencia sostenido en un plan Curricular del Programa de Diplomado que estructure y defina los distintos componentes del mismo (imagen, perfil docente, cuerpo docente y plan de mercadeo).

2.2 ESPECÍFICOS:

- Desarrollar el Plan Curricular del Programa de Diplomado.
- Formular un contenido temático competitivo e interesante.
- Efectuar un estudio de los programas afines al tema de negocios internacionales en las demás instituciones educativas en las principales ciudades del País.
- Realizar el estudio de mercados para el diplomado.
- Buscar, seleccionar y organizar el equipo docente para el diplomado.
- Diseño de imagen de Diplomado: Volante, afiche, folleto, etc.
- Generar variables que le den valor agregado al diplomado frente a los programas de la competencia.

3. JUSTIFICACIÓN

Los profesionales de Pregrados en las carreras administrativas y afines deben ser muy fuertes en temas de Comercio y Negocios Internacionales para poder enfrentarse a un mundo globalizado, con un nuevo orden económico y social en el que prima la aplicación de los procesos de mercadeo Internacionales para poder comercializar con Países Extranjeros. Este Diplomado les permitirá a los profesionales y a los empresarios formar su plan de negocio internacional que les permite ser competitivos, además de comprender las diferentes terminologías manejadas, los tipos de entidades implícitas en cada proceso y sus diferentes roles, así como una visión del marco legal de los negocios internacionales, términos de negociación, comercio exterior, tratados internacionales, y abrir posibilidades para la creación de empresas con miras a manejar su mercado con clientes y proveedores internacionales.

En referencia a la Justificación del programa de Diplomado en Negocios Internacionales se parte del concepto y la necesidad de los profesionales en adquirir fortalezas en el tema, situación confirmada con el estudio de mercados. Después de aplicar las encuestas a algunos estudiantes de la facultad de Ciencias Empresariales y empresarios del sector, los resultados arrojaron respuestas del gran interés que manifiestan por este campo argumentando su posición para reconocer el mercado internacional, adquirir conocimientos de hechos de actualidad, ampliación de visión de otras culturas, economías, y posibilidades de negociación. De la misma manera muestran su interés en cuanto al aprendizaje en temas de procesos de importación, exportación, régimen aduanero así como su deseo de laborar en compañías exportadoras, importadoras y SIAs.

Como ente de formación, Uniminuto brindará mayor valor agregado a toda la comunidad al generar espacios de crecimiento en ámbitos de actualidad como este continuando así con su misión de aporte al crecimiento de la sociedad.

3.1 BENEFICIOS DE UN ESTUDIO DE MERCADO

La función del estudio de mercados es una guía para llegar al mercado potencial.

Orientar a Uniminuto, efectivamente, hacia el mercado; conocer las necesidades y expectativas de sus clientes, e implementar estrategias relacionadas con el producto ofrecido en este caso el diplomado en NEGOCIOS INTERNACIONALES, fija precios, horarios, programa y demás variables que enriquecerán el logro final y su evolución futura.

Las necesidades de entregar un producto/servicio, elaborado en función de satisfacer las expectativas de los consumidores, en un entorno dinámico y cambiante, exige la incorporación e implementación de herramientas de gestión, como es el Marketing Estratégico.

Michael Porter en su libro “Estrategias Competitivas” describió la estrategia competitiva, como las acciones ofensivas o defensivas de una empresa para crear una posición defendible dentro de una industria, acciones que eran la respuesta a las cinco fuerzas competitivas que el autor indicó como determinantes de la naturaleza y el grado de competencia que rodeaba a una empresa y que como resultado, buscaba obtener un importante rendimiento sobre la inversión.

La información obtenida a través de un estudio de mercado suele ser confiable y debe ser utilizada como guía para el desarrollo de las estrategias empresariales.⁵

⁵ PORTER Michael, Estrategia Competitiva (1982)
<http://ricoveri.ve.tripod.com/ricoverimarketing2/id24.htn>.

4. MARCO JURIDICO LEGAL

La educación continuada está regulada bajo la Ley 30 de 1992, ley 115 de 1994 y los Decretos 114 de 1996 y 3011 de 1997. Las universidades e instituciones que están dedicadas a la educación mediante ofertas de educación no formal o continuada como son seminarios y diplomados que desarrollan habilidades en los estudiantes y capacitan a los mismos para realizar la actividad y adquirir destrezas de acuerdo al diplomado que esté tomando. A continuación se presenta una breve descripción de las normas directamente relacionadas con el tema de Educación continuada que dan el aval para la elaboración y comercialización del diplomado.

4.1 LEY 30 DE 1992

Con la promulgación de la Ley 30 de 1992 la Educación Superior en Colombia tomo un rumbo diferente al que hasta ese momento llevaba. El concepto de calidad y el de vigilancia se hacen presentes en este contexto. Seguido de esto aparece (aunque desde mucho antes a nivel mundial, 1965, se estaba hablando de ello) el concepto de “competencias” como un fin y una medida de la calidad y organización académica de la educación. Sin embargo, el término de “competencias” tiene dos claras y diferentes interpretaciones: el de capacitar para el desempeño de una ocupación (competencias laborales, saber-hacer en contexto) y el formar integralmente seres con compromiso social, propiciadores de transformaciones sociales, científicas y culturales en un entorno definido.

En resumen ¿estamos ante un mundo de Globalización o mundialización? La globalización es un concepto que intenta definir la realidad de nuestro planeta como un todo que está relacionado y que se va pareciendo más y más a una sola sociedad.

Y la Mundialización es la progresiva integración de las sociedades y de las economías nacionales en diferentes partes del mundo, está impulsada por la interacción de los avances tecnológicos, las reformas en el comercio y la política de inversiones, y las cambiantes estrategias de producción, organización y comercialización de las empresas multinacionales.⁶

4.2 LEY 115 DE 1994

La denominación de Educación no formal fue reemplazada por: Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano, por el art. 1 de la Ley 1064 de 2006.

Artículo 1º.- El servicio educativo no formal es el conjunto de acciones educativas que se estructuran sin sujeción al sistema de niveles y grados establecidos en el artículo 11 de la Ley 115 de 1994. Su objeto es el de complementar, actualizar, suplir conocimientos, formar en aspectos académicos o laborales y en general, capacitar para el desempeño artesanal, artístico, recreacional, ocupacional y técnico, para la protección y aprovechamiento de los recursos naturales y la participación ciudadana y comunitaria, a las personas que lo deseen o lo requieran.

La educación no formal hace parte del servicio público educativo y responde a los fines de la educación señalados en el artículo 5 de la Ley 115 de 1994.⁷

4.3 DECRETO 114 del 15 DE ENERO DE 1996

El servicio educativo no formal es el conjunto de acciones educativas que se estructuran sin sujeción al sistema de niveles y grados establecidos en el artículo 11º de la Ley 115 de 1994. Su objeto es el de complementar, actualizar, suplir

⁶ Senado de la República de Colombia/ Información Legislativa (1992, Diciembre 28) Ley 30 de 1992. (Online). www.secretariasenado.gov.co

⁷ Régimen Legal de Bogotá, D.C. (1994, Febrero 8). Ley 115 de 1994. www.alcadiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp/fichadocumento.

conocimientos, formas en aspectos académicos o laborales y en general, capacitar para el desempeño artesanal, artístico, recreacional, ocupacional y técnico, para la protección y aprovechamiento de los recursos naturales y de la participación ciudadana y comunitaria, a las personas que lo deseen o lo requieran.

La educación no formal hace parte del servicio público educativo y responde a los fines de la educación señalados en el artículo 5º de la Ley 115 de 1994.⁸

4.4 LEY 1064 DE 2006

Para todos los efectos, la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano hace parte integral del servicio público educativo y no podrá ser discriminada.

El proceso de certificación de calidades de las Instituciones y programas de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano queda comprendido en lo establecido actualmente dentro del Sistema Nacional de Formación para el Trabajo.

El Gobierno Nacional reglamentará los requisitos y procedimientos que deberán cumplir las Instituciones y programas de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano con el fin de obtener la Acreditación.

Los programas de educación no formal que al momento de entrar en vigencia la presente ley se hallen reconocidos por las autoridades de educación departamentales, se les aplicarán los beneficios que ella establece, mientras el

⁸ Régimen Legal de Bogotá, D.C. (1996, Enero 15). Decreto 114 de 1996.
www.alcadiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp=1319.

Gobierno expide la reglamentación sobre acreditación de programas de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano de que trata este artículo.⁹

4.5 DECRETO No. 2888 DE 31 DE JULIO 2007

Decretan requisitos básicos para instituciones y programas de formación para el trabajo y el desarrollo humano (no formal)

Con la expedición del Decreto 2888, las instituciones que ofrezcan programas para la formación para el trabajo y el desarrollo humano (no formal) deben tener, entre otros, plan de estudios, auto-evaluación institucional y los recursos financieros y de infraestructura adecuados.

Los registros de los programas, que otorga la secretaría de educación del ente territorial respectivo, tendrán vigencia de 5 años.

En los próximos 18 meses estas instituciones deberán solicitar la renovación del registro de los programas que ofrecen actualmente.

El decreto permite que estos programas se articulen con la educación media y la superior.

Las instituciones que ofrezcan el servicio educativo para el trabajo y el desarrollo humano (antes conocido como no formal) tendrán que cumplir nuevos requisitos para su funcionamiento, según lo ordena el decreto 2888 del 31 de julio de 2007, expedido por el Gobierno Nacional.

⁹ Uribe Vélez Álvaro, Botero Álvarez Javier. (2006, Julio 26) Ley 1064 de 2006. <http://www.secretariassenado.gov.co/leyes>.

Además de la licencia de funcionamiento, estas instituciones deberán tener, para cada uno de los programas que ofrece, un registro que es otorgado por la secretaría respectiva y que tendrá vigencia para 5 años.¹⁰

¹⁰ Uribe Vélez Álvaro, Vélez White Cecilia María. (2007, Julio 31) Decreto 2888 de 2007.
<http://www.mineduccion.gov.co>

5. MARCO TEORICO

CONCEPTO DE DIPLOMADO

Según la Pontificia Universidad Javeriana “Son programas modulares, con una duración superior a 100 horas, lo cual permite al participante una mayor profundización en cada uno de los temas”.

5.1 CARACTERISTICA DEL DIPLOMADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Descubre y comprende nuevas formas de hacer negocios a nivel mundial a través de Internet, mediante el desarrollo de los conceptos de e-Business y e-Commerce, para permitir de igual manera, la elaboración de una estrategia de marketing internacional efectiva.

El concepto de e-business incluye una gran cantidad de actividades empresariales en Internet como comercio electrónico, soporte técnico, educación, transacciones bancarias, comunicación con empleados, clientes y proveedores, etc.

El concepto de e-commerce. Se refiere al conjunto de actividades alrededor de la comercialización de un producto o servicio en Internet.

El concepto de comercio electrónico incluye la promoción, compra, venta y entrega de productos utilizando Internet. Para hacer comercio electrónico es necesaria la implementación de un sitio web con catálogos electrónicos, carritos de compra, sistemas electrónicos de pago, métodos de seguridad electrónica entre otras funcionalidades avanzadas.¹¹

¹¹ Conceptos de E-business y E-commerce
http://www.grupoe.com/web/edu_conceptos_basicos_ebusiness.asp

Identifica el tratamiento tributario aplicable a las operaciones internacionales y da a conocer los distintos aspectos de la contratación internacional, así como los métodos para la solución de controversias.¹²

5.2 ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE HACER UN DIPLOMADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES?

Según Proexport, "ingresaron 105 firmas calificadas (el doble del 2006) y las instaladas aportaron 1.000 millones de dólares, 378 por ciento más que el año antepasado".

"También se destacó dentro de la inversión extranjera la compra de Rubiales Holding por parte de inversionistas canadienses y la de de Cablecentro y Satelcaribe por la mexicana Télmex."

"La Balanza de Pagos también indica que las inversiones directas colombianas en el exterior totalizaron 373 millones, cifra inferior 728 millones al 2006."

"La revaluación y las bajas tasas en dólares impulsaron el endeudamiento externo neto del sector privado, que contrató nueva deuda por 2.618 millones de dólares y compró activos externos por 2.570 millones."

Por ejemplo, el principal receptor de recursos foráneos fue el petrolero, con 3.429 millones de dólares, destacándose el aporte que hizo el grupo suizo Glencore a la constitución de la nueva empresa Refinería de Cartagena S.A. para la ampliación y modernización.

¹² Negociemos en Colombia. (Homepage). Consultado en la World Wide Web: <http://businesscol.com/comex/exportins.htm>

Fuente: Inversión extranjera en Colombia batió récord y se ubicó en 9.028 millones de dólares.¹³

Lo anterior muestra como la economía mundial, los avances tecnológicos y los nuevos esquemas de la sociedad han demandado de las organizaciones un proceso cada vez más acelerado de transformación, de competencia, de visión global, de fortalecimiento y de las capacidades humanas, y por ello la importancia de un diplomado les proporciona a los empresarios un plan de comunicación empresarial y gestión administrativa; no importa el tamaño de la empresa ni la localización geográfica, el éxito de hoy está basado en la maximización de aprendizaje, habilidad comunicativa, y entendimiento de diversidad cultural, lo cual lo proporciona el Diplomado.

¹³ Inversión extranjera en Colombia.

<http://www.proexport.com.co/vbecontent/NewsDetail.asp?ID=9288&IDCompany=2>

6. METODOLOGÍA

6.1 CONTENIDO

El contenido de la Propuesta del Diplomado en Negocios Internacionales, planteo un estudio basado en la competencia existente tanto en Bogotá como fuera de Bogotá teniendo en cuenta ciudades como Barranquilla, Medellín, etc. (Coloca el resto de ciudades) donde están ubicados los puertos y zonas francas principales de Colombia.

La razón de este hecho fue el deseo de cumplir parte de los objetivos propuesto en este proyecto y cuyo propósito fue establecer parámetros a seguir para contribuir al diseño, desarrollo y puesta en marcha el Diplomado de Negocios Internacionales dentro de las opciones de educación continuada en la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Los lineamientos generales en cuanto a la definición metodológica de la estructuración del diplomado se plantearan a través de diferentes aspectos de fondo y de forma a lo largo de la presentación de este proyecto.

6.2 DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA:

Por una parte, al tratarse del diseño de un Diplomado de Negocios Internacionales dentro de la Facultad de Ciencias Empresariales y según los objetivos propuestos y el trabajo de análisis de mercados ante la competencia, se estableció un estudio cuantitativo que se desarrolló bajo la recopilación de información de universidades en Bogotá que dictan Diplomados en Comercio Exterior y Aduana – Régimen Laboral, en Negocios Internacionales, en Gerencia de Negocios Internacionales, a través de esta búsqueda de información y análisis de la misma

se puede deducir que la Corporación Universitaria Uniminuto tiene competencia pero no demasiada y que está en el camino para poder ofrecer a los estudiantes, empresarios y funcionarios de empresas dedicadas a negocios internacionales con una alta calidad y dentro de un marco académico bien estructurado.

La ejecución de este proyecto permitió establecer tres grandes momentos separados en cuanto a tiempo pero que permitieron un acercamiento a la realidad en cuanto a ofrecimiento de Diplomados y al mundo globalizado que los empresarios colombianos deben enfrentar como lo podemos ver en el cronograma que se realizó y consta de tres momentos:

- Estudio de Mercados
- Realización del Programa Curricular PCP
- Montaje y Desarrollo de la Campaña Publicitaria

Se realizó una Investigación de Mercados de acuerdo a la competencia dentro de las Universidades de Bogotá como lo son:

- Universidad de la Salle posee un programa de Diplomado en Gerencia Financiera y Negocios Internacionales.
- Universidad de la Sabana y Legiscomex posee un programa en Diplomado de Comercio Exterior, Aduanas – Régimen Legal.
- Universidad Tadeo Lozano posee un programa de Financiación de Proyectos y Cooperación Internacional.
- Universidad Javeriana posee un programa en Comercio y Negocios Internacionales.
- Universidad Inca de Colombia tiene un programa de Diplomado en Comercio Exterior.
- Universidad Militar Nueva Granada tiene un programa de Diplomado en Comercio Internacional.

- Universidad Fundación San Martín tiene un programa de Diplomado en Negocios Internacionales.
- Incolda que dicta un programa de Diplomado en Comercio Internacional

De estas Universidades la competencia por precio y por nombre van desde la Universidad Javeriana, la Universidad Sabana y Legiscomex que es un una competencia fuerte por el apoyo que le da Legiscomex hasta llegar a la Universidad Militar Nueva Granada que es más por nombre de la misma Universidad que por programa, permite deducir que la Corporación Uniminuto de Dios tiene una alta oportunidad en el mercado por el tema abordado, así como también por el poder ofrecer una opción más para los estudiantes frente a los pocos diplomados ofrecidos por la Corporación.

Las tres etapas manejadas en el proceso permitieron tener un proceso de formación se comenzó por establecer la necesidad de búsqueda de información de la competencia elaborando un plan de búsqueda por internet que arrojó datos valiosos tales como programas y currículos afines así como todas las demás características de los programas de las diferentes universidades; luego de recopilar y analizar dicha información se comenzó a diseñar basados en ella la propuesta de programa inicial junto con las métricas básicas guiado siempre inicialmente por los parámetros de la competencia; sin embargo, al aplicar el Focus Group y las encuestas todo lo propuesto fue modificado para ajustarse a las necesidades encontradas en el mercado bajo este modelo de investigación, el proceso de modificación del programa se extendió puesto que era guiado también por profesionales que ejercen en el campo y sus aportes generaban siempre inquietudes y posteriores modificaciones.

Una vez culminado el diseño del diplomado se plantearon estrategias de marketing fundamentadas en el posicionamiento de marca e imagen. Para ello se utilizó la metodología de Philip Kotler.

Una vez concluido el proceso de diseño del programa, se comenzó simultáneamente a trabajar en el desarrollo del PCP que lo soportaría y en la complementación del estudio de mercados y de diseño de imagen del diplomado y estrategias a aplicar, este proceso también fue extenso puesto que fue expuesto a análisis y aprobación continua del director de tesis y del Vicerrector Académico de Uniminuto, una vez aprobado, y finalizado el proceso de recopilación y análisis de información de mercado el siguiente proceso fue centrarse en el diseño del mismo.

Simultáneamente con el diseño se efectuó también la recopilación de hojas de vida y selección de docentes por módulo así como la forma y tipo de actividades adicionales a desarrollar.

En el diseño se creó la imagen del diplomado, afiche, volante, formato de información para envío vía e mail; y además, como estrategia publicitaria, se desarrolló un Seminario en Comercio Exterior con el apoyo de BBVA y luego un segundo seminario; en ambos casos, se brindó a los asistentes información sobre el Diplomado y sus contenidos, esto con el fin de generar reconocimiento en la comunidad relacionado con el tema de negocios internacionales.

6.3 HERRAMIENTA:

Se utilizó la herramienta de la Entrevista personal (cualitativa) y de la encuesta (cuantitativa), con el fin de generar sinergia entre el contacto directo con los estudiantes, los empresarios y la información que tenemos de la competencia; esto permitirá tener una visión más real y global de las opiniones y al igual que una información más confiable para el estudio que permita el desarrollo adecuado del resto de temas en este proyecto.

Resultados:

Mediante la aplicación de un Focus Group y de Encuestas por perfiles e interesados se llegó a establecer varias directrices del diplomado tales como tarifas a manejar, horarios, temas de interés en el mercado actual etc. También se tuvo en cuenta para ello información recopilada sobre programas afines en las universidades de Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Buenaventura y Cartagena.

6.4 ACTAS DE GESTION

Al realizar un análisis del proceso que se llevó a cabo para realizar el Diplomado, se tomaron como referencia las actas de reunión que plasman la evolución del proceso y que se encuentran como documentos adjuntos.

6.5. ORIENTACION DE LA HERRAMIENTA

Para obtener la información se realizaron dos tipos de encuestas:

1. Para Estudiantes: Investiga si les gustaría tomar el diplomado en NEGOCIOS INTERNACIONALES y el mercado potencial. (Anexo modelo e encuesta).
2. Para Empresarios: Investigar que características les gustaría que tuviese el diplomado ante la competencia del mundo laboral actual.

* (Anexos dos modelos de encuestas)

6.6 VARIABLES DE ORGANIZACION

Para realizar este trabajo se seleccionaron variables de categorización, a saber: estudiantes de noveno y décimo de la carrera Administración de Empresas, estudiantes de quinto y sexto semestre de carreras tecnológicas afines que podrían estar interesados en tomar el diplomado de NEGOCIOS INTERNACIONALES, y por otro lado se realizaron entrevistas a empresarios de firmas que ya están laborando e incursionando en el mundo internacional de los negocios.

La muestra para la realización de la encuesta es de 39 estudiantes y 14 empresarios de la ciudad de Bogotá.

6.7 CUESTIONARIOS

El cuestionario utilizado para los estudiantes está compuesto por 20 preguntas y el cuestionario utilizado para los empresarios consta de 13 preguntas entre las cuales están preguntas abiertas, cerradas, de selección múltiple y de clasificación.

- (Anexamos dos modelos de cuestionarios).

Al obtener los resultados de la encuesta, procedimos a seleccionar la información, digitar y tabularla representándola en tablas con comentarios a cada respuesta para poder realizar el respectivo análisis de la información obtenida de las mismas.

6.8 CONCEPTO GENERAL

ENCUESTA:

Técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

Ventajas:

- Técnica más utilizada y que permite obtener información de casi cualquier tipo de población.

- Permite obtener información sobre hechos pasados de los encuestados.
- Gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.
- Relativamente barata para la información que se obtiene con ello.

Inconvenientes:

- No permite analizar con profundidad temas complejos (recorrir a grupos de discusión).

7. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

7.1 TABULACION ENCUESTA A ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE ULTIMOS SEMESTRES.



Tabla 1: Ficha Técnica para Estudiantes

FICHA TECNICA PARA ESTUDIANTES	
Población Encuestada	Estudiantes últimos Semestres
Programas	Administración de Empresas y Costos y Auditoria
Jornada	Nocturno
Tamaño de la Muestra	39
Método	Aleatorio
Nivel de Confianza	95%
Margen de Error	5%

De las encuestas de estudiantes pudimos deducir que:

La mayoría de estudiantes encuestados labora en entidades que tienen relación con el campo del comercio exterior de alguna forma, ya sea como importadores o exportadores o formando parte de la cadena logística; sin embargo, los cargos ocupados por dichas personas son comerciales o de asistencia en funciones de tipo administrativo u operativo, por ello, participar de un programa como este les permitiría incrementar sus posibilidades de crecimiento dentro de sus mismas empresas o en estructurar su propio Plan de Negocio.

La totalidad de los estudiantes encuestados manifestó interés por el campo del comercio exterior argumentando su posición como una buena oportunidad para

reconocer el mercado internacional, adquirir conocimientos de hechos de actualidad como el TLC, ampliación de visión de otras culturas y economías, oportunidad de reconocimiento y participación del mercado internacional, posibilidades de negociación. Estos argumentos dados, muestran claramente que a los futuros profesionales les interesa crecer en cuanto a su visión de mercados al explorar nuevos negocios y así crecer a nivel personal y aportar al crecimiento de nuestra economía interna.

1. ¿A qué programa pertenece?

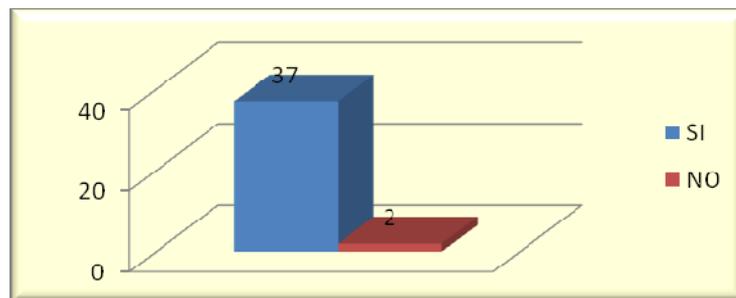
La encuesta fue aplicada a estudiantes de Administración de Empresas y Costos y Auditoría, la mayoría manifestaron interés en adquirir conocimientos un poco más a fondo frente al campo de negocios Internacionales.

2. ¿En qué institución?

Todos los encuestados forman parte de Uniminuto.

3. ¿Trabaja? ¿Donde y en qué cargo?

Gráfico 1. Enc. A Estudiantes - Cantidad de encuestados que trabajan y que no.



Fuente: Elaboración propia

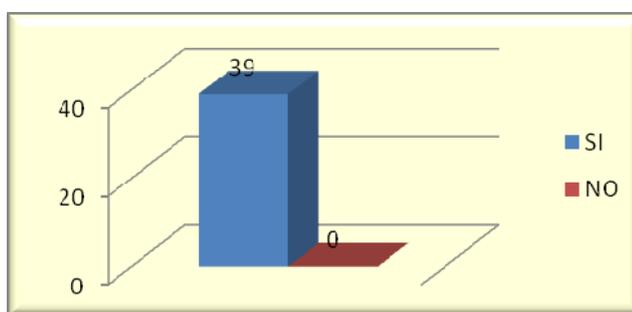
La mayoría de los estudiantes encuestados labora en entidades que tienen relación con el campo del comercio exterior de alguna forma, ya sea como importadores o exportadores o formando parte de la cadena logística; sin embargo, los cargos ocupados por dichas personas son comerciales o de montepío en funciones de tipo administrativo u operativo, por ello, participar de un programa como este les permitiría incrementar sus posibilidades de crecimiento dentro de sus mismas empresas o en estructurar su propio Plan de Negocio.

4. ¿Cuál es su proyección laboral de 5 a 10 años?

Las respuestas dadas a esta pregunta nos muestran que la mayoría de los encuestados planean crear su propia empresa cubriendo diversos tipos de mercados, lo cual nos refleja que el enfoque en la formación de Plan de Negocio planteado como eje del Diplomado es plenamente asertivo puesto que les brindará herramientas suficientes para formar empresas participantes de los Negocios Internacionales, así como a personas con amplio interés por adquirir estabilidad y evolución laboral, incremento de ingresos, ingreso a Multinacionales y a Compañías en el Exterior, herramientas suficientes para generar un camino adecuado al logro de dichas metas.

5. ¿Le parece interesante el campo de Negocios Internacionales?

Gráfico 2. Enc. A Estudiantes - Es interesante el campo de los Negocios Internacionales.

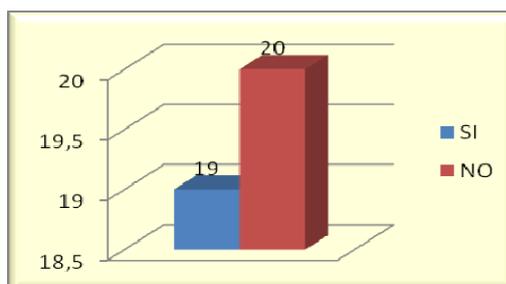


Fuente: Elaboración propia

La totalidad de los encuestados manifestó interés por el campo del comercio exterior argumentando su posición como una buena oportunidad para reconocer el mercado internacional, adquirir conocimientos de hechos de actualidad como el TLC, ampliación de visión de otras culturas y economías, oportunidad de reconocimiento y participación del mercado internacional, posibilidades de negociación.

6 ¿Posee conocimientos en Negocios Internacionales?

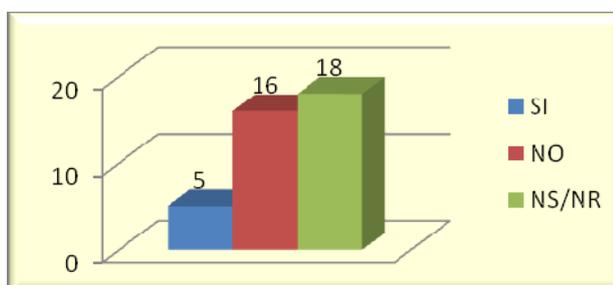
Gráfico 3. Enc. A Estudiantes - Poseen conocimientos en Negocios Internacionales.



Fuente: Elaboración propia

7-¿Los conocimientos que usted posee en Negocios Internacionales son suficientes para el ramo en el cual quiere ejercer?

Gráfico 4. Enc. A Estudiantes - Los conocimientos que tiene son suficientes.

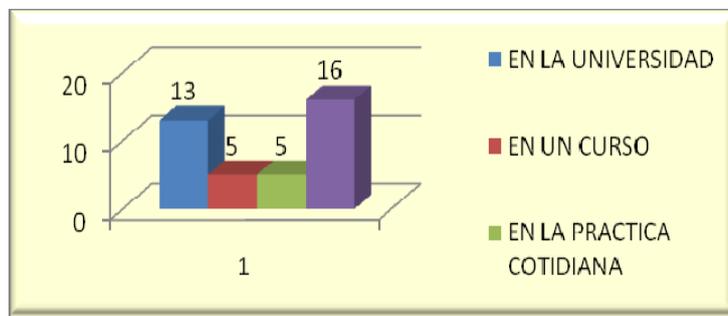


Fuente: Elaboración propia

El 41% de los encuestados manifestó muchas limitaciones en sus conocimientos en Negocios Internacionales ya que son resultado de aprendizaje académico básico y de experiencia, pero también aclaran su interés por incrementar los conocimientos que tienen actualmente. El 46% no dio respuesta sobre el tema y el excedente el 54% aseguró bases sólidas gracias a estudios profesionales en el tema y años de experiencia laboral.

8. ¿Cómo adquirió los conocimientos que posee en Negocios Internacionales?

Gráfico 5. Enc. A Estudiantes - Origen de sus conocimientos en Negocios Internacionales.

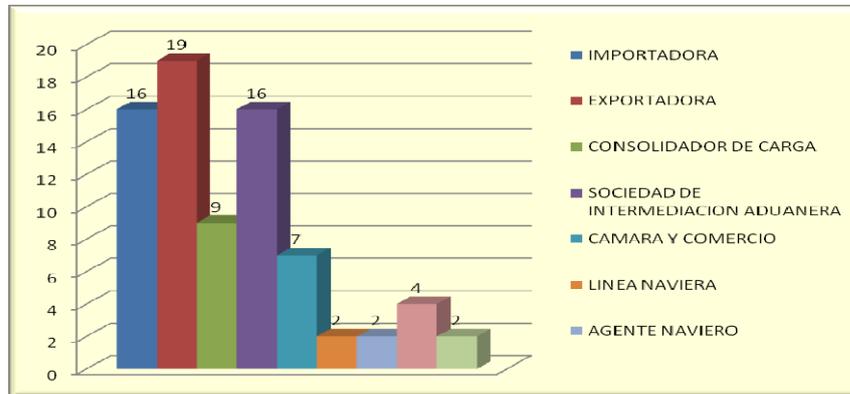


Fuente: Elaboración propia

El 33% de los encuestados manifestó haber adquirido sus conocimientos en la Universidad, el excedente en igual porcentaje (5%) en cursos y mediante la práctica cotidiana.

9. Le gustaría laborar en compañías que pertenezcan a alguno de los siguientes sectores o se dediquen a alguna de las siguientes actividades:

Gráfico 6. Enc. A Estudiantes - Interés por trabajar en compañías del ramo de los Negocios Internacionales.

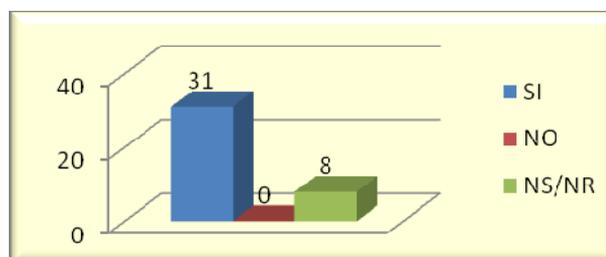


Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta tenía opción de múltiple respuesta, bajo este parámetro, el 49% de los encuestados manifestó que le gustaría laborar en compañías exportadoras, el 41% en SIAS e igual porcentaje en importadoras, en menor porcentaje también se manifestó interés por los demás tipos de empresas planteados, sin embargo, lo más significativo es que el interés central nos muestra que el interés general está dado hacia la expansión de mercados.

10. ¿Estaría usted interesado en recibir formación en temas de Negocios Internacionales?

Gráfico 7. Enc. A Estudiantes - Interés por recibir información sobre Negocios Internacionales.

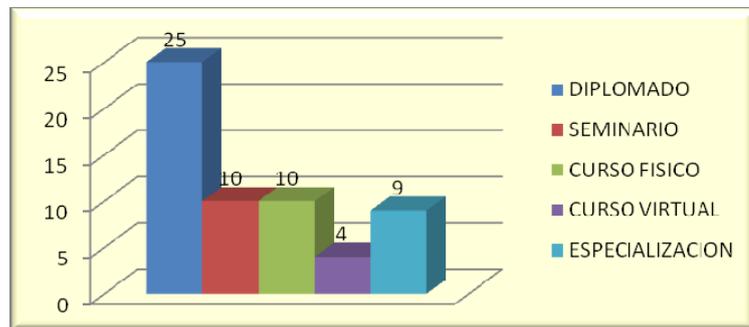


Fuente: Elaboración propia

El 79% de los encuestados manifestó interés en recibir formación en Negocios Internacionales argumentando que esto abre una amplia gama de posibilidades de gestión, y además, un conocimiento mas profundo del entorno internacional y las formas de movimiento comercial en este.

11. ¿Qué tipo de formación desearía recibir?

Gráfico 8. Enc. A Estudiantes - Tipo de formación preferida.

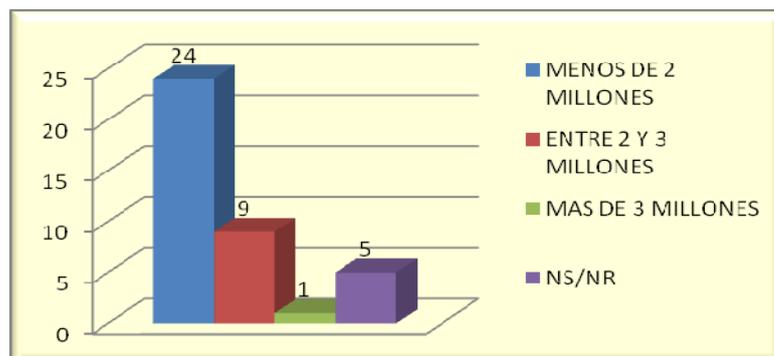


Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta les brinda opción múltiple, bajo estos parámetros, el 64% manifestó estar interesado en cursar un diplomado, en igual porcentaje (26%) interés en Seminarios y Curso Físico, el excedente en cursos virtuales y Especialización.

12. ¿Cuánto invertiría en ello?

Gráfico 9. Enc. A Estudiantes - Nivel de inversión que haría.

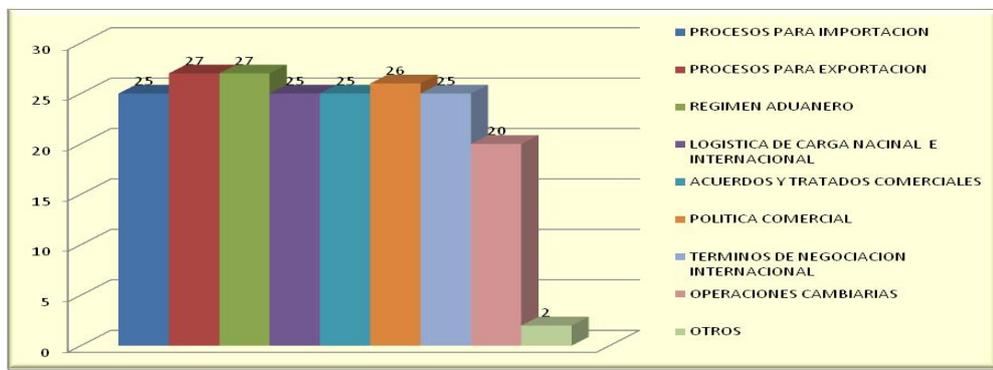


Fuente: Elaboración propia

El 62% de los encuestados manifestó que invertiría menos de 2 millones en formación en Negocios Internacionales lo cual nos indica que el valor planteado para el Diplomado es bastante competitivo.

13. ¿Qué temas le gustaría que abarcara el curso? (puede elegir varios temas si lo desea)

Gráfico 10. Enc. A Estudiantes - Temas de interés para el Diplomado.

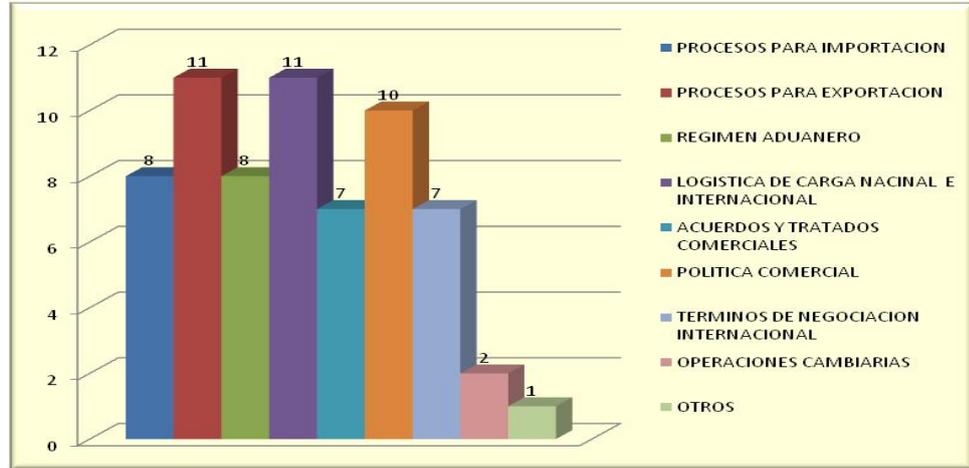


Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta es de múltiple opción, en ella se muestra el interés central por un respectivo 27% en temas de procesos de exportación y régimen aduanero, el interés general por los temas planteados es notorio ya que es equitativo.

14. ¿En cual de dichos temas se enfocaría más?

Gráfico 11. Enc. A Estudiantes - Temas de mayor interés para el Diplomado.



Fuente: Elaboración propia

El 28% respectivamente manifestó que centraría su interés en temas de procesos de exportación y en logística de carga, sin embargo, no se denota ningún interés específico en común, cada uno de los encuestados se centro en su mayor fortaleza y de esta forma los resultados son equitativos.

15. ¿Qué instituciones conoce que trabajen el tema de Negocios Internacionales?

Manifestaron conocer instituciones como:

- ECCI
- Politécnico Gran Colombiano
- DIAN
- UNIANDES
- Universidad Externado de Colombia
- Universidad los Libertadores
- Universidad Piloto

- Universidad Sergio Arboleda
- SENA
- OBEX
- Fundación Corona
- Universidad Konrad Lorentz
- Universidad de Ibagué
- Proexport
- Bancoldex
- Cámara de Comercio

16. De las opciones que conoce, ¿en cual le gustaría participar?

Los encuestados manifestaron que participarían en las siguientes instituciones en procesos de formación:

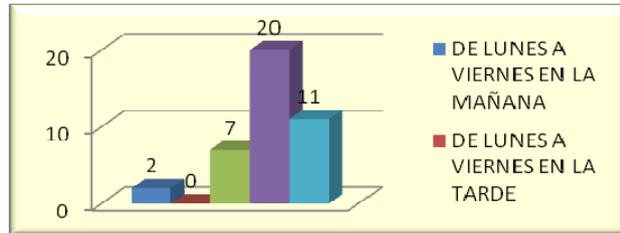
- DIAN
- Universidad Externado
- Fundación Corona
- Universidad de Ibagué
- Fiducoldex
- Proexport

Por reconocimiento de los programas manejados.

Estos datos son tabulados de las respuestas de las encuestas.

17. ¿En qué horario estaría dispuesto a tomar dicho curso?

Gráfico 12. Enc. A Estudiantes - Horario de preferencia para el Diplomado.



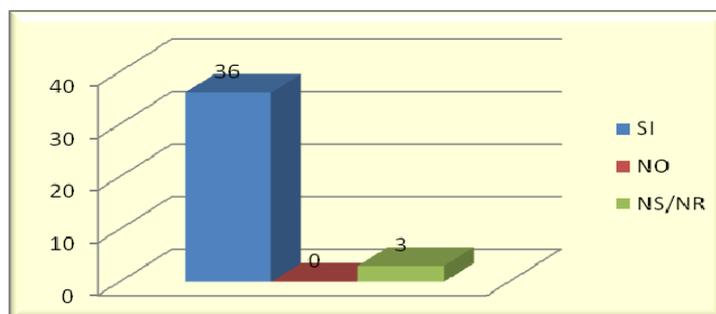
Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta tenían opción de múltiple respuesta.

El 51% de los encuestados prefirió el horario de sábados en la mañana, el 28% sábados en la tarde, el excedente manifestó interés en los demás horarios planteados, sin embargo, no tuvo acogida el horario planteado de lunes a viernes en la tarde.

18. ¿Le gustaría que la universidad Minuto de Dios desarrolle un Programa de formación (Diplomado) en Negocios Internacionales?

Gráfico 13. Enc. A Estudiantes - Interés porque UNIMINUTO forme un Diplomado en Negocios Internacionales.

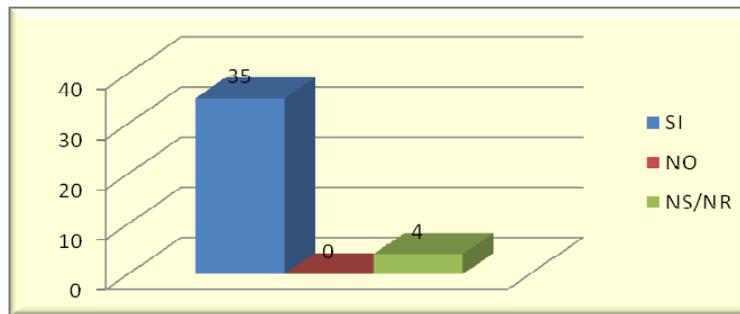


Fuente: Elaboración propia

El 92% de los encuestados manifestó agrado ante la idea de que UNIMINUTO desarrolle un Diplomado en Negocios Internacionales.

19. ¿Participaría usted de dicho proceso?

Gráfico 14. Enc. A Estudiantes - Interés por participar en el diplomado.

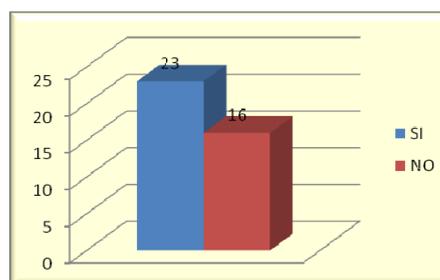


Fuente: Elaboración propia

El 90% de los encuestados manifestó que le agradaría participar del Diplomado. El excedente no dio su respuesta frente al tema.

20. ¿Le interesaría participar en un programa de formación de Negocios Internacionales virtual?

Gráfico 15. Enc. A Estudiantes - Nivel de interés por participación en el diplomado.



Fuente: Elaboración propia

El 59% de los encuestados manifestó como interesante la idea de participar en un Diplomado Virtual y el 41% no, argumentando que los contenidos son bastante densos para manejarlos de esa forma y por ello prefieren la preespecialidad.

Es de aclarar que en la encuesta se utilizó el nombre de diplomado en Negocios Internacionales, pero en los talleres posteriores, los focus grupo y otros se definió que en la actualidad es más estratégico, llamativo y comercial el nombre de Diplomado en Negocios Internacionales.

Conclusiones para este segmento de mercado:

Los resultados de la encuesta nos muestran un eminente interés por el diplomado y gran aceptación por los temas que este abarca en lo diseñado hasta ahora, sin embargo, genera replanteamientos en cuanto al peso en importancia de cada tema, horarios a manejar y metodología a manejar, por ello se generan varias modificaciones hasta llegar al diseño final.

7.2 TABULACION ENCUESTA A EMPRESARIOS



Tabla No. 2 Ficha técnica Encuesta Empresario

FICHA TECNICA PARA EMPRESARIOS	
Población Encuestada	Empresarios del Gremio
Tamaño de la Muestra	14
Método	Aleatorio
Nivel de Confianza	95%
Margen de Error	5%

De las encuestas de Empresarios pudimos deducir que:

El 71% de los encuestados confirmo su interés en participar en el Negocios Internacionales ya que lo ven como una oportunidad de fortalecimiento y crecimiento dentro de su gestión.

El 93% opina que es interesante puesto que es tener una visión globalizada de negocios y de crecimiento.

La muestra se eligió de una base de datos que nos facilito la compañía CISEX, donde un Gerente o Jefe de Departamento de Comercio Internacional nos contestó la encuesta.

1. ¿Qué actividad realiza su empresa?

Las empresas encuestadas realizan actividades como:

- Comercialización de información de Comercio Exterior
- Sociedad de intermediación aduanera SIA
- Telecomunicaciones a nivel nacional e internacional
- Comercialización de Alimentos
- Procesamiento de Materias primas
- Operador Logístico de Carga
- Agente de Carga Marítima
- Producción y Comercialización de suministros automovilísticos

2. ¿Cuál es su principal mercado?

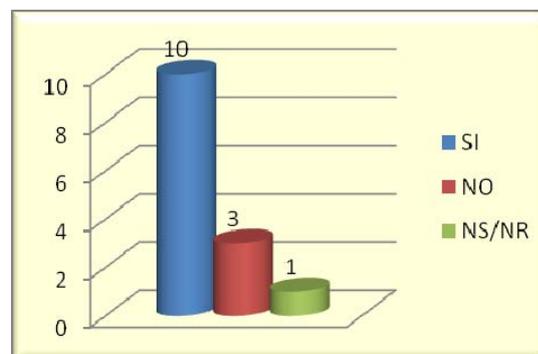
Los mercados que manejan son:

- Importadores
- Exportadores

- Ventas de telefonía móvil
- Líneas aéreas
- Empresas de carga}
- Comercializadoras de alimentos

3. ¿Le interesaría ser partícipe del mercado internacional mediante operaciones comerciales?

Gráfico 16. Enc. Empresarios - Interés por ser partícipe del mercado internacional.

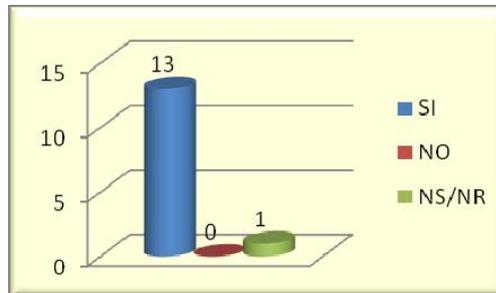


Fuente: Elaboración propia

El 71% de los encuestados confirmo su interés en participar en el mercado internaciones puesto que lo ven como una oportunidad de fortalecimiento y crecimiento dentro de su gestión.

4. ¿Le parece interesante el campo de Negocios internacionales?

Gráfico 17. Enc. Empresarios - Nivel de interés por el campo de los Negocios Internacionales.

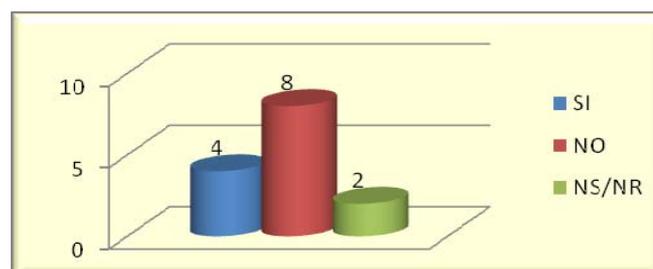


Fuente: Elaboración propia

El 93% opina que es interesante puesto que es tener una visión globalizada de negocios y de crecimiento.

5. ¿Los conocimientos que observa en el personal de su empresa sobre Negocios Internacionales le parecen suficientes para la labor que ejercen?

Gráfico 18. Enc. Empresarios - Los conocimientos del personal de su empresa en Negocios Internacionales son suficientes.



Fuente: Elaboración propia

El 57% opina que no poseen los conocimientos suficientes argumentando falta de experiencia o bases sobre el tema, sin embargo, el 29% asegura que si

argumentando arduos procesos de selección de personal y capacitaciones continuas.

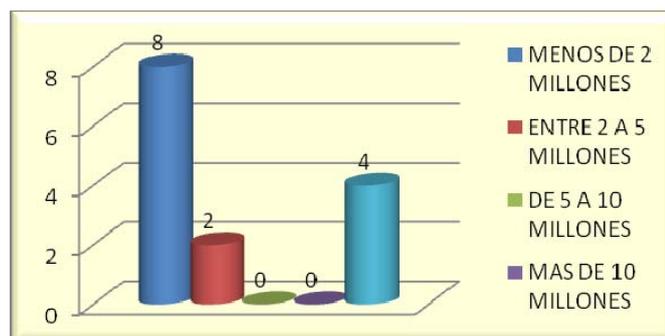
6. ¿Cuál es el perfil que usted solicita para contratar al personal que se hará cargo del tema de Negocios Internacionales en su empresa?

Las características nombradas por los encuestados al momento de seleccionar su equipo de trabajo fueron:

- Conocimiento en procesos de importación y exportación
- Experiencia
- Habilidades para el cargo
- Manejo de documentación de importaciones y exportaciones

7. ¿Cuánto invierte la empresa anualmente en formación de cada persona que ejerce funciones con relación a Negocios Internacionales (importaciones, exportaciones, manejo logístico de cargas, temas legales)

Gráfico 19. Enc. Empresarios - Inversión anual en formación de personal en el tema.

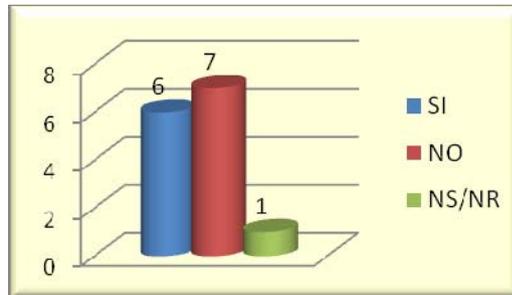


Fuente: Elaboración propia

El 57% de los encuestados asegura que su compañía invierte menos de 2 millones en capacitación al personal y el 29% no dio respuesta sobre el tema.

8. ¿Los conocimientos que usted posee en Negocios Internacionales son suficientes para ejecutar su labor dentro de la empresa?

Gráfico 20. Enc. Empresarios - Sus conocimientos en NI son suficientes para su gestión laboral.

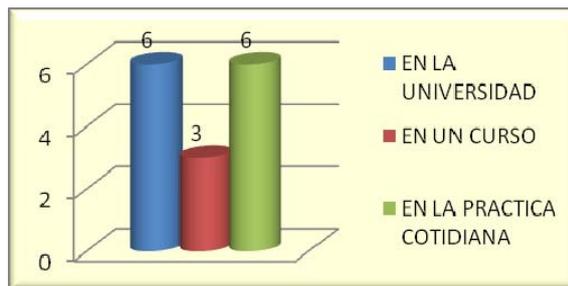


Fuente: Elaboración propia

El 50% de los encuestados asegura no tener conocimientos en Negocios Internacionales por falta de preparación académica o de experiencia, el porcentaje de personas que asegura tener bases sólidas, lo ha adquirido en su mayoría por experiencia.

9. ¿Cómo adquirió dichos conocimientos?

Gráfico 21. Enc. Empresarios - Fuente de dichos conocimientos.

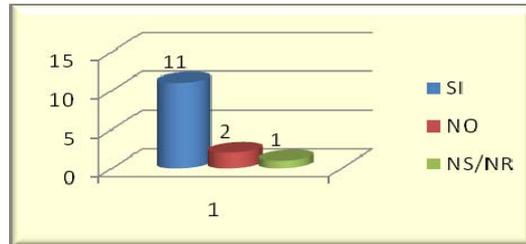


Fuente: Elaboración propia

En igual equivalencia la experiencia que presentan los encuestados es resultado de experiencia o estudios universitarios.

10. ¿Estaría usted interesado en tomar algún tipo de curso de Negocios internacionales?

Gráfico 22. Enc. Empresarios - Nivel de interés por tomar el curso.

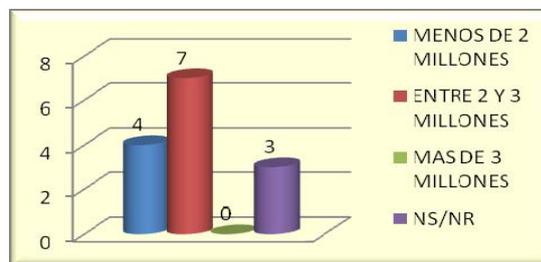


Fuente: Elaboración propia

El 79% de los encuestados muestra gran interés en participar de programas en Negocios Internacionales.

11. ¿Cuánto invertiría en ello?

Gráfico 23. Enc. Empresarios - Nivel de inversión que estarían dispuestos a hacer.

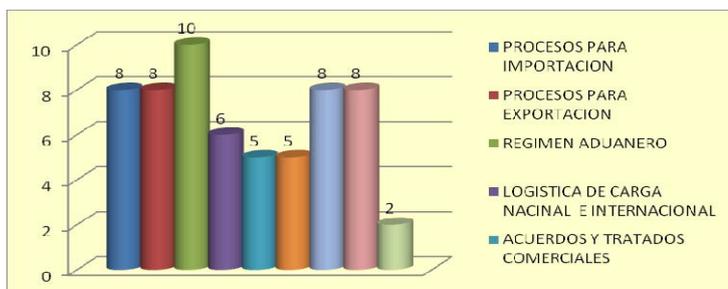


Fuente: Elaboración propia

El 50% de los encuestados asegura que invertiría en ello de 2 a 3 millones y el 29% menos de 2 millones.

12. ¿Qué temas le gustaría que abarcara el curso? (puede elegir varios temas si lo desea)

Gráfico 24. Enc. Empresarios - Temas que según su criterio debe abarcar el curso.

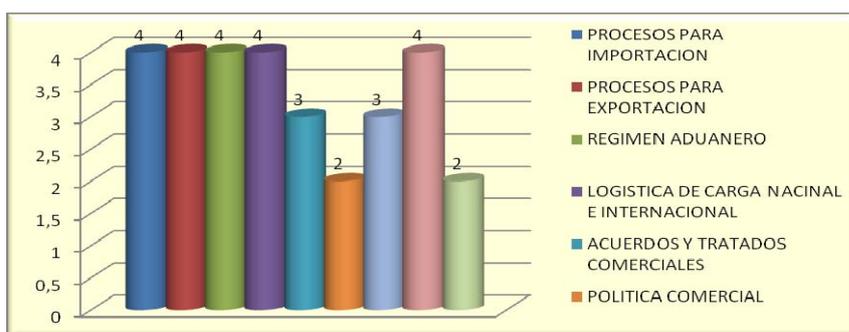


Fuente: Elaboración propia

El 71% de los encuestados muestra gran interés en régimen de importaciones y exportaciones, así como los demás temas; y citan otros temas como manejo de documentación de procesos logísticos y dialogo con importadores.

13. ¿En cuál de dichos temas se enfocaría más?

Gráfico 25. Enc. Empresarios - Temas en los que se centrarían.



Fuente: Elaboración propia

El 29% de los encuestados muestra particular interés en lo referente a Procesos de importación y exportación, régimen aduanero, los demás temas también son de interés, además, sugiere manejo de temas de documentación, clasificación arancelaria, acuerdos y tratados.

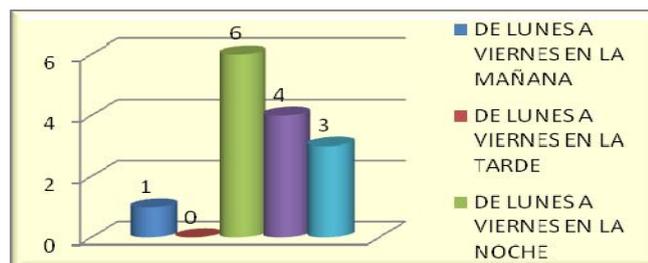
14. ¿Qué instituciones conoce que trabajen el tema de negocios internacionales?

Las instituciones citadas por los encuestados fueron:

- Sergio Arboleda
- Politécnico Gran Colombiano
- Universidad la Sabana
- FITAE
- Cootra DIAN
- Universidad Panamericana
- Mincomex
- Bancoldex
- Analdex
- Proexport

15. ¿En que horario estaría dispuesto a tomar dicho curso?

Gráfico 26. Enc. Empresarios - Horario preferido para tomar el Diplomado.

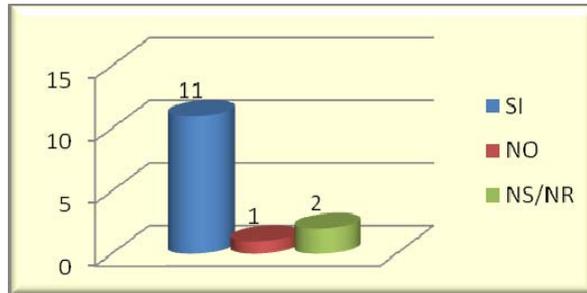


Fuente: Elaboración propia

El 43% de los encuestados manifiestan preferencia por el horario de lunes a viernes en la noche, argumentando su horario de trabajo como razón principal, un 29% prefiere el horario de sábado en la mañana.

16. ¿Le gustaría que la universidad Minuto de Dios desarrolle un programa de formación (Diplomado) en Negocios Internacionales?

Gráfico 27. Enc. Empresarios - Interés porque UNIMINUTO desarrolle un diplomado en NI.

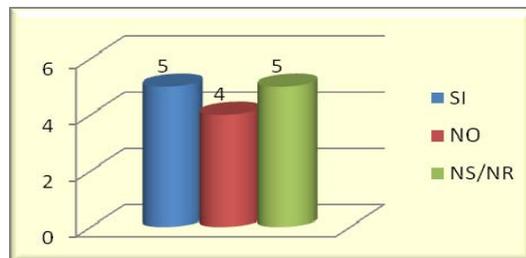


Fuente: Elaboración propia

El 79% asegura estar de acuerdo con que la universidad genere un programa de este tipo.

17. ¿Participaría usted de dicho proceso?

Gráfico 28. Enc. Empresarios - Interés por participar en el Diplomado.

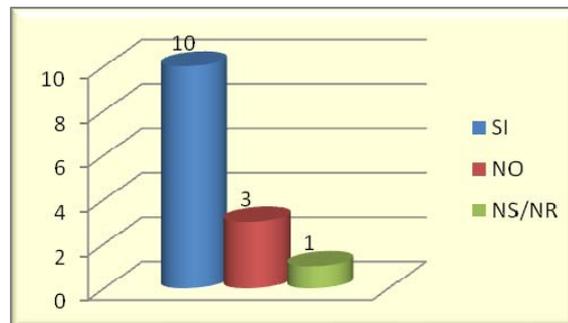


Fuente: Elaboración propia

El 36% asegura que participaría del proceso, el 29% no, argumentando, que preferirían hacerlo en una institución de mayor reconocimiento y el excedente no opino sobre el tema.

18. ¿Le interesaría participar en un programa de formación de Negocios Internacionales virtual?

Gráfico 29. Enc. Empresarios - Interés por participar en un programa virtual en NI.



Fuente: Elaboración propia

El 71% de los encuestados muestra interés en un curso de este tipo por tiempo y facilidades, el 21% asegura que no porque les parece un método de estudio demasiado impersonal.

Conclusiones para este segmento de mercado:

Este segmento de mercado no mostró tanto interés por participar de un programa de este tipo en Uniminuto argumentándose en el tema de reconocimiento sobre todo; sin embargo, el tema de Comercio y Negocios Internacionales es evidentemente muy importante para la mayoría y arrojan datos interesantes como la poca credibilidad en los conocimientos frente al tema de su equipo de trabajo y demás. En cuanto a horarios, muestran preferencia por las noches entre semana, sin embargo, como el interés por cursarlo no es alto, se decidió que en la primera versión se manejara horario de sábados únicamente y según los resultados que ello arroje se harán modificaciones.

7.3 FOCUS GROUP

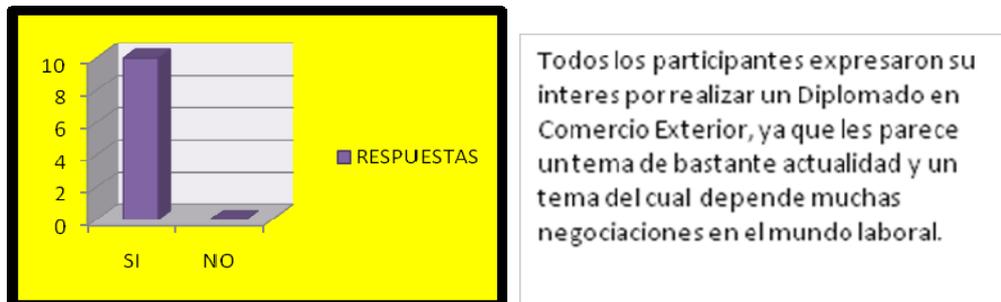
El grupo focal, Focus Group en inglés, también conocida como sesiones de grupo, es una de las formas de los estudios cualitativos en el que se reúne a un grupo de personas para indagar acerca de actitudes y reacciones frente a un producto, servicio, concepto, publicidad, idea o empaque. Las preguntas son respondidas por la interacción del grupo en una dinámica donde los participantes se sienten cómodos y libres de hablar y comentar sus opiniones.

Características del grupo focal:

El grupo fue conformado por 10 personas de las cuales 6 forman parte de empresas relacionadas con el ámbito y 4 son estudiantes con alto interés en el tema.

1. ¿Considera pertinente hacer un Diplomado de Negocios Internacionales?

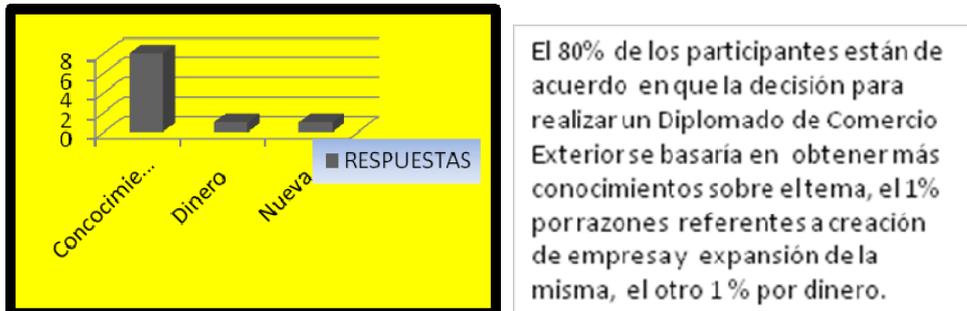
Gráfico 30. Focus - Consideran pertinente el diplomado.



Fuente: Elaboración propia

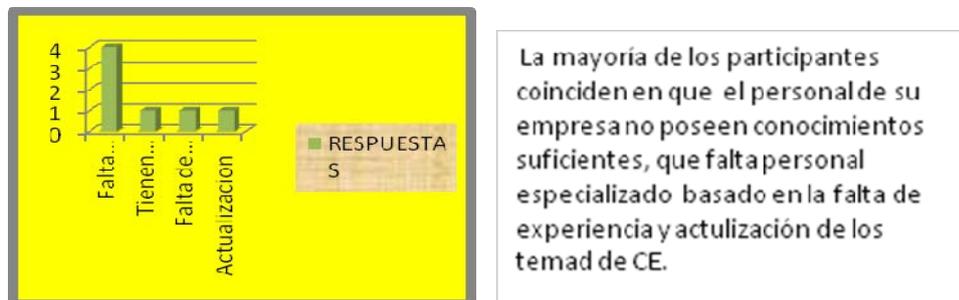
Al seleccionar hacer un diplomado, curso, seminario o especialización la razón más importante para realizarlo es:

Gráfico 31. Focus - Razón para realizar un Diplomado.



Los conocimientos que observa en el personal de su empresa sobre **CE** le parecen suficientes para la labor que ejercen.

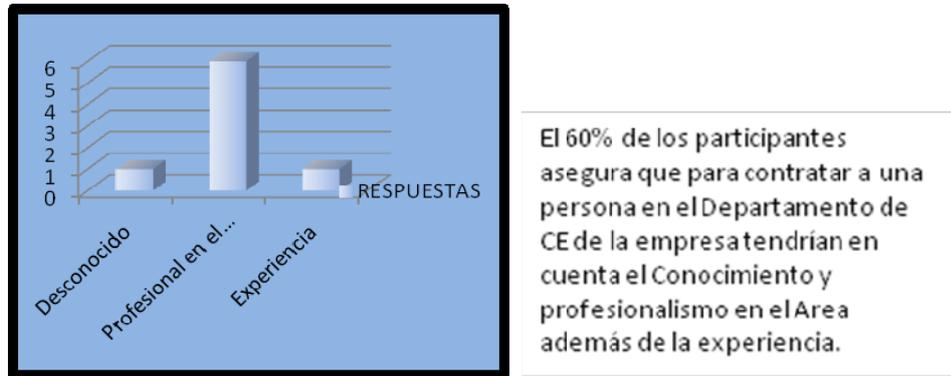
Gráfico 32. Focus - Los conocimientos de las personas de su empresa en NI son suficientes.



Fuente: Elaboración propia

2. ¿Cuál es el perfil que usted solicita para contratar al personal que se hará cargo del tema de Negocios Internacionales en su Empresa?

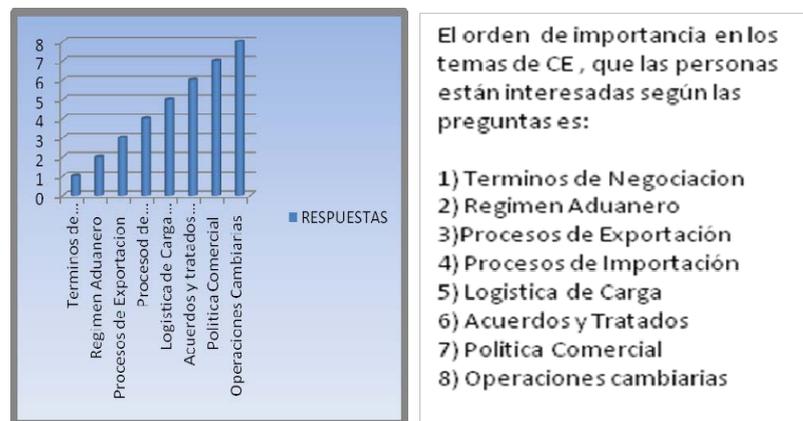
Gráfico 33. Focus - Perfil del personal a contratar para ejercer en temas de NI.



Fuente: Elaboración propia

3. ¿En qué temas señalados le gustaría adquirir conocimientos de Negocios Internacionales? Numérelolos en orden de importancia:

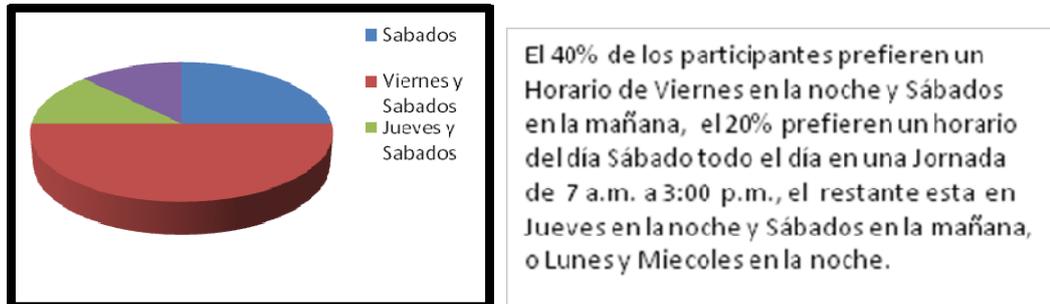
Gráfico 34. Focus - Temas de interés para desarrollar en el diplomado.



Fuente: Elaboración propia

4. Qué horario es más factible para que usted y el personal de su empresa cursen el diplomado:

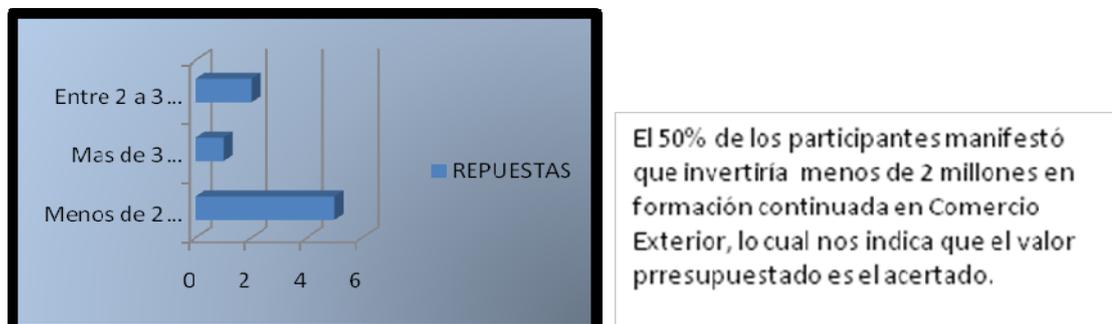
Gráfico 35. Focus - Horario preferible para el Diplomado.



Fuente: Elaboración propia

5. ¿Cuánto estarías dispuesto a invertir en su educación en este tipo de programa?

Gráfico 36. Focus - Monto dispuestos a invertir en un Diplomado.



Fuente: Elaboración propia

6- Agregue una imagen en el medio y explique su interpretación de las imágenes:

Gráfico 37. Focus - Interpretación de imágenes.



Fuente: Elaboración propia

Nota explicativa sobre encuestas y Focus Group:

El modelo inicial de diplomado era llamado “DIPLOMADO EN COMERCIO EXTERIOR”, por ello los contenidos de estos 2 componentes hablan todo el tiempo bajo el término Comercio Exterior. Sin embargo, en la parte final del proceso de validación del PCP y por solicitud estricta de Vicerrectoría Académica se modificó el nombre del programa quedando finalmente como DIPLOMADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.

8. DESARROLLO DEL ESTUDIO DE MERCADOS

8.1 ANÁLISIS DEL MERCADO:

8.1.1 Definición del mercado objetivo

El mercado objetivo inmediato esta compuesto por estudiantes de últimos semestres de las Carreras ofrecidas por la Facultad de Ciencias Empresariales.

8.2 JUSTIFICACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Teniendo en cuenta que Colombia esta despertando ante el ámbito internacional, y que parece cada día mas preocupado por avanzar en el ranking mundial de competitividad lo cual se palpa en hechos como el incremento de nuestros niveles de exportación de 2006 a 2007 en un 15.88 % y de nuestras importaciones en un 26.11%, en la inversión hecha en el nuevo Terminal de carga de Bogotá que brinda aproximadamente 5.000 nuevos puestos de trabajo, la creación de 9 nuevas zonas francas en el país durante el 2007 y la próxima de una nueva zona Franca textilera en Cota que ofrecen 9.621 empleos directos, 13.639 indirectos y 8.618 empleos no especificados.

Fuente: Las bases de datos más confiables y completas de comercio exterior en Sudamérica. ¹⁴

Frente a esta prospectiva de crecimiento crece a la vez la demanda de profesionales conocedores del ámbito del Comercio Exterior, por ello se hace necesario impulsar a pregraduados, trabajadores, docentes y particulares a conocer y formar parte de este entorno mediante la creación de Programas de

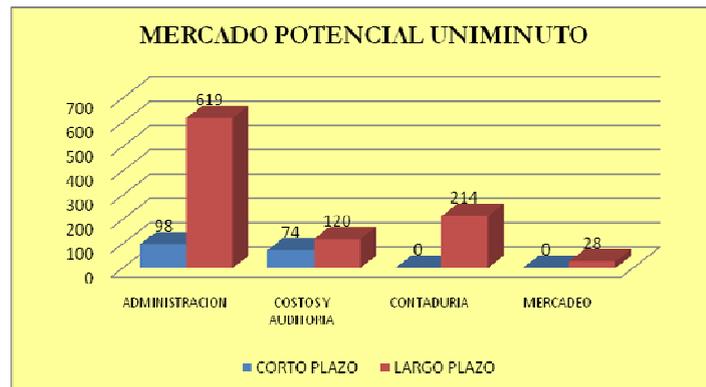
¹⁴ Sicex. <http://www.sicex.com/index.php>.

Formación con contenidos específicos en todo lo relacionado el tema del comercio exterior e impulsar así la economía de nuestro país además de brindarles a los participantes de este curso de Educación Continuada en Negocios Internacionales una perspectiva global y profesionalizar su gestión dentro del campo ya que pasa de limitarlas a poder ejecutar funciones ya conocidas y permitirles ampliar su ámbito laboral así como formar parte del gremio del no solo en Colombia sino además en el mundo.

8.3 ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL:

8.3.1 Estimación Mercado Interno (UNIMINUTO):

Gráfico 38. Mercado Potencial Uniminuto



	CORTO PLAZO	LARGO PLAZO	TOTAL
ADMINISTRACION	98	619	717
COSTOS Y AUDITORIA	74	120	194
CONTADURIA	0	214	214
MERCADEO	0	28	28
TOTAL			1153

Fuente: Elaboración propia

NOTA: Debemos tener en cuenta que dentro de estos estudiantes hay muchos que están cursando quinto o sexto semestre de Administración de Empresas y por reglas de la Corporación Universitaria de Dios no pueden tomar el Diplomado ahora, deben esperar.¹⁵

Bases De Datos Recopiladas Para Búsqueda De Futuro Mercado Potencial

- **Empresas importadoras: (ver archivo anexo)**

La base de importadores del 2007 nos muestra un total de 8.572 empresas.

Base de importadores.xls

- **Empresas exportadoras: (ver archivo anexo)**

La base de exportadores del 2007 nos muestra un total de 5.114 empresas.

Base de exportadores.xls

- **Consolidadores de carga:**

- La base de consolidadores del 2007 nos muestra un total de 228 empresas.
- Base CONSOLIDADORES.xls
- Sociedades de Intermediación Aduanera:
- La base de SIAS del 2007 nos muestra un total de 222 empresas.
- Base SIAS.xls

NOTA: Estas bases de datos no se incluyeron en la muestra porque fue muy difícil obtener respuesta de ellos a pesar de enviar correos masivos y hacer llamadas

¹⁵ Corporación Universitaria Minuto de Dios / Admisiones / Bases de datos internas de estudiantes.

telefónicas, no había el tiempo suficiente para dedicarse a un grupo tan grande de compañías.¹⁶

8.4 MAGNITUD DE LA NECESIDAD:

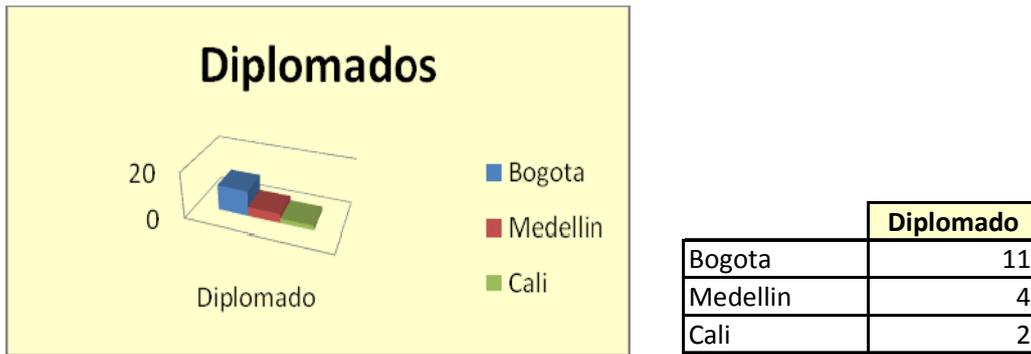
Al entrevistar personas del ramo de Negocios Internacionales es notoria la necesidad de incrementar el conocimiento de procedimientos de exportaciones e importaciones colombianas, estadísticas, conocimiento de productos potenciales, países potenciales, mercados, competencias. ¿Por qué exportar? Importancia de las ventajas y estrategias competitivas del comercio exterior, ¿Como seleccionar mercados Internacionales? El proceso básico de la exportación, Apoyo a exportadores y regulaciones arancelarias y no arancelarias; puesto que se visualiza que las empresas del sector hay grandes carencias de conocimiento en el personal, generalmente las empresas realizan como estrategia capacitaciones, sin embargo, los resultados no son tan eficientes como se esperaría por ello la apertura de un diplomado que permita ampliar formalmente dichos conocimientos beneficiara no solo a los cursantes sino de gran magnitud a las empresas en las cuales se desempeñan ya que incrementarían los niveles de calidad y negociación en su gestión.

¹⁶ Sicex / World Wide Web: www.sicex.com

8.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:

Cantidad de programas afines por ciudad:

Gráfico 39. Cantidad de Diplomados afines por ciudad



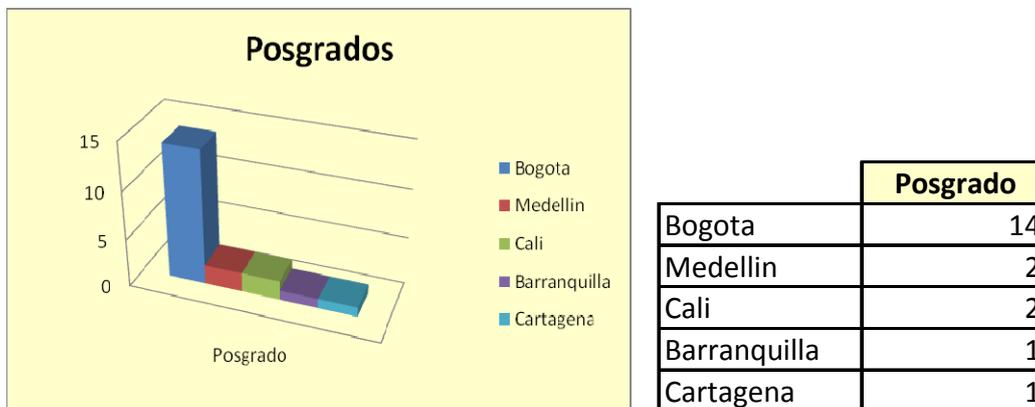
Fuente: Elaboración propia

Gráfico 40. Cantidad de Pregrados afines por ciudad.



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 41. Cantidad de posgrados en temas afines por ciudad.



Fuente: Elaboración propia

Fuente: ¹⁷

¹⁷ Base de datos anexa "TABLA DE ANALISIS DE MERCADO"

8.5.1 Identificación de los principales participantes:

UNIV DE LA SALLE

UNIV SERGIO ARBOLEDA

UNIV SABANA Y LEGISCOMEX

UNIV JAVERIANA

UNIV INCA DE COLOMBIA

UNIV MILITAR NUEVA GRANADA

UNIV SABANA INALDE

FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN

INCOLDA

Tabla No. 3. Competencias Programas

CIUDAD	UNIVERSIDAD	NOMBRE PROGRAMA	MODALIDAD	RO DE MÓD	TITULO OTORGADO	DURACION	VALOR	DIRIGIDO A	HORARIOS
BOGOTA	UNIV DE LA SALLE	Diplomado Gerencia financiera y negocios internacionales			Diplomado Gerencia financiera y negocios internacionales		2.200.000		
BOGOTA	UNIV DE LA SALLE	Diplomado Gestión de recursos internacionales					1.900.000		
BOGOTA	UNIV SERGIO ARBOLEDA	Diplomado internacional en negocio con China	Presencial	8	Diplomado internacional en negocio con China	6 meses	22.750.000		
BOGOTA	UNIV JORGE TADEO LOZANO	Financiación de proyectos y cooperación internacional	Presencial	4	Financiación de proyectos y cooperación internacional	120 horas	1.375.000		
BOGOTA	UNIV SABANA Y LEGISCOMEX	Diplomado de Comercio Exterior y Aduanas – Régimen Legal	Presencial		Diplomado de Comercio Exterior y Aduanas – Régimen Legal		1.850.000	Importadores y exportadores, estudiantes y profesionales en Derecho, Administración de Empresas, Economía, Comercio Exterior, Finanzas, Relaciones Internacionales, Contaduría y carreras afines, que se desempeñen o proyecten desempeñarse en entidades públicas y privadas que desarrollen actividades de Comercio Exterior y Aduanas.	Viernes de 3 a 8 pm // Sábados 8 am a 2 pm
BOGOTA	UNIV JAVERIANA	Diplomado en Comercio y Negocios Internacionales	Presencial	4	Diplomado en Comercio y Negocios Internacionales	123 horas	2.860.000	Gerentes generales y directores de comercio exterior, profesionales a cargo de las diferentes funciones o procesos estratégicos, de producción, de operación, de logística, de calidad y de comercialización y ventas de la empresa; empresarios, gerentes de comercio exterior, gerentes comerciales, exportadores, importadores, asesores en comercio internacional, funcionarios de entidades financieras y comerciales, y profesionales de todas las áreas que deseen incursionar en el mercado global. El programa aplica por igual a empresas productoras de bienes o servicios de todos los sectores, ya que está diseñado para dar los conceptos estratégicos básicos y generales del comercio y los negocios internacionales aplicables a cualquier empresa, que quiera alcanzar un nivel de internacionalización determinado, mejorar su productividad y competitividad, y fortalecer su capacidad exportadora para optimizar sus utilidades y alcanzar una dimensión diferente y sostenible frente al mercado de los Estados Unidos a instancias del TLC o a mercados geográficamente cercanos.	Lunes, martes y miércoles de 6 a 9 pm
BOGOTA	UNIV INCA DE COLOMBIA	Diplomado en Comercio Exterior					1.200.000		
BOGOTA	UNIV MILITAR NUEVA GRANADA	Diplomado en Comercio Internacional	Presencial	6	Diplomado en Gerencia de Comercio Internacional		1.200.000	Empresarios exportadores y potenciales exportadores. Ejecutivos vinculados a empresas del sector productivo. Funcionarios del sector público regional que inciden en la competitividad (SENA, DIAN, Secretarías de Planeación, Secretarías de Agricultura, Secretarías de Desarrollo). Asociaciones de agricultores y comercializadores de productos agrícolas. Asociaciones de artesanos y comercializadores de productos artesanales. Profesionales interesados en actualizar sus conocimientos en Comercio Internacional. Decanos y profesores de universidades. Estudiantes universitarios de últimos semestres.	Sabados de 7 am a 3 pm
BOGOTA	UNIV SABANA INALDE	Diplomado en Finanzas y Negocios Internacionales			NO TIENE		2.750.000		
BOGOTA	UNIV EAN	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV EXTERNADO DE COLOMBIA	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV EL BOSQUE	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV FUNDACION KONRAD LORENZ	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	FUNDACION UNIVERSITARIA SAN MARTIN	Diplomado en negocios internacionales	Presencial	5 modulos	Diplomado en negocios internacionales	No tiene			Lunes 6-8pm, Martes y Jueves 6-9pm
BOGOTA	UNIV GRAN COLOMBIA	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV LIBRE	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV LOS LIBERTADORES	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV MANUELA BELTRAN	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV NACIONAL DE COLOMBIA	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV PEDAGOGICA NACIONAL	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV PILOTO	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	INCOLDA	Diplomado en Comercio Internacional	Presencial	7	Diplomado en Comercio Internacional	129 horas	3.500.000	Directores, Ejecutivos de Comercio Exterior, Gerentes de Sociedades de Intermediación Aduanera (SIAS), Profesionales vinculados con el Comercio Exterior del sector público y privado, Jefes de Logística en Comercio Exterior.	Lunes a jueves de 6 a 9 pm
BOGOTA	POLITECNICO GRAN COLOMBIANO	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV DE AMERICA	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV AUTONOMA DE COLOMBIA	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV CATOLICA DE COLOMBIA	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV CENTRAL	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV COOPERATIVA DE COLOMBIA	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV DISTRITAL FRANCISCO JOSE DE CAL	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV SANTO TOMAS	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV DEL ROSARIO	No tienen			NO TIENE	No tienen			
BOGOTA	UNIV SAN BUENAVENTURA	No tienen			NO TIENE	No tienen			

Anexo cuadro en Excel de datos recopilados de la competencia en las principales ciudades en temas afines en Diplomado, pregrado y Posgrado.

8.5.2 Identificación de los principales competidores

UNIV SABANA Y LEGISCOMEX
UNIV MILITAR NUEVA GRANADA

8.5.3 Análisis de la competencia directa

La Universidad de la Sabana y Legiscomex: Ofrece un programa en Diplomado de Comercio Exterior y Aduanas – Régimen Legal.

Tiene un costo de \$1.850.00.00

La Universidad Militar Nueva Granada. Ofrece un programa de Diplomado en Gerencia de Comercio Internacional.

Tiene un costo de \$1.200.000.

8.5.4 Análisis de costos y Análisis de precios de mi producto y el de mi competencia:

Dentro de las Universidades que ofrecen Diplomados en esta área los costos van así:

Gráfico 42. Comparación de costos



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a costos es un punto intermedio entre la Militar y la sabana que son las competencias principales por programa, costos y calidad de los diplomados ofrecidos.

8.5.5 Imagen de la competencia ante los clientes:

La principal competencia, es decir, la Universidad de la Sabana junto a Legiscomex tienen un diplomado bastante interesante y reconocido por la calidad de sus contenidos y docentes en el gremio del comercio exterior, por ello, la estrategia de entrada a dichas compañías debe ser fuerte para crear impacto y empoderamiento frente a la competencia. La Universidad Militar por otra parte, no es muy conocida por su diplomado, sin embargo, por la imagen general de la universidad el programa tiene gran acogida.

8.5.6 Segmento al cual está dirigida la competencia

La competencia está centrada en empresarios vinculados o que deseen vincularse al campo de los negocios internacionales, egresados de carreras afines interesados por el tema y demás personas vinculados con todo lo relacionado con el ámbito.

8.5.7 Posición del servicio frente a la competencia

Uniminuto tiene la gran ventaja de ser una universidad con gran prestigio por su rápida evolución y calidad de los programas ofrecidos, por ello, posicionar este programa frente a la competencia no es tan complicado ya que con una adecuada estrategia y con los valores agregados desarrollados se lograra llegar con mayor exactitud a las personas interesadas en cada empresa.

9. MONTAJE CAMPAÑA PUBLICITARIA // ESTRATEGIAS DE MERCADEO

9.1 CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO

9.1.1 Descripción básica, especificaciones o características

Este Diplomado esta guiado al cubrimiento de las necesidades del mercado de la Corporación Uniminuto y del laboral actual y mas enfocado aun en el fortalecimiento de la cultura de creación de negocio brindando herramientas de desempeño dentro de un ámbito global.

9.2 DISEÑO

Gráfico 43. Esquema de trabajo



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 44. Afiche publicitario.

UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios

DIPLOMADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Teniendo en cuenta que Colombia abre los ojos ante el ámbito internacional, su avance constante en el ranking mundial de competitividad y las proyecciones de crecimiento que reflejan las empresas, se hace necesario desarrollar competencias en temas relacionados con el comercio exterior, tanto para lograr mejores situaciones laborales, como la creación de nuevas unidades de negocio. En respuesta a ello UNIMINUTO abre nuevos espacios de aprendizaje y desarrollo profesional.

FECHA DE INICIO : SÁBADO 7 DE JUNIO DE 2008

PROCESO DE FORMACION DE SU PLAN DE NEGOCIO

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

- Catedra ZEKY (Proexport)
- Visita Zona Franca, Aeropuerto o Terminal de Carga
- Charla vivencial gerente Línea Naviera
- Visita a ruedas de negocio proexport y CCB
- Seminario BBVA en Operaciones Cambiarias

22 Sesiones cátedra	: 88 horas
Actividades complementarias	: 40 horas
Total horas	: 128
Inscripción	: \$1.500.000
Horario	: Sábados de 8:00 am. a 2:30 pm.

MAYORES INFORMES E INSCRIPCIONES:
Divulgación Universidad Minuto de Dios
Calle 80 N° 73 A Esquina
www.uniminuto.edu.co
CENTRO UNIVERSIDAD EMPRESA CUE
Tel: 4362446
E. mail: jumario@uniminuto.edu

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 45. Volante cara 1

UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios

DIPLOMADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Teniendo en cuenta que Colombia abre los ojos ante el ámbito internacional, su avance constante en el ranking mundial de competitividad y las proyecciones de crecimiento que reflejan las empresas, se hace necesario desarrollar competencias en temas relacionados con el comercio exterior, tanto para lograr mejores vinculaciones laborales, como la creación de nuevas unidades de negocio. En respuesta a ello UNIMINUTO abre nuevos espacios de aprendizaje y desarrollo profesional.

FECHA DE INICIO : SÁBADO 7 DE JUNIO DE 2008

PROCESO DE FORMACION DE SU PLAN DE NEGOCIO

ESQUEMA DE TRABAJO

● 22 Sesiones presenciales (cátedra)	: 88 horas
● Horas prácticas (visitas y seminarios)	: 40 horas
● Total Horas	: 128

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

- Cátedra ZEKY (Proexport)
- Visita Zona Franca, Aeropuerto o Terminal de Carga
- Charla vivencial gerente Línea Naviera
- Visita a ruedas de negocio proexport y CCB
- Seminario BBVA en Operaciones Cambiarias

MAYORES INFORMES E INSCRIPCIONES:
Divulgación Universidad Minuto de Dios
Calle 80 N° 73 A Esquina
www.uniminuto.edu.co
CENTRO UNIVERSIDAD EMPRESA CUE
Tel: 4362446

FECHA LIMITE DE INSCRIPCION :
31 DE MAYO DE 2008

Gráfico 46. Volante cara 2

		CONTENIDO	CONTENIDO
 <p>Horario : 1 Sábados de 8:00 am. a 2:30 pm.</p> <p>Inversión : 1 \$1.500.000</p>	<p>MÓDULO I: CONCEPTOS DE COMERCIO EXTERIOR (4 SESIONES)</p> <p>Este modulo le permitirá comprender los conceptos básicos y comenzar a formar su plan de negocio internacional con bases sólidas al ingresar en el ámbito del comercio internacional mediante la comprensión de las diferentes terminologías manejadas, todos los tipos de entidades implícitas en cada proceso y sus diferentes roles, así como una visión del marco legal del comercio internacional, términos de negociación etc.</p>	<p>MÓDULO IV: LOGÍSTICA DE CARGA Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA (2 SESIONES)</p> <p>El modulo permite tener una visión clara y puntual de todo el proceso logístico del movimiento de mercancías, tanto en su preparación como en su desplazamiento de su origen hasta su destino, los tipos de transporte manejados para ello, los costos generados y entre otros el manejo de la documentación pertinente.</p>	
			<p>MÓDULO II: INTELIGENCIA DE MERCADOS (4 SESIONES)</p> <p>En este espacio desarrollará una clara idea del tipo de plan de negocio que desea ejecutar durante su Diplomado, mediante la exploración del mercado de su interés con herramientas estructuradas de conocimiento tales como la obtención de fuentes claras de información, la identificación de los productos de nuestro interés, su clasificación, el manejo de tratados específicos para su comercialización, proyecciones de oferta y demanda y otros aspectos claves para realizar el Plan de Comercio Exterior.</p>
<p>FORMAS DE FINANCIACIÓN:</p> <p>Mediante la Precooperativa COOP UNIMINUTO</p> <p>Mediante financiación con el Banco de Crédito</p> <p>Mediante financiación Tarjeta de Crédito Estudiantil BBVA</p>		<p>MÓDULO III: IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES (2 SESIONES)</p> <p>La temática aquí desarrollada le permitirá comprender y aprender todo el proceso de exportación de tangibles e intangibles, clasificación de mercancías y documentación requerida bajo los parámetros de la normatividad aplicada, también se trabajaran las diferentes modalidades de importación, su manejo, normatividad a tener en cuenta en la manipulación de dichas mercancías y la aplicación adecuada del régimen legal para generar valor agregado a la cadena logística.</p>	<p>MÓDULO VI: FORMULACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS (3 SESIONES)</p> <p>En este modulo estructurará con claridad su Plan de Negocio Internacional visualizando así, la verdadera viabilidad del mismo y los puntos a fortalecer o centros de enfoque a manejar bajo procedimientos específicos.</p>
		<p>MÓDULO VII: OPERACIONES CAMBIARIAS (4 SESIONES)</p> <p>El contenido aquí expuesto le permitirá conocer a cabalidad lo referente al manejo económico de las operaciones de Comercio Internacional al clasificar las diferentes formas de pago por movimiento comercial, manejo de divisas, trámites comunes, procedimiento operativo, efectos revaluativos y devaluativos de nuestra divisa nacional frente a los mercados internacionales.</p>	

Fuente: Elaboración propia

9.3 CALIDAD

La calidad de los contenidos y metodología a implementar en este diplomado se medirá constantemente en los resultados generados en los planes de negocio de los participantes del mismo y en la evaluación final que estos hagan del curso, sus contenidos, la metodología manejada, el cumplimiento de sus expectativas y los docentes.

9.4 FORTALEZAS Y DEBILIDADES FRENTE A LA COMPETENCIA

Tabla No. 4 – Fortalezas y Debilidades

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Contenidos temáticos formados con orientación de profesionales conocedores del campo y pertenecientes a entidades como SIAS, Consolidadores, Agremiaciones etc.	Contenidos temáticos de la competencia enriquecidos por su experiencia en el manejo del programa.
Enriquecimiento del programa con actividades practicas complementarias como visitas a zona franca, seminarios etc.	
Apoyo de entidades como Proexport, BBVA desde su departamento de Comercio Exterior.	No tiene reconocimiento como los demás programas por su trayectoria en el campo y por el apoyo que les brinda Legiscomex.
Cuerpo docente altamente capacitado y que ejerce actualmente en el campo del comercio exterior.	

Estos datos se deducen de la información recopilada de las demás universidades.

9.5 ESTRATEGIAS DE INSERCIÓN

9.5.1 Alternativas de penetración

La formación de Seminarios en Comercio Exterior convocando como invitados estudiantes de últimos semestres y empresarios, abrirá el espacio propicio para despertar el interés en el tema y dar a conocer el programa.

El brindar el programa como opción de grado permitirá expandir las expectativas del estudiante despertando su interés e incrementando sus posibilidades de cursarlo.

El envío de publicidad sobre el programa vía e mail a las bases de empresas conseguidas permitirá incrementar el nivel de conocimiento del mismo a nivel externo y por lo tanto las posibilidades de despertar interés en terceras personas.

9.5.2 Alternativas de comercialización:

- Mediante la divulgación con afiches estratégicamente posicionados.
- Mediante la repartición de volantes a estudiantes de últimos grados de Uniminuto en carreras afines y a externos.
- Mediante el envío de publicidad web.
- Mediante la divulgación del programa en eventos Universitarios y Empresariales de ser posible.

9.5.3 Estrategias de ventas

Posibilidad de aplicar descuento por referido efectivo a suscritos.

9.5.4 Estrategias de precios

Según lineamientos de la facultad no se puede mover el valor fijado.

9.5.4.1 Precio de lanzamiento

El precio de lanzamiento del Diplomado será de \$1.500.000

9.5.4.2 Condiciones de pago

Puede hacer financiación mediante:

- Pre cooperativa COOP UNIMINUTO, mediante crédito personal.
- Financiación con el Banco de Crédito, crédito personal.
- Financiación tarjeta de Crédito Estudiantil BBVA, mediante una tarjeta de crédito universitaria.

9.5.5 Estrategias de comunicación

9.5.5.1 Selección de medios

- Vía e-mail
- Internet (página Web UNIMINUTO)
- Afiches y volantes

9.5.6 Estrategias de servicio

Se hará un cauteloso seguimiento de los resultados del primer Diplomado para analizar factores a cambiar.

Habr  un Director de Diplomado haciendo seguimiento de todas las inquietudes de los estudiantes y docentes y dirigiendo la ejecuci3n de las actividades alternas.

9.5.6.1 Mecanismos de atenci3n a requerimientos e inquietudes

El director de Diplomado estará a cargo de recibir dichas inquietudes.

9.6 ANÁLISIS DE LOS PERFILES DE LOS DOCENTES QUE TRABAJAN ESTOS TEMAS.

Los docentes que manejan los diferentes m3dulos en los programas de la competencia son seleccionados seg3n la disciplina específica a dictar. Por ejemplo al hablar del modulo de importaciones los perfiles hallados en la competencia son de profesionales que trabajan ejerciendo labores de importaciones directas, en sociedades de intermediaci3n aduanera, o en empresas que manejan este tipo de procesos.

9.7 B3SQUEDA Y SELECCI3N DE DOCENTES PARA EL PROGRAMA.

El proceso de b3squeda de docentes fue guiado por la experiencia y el conocimiento de personas del campo que colaboraron brindando referidos y con conocidos directos, en total recopilamos 10 hojas de vida de profesionales muy capacitados y con bastante experiencia en las diferentes disciplinas a manejar, de los cuales 6 fueron seleccionados luego de una pre prospectacion por modulo de nuestra parte y un proceso de entrevista a cada uno llevado a cabo por John Sanabria, los seleccionados fueron:

Tabla No. 5. Selección Docentes

MODULO	CONCEPTO	DOCENTE	ORIGEN
1	Conceptos de Comercio Exterior	Carlos Fabian Cepeda	ANDIGRAF
2	Inteligencia de Mercados	Andres Zapata	PROEXPORT
3	Importaciones y Exportaciones	Oscar Alberto Puentes Muñoz	HECADUANAS SIA
4	Logística de Carga y Distribucion Fisica	Vivian Sabrina Ibañez Franco	VANGUARD LOGISTICS SERVICE
5	Estrategia de negociacion internacional	Andres Zapata	PROEXPORT
6	Fornulacion del Plan de Negocio	Nabor Erazo	UNIMINUTO
7	Operaciones Cambiarias	Diana Caterine Sarmiento Villareal	DIAN

Anexas todas las hojas de vida (10)

9.8 Presupuesto

Tabla No. 6 Presupuesto

Ingresos

Tema	Cantidad	Frecuencia	Inscritos	I-2008	II-2008	Valor persona Mínimo	Ingreso anuales	Cantidad Meta	Fuente Recurso	Ingreso semestral
Diplomado Negocios Internacionales	1	1	20	0	1	\$ 746.016	\$ 14.920.320	20	Propio	\$ 7.460.160

Egresos

Descripción	Salón	Horas	Cantidad	Material	Inscritos	Hora docente	Programa	Total
Diplomado Negocios Internacionales	\$ 15.000	128	1	\$ 180.000	20	\$ 46.200	\$ 1.000.000	\$ 12.433.600

Margen de Utilidad para estudiantes

Overhead	Costo total
\$ 2.486.720	\$ 14.920.320

10. PCPD – PLAN CURRICULAR DEL PROGRAMA DE DIPLOMADO

Adaptación PCP programa de Administración de Empresas – UNIMINUTO y PCP Diplomado de formación de gestores en Micro finanzas – UNIMINUTO.

10.1 MARCO PREFERENCIAL

10.1.1 Denominación Académica del programa

Nombre: Diplomado en Negocios Internacionales.

22 Sesiones presenciales (cátedra)	:	88 horas
Horas prácticas (visitas y seminarios)	:	<u>40</u> horas
Total Horas	:	128
Total Créditos	:	8

Gráfico 47. Esquema de trabajo



Fuente: Elaboración propia

El Diplomado implica un trabajo independiente semanal por parte del estudiante en actividades como lecturas, desarrollo de investigación para su plan de trabajo, trabajos en grupo, que serán entregados y consultados con los docentes en el transcurso de la semana.

10.2 JUSTIFICACION DEL CURSO:

10.2.1 Pertinencia del Programa:

Los profesionales de Pregrados en las carreras administrativas y afines deben ser muy fuertes en temas de Comercio Exterior y Negocios Internacionales para poder enfrentarse a un mundo globalizado, con un nuevo orden económico y social en del mundo globalizado de hoy, en el que prima la aplicación de los procesos de mercadeo Internacionales para poder comercializar con Países Extranjeros, Canadá, USA, México, Latinoamérica y China. Este Diplomado les permitirá a estos profesionales y a los empresarios formar su plan de negocio internacional que les permite ser competitivos, además de comprender las diferentes terminologías manejadas, los tipos de entidades implícitas en cada proceso y sus diferentes roles, así como una visión del marco legal del comercio internacional, términos de negociación, tratados internacionales, y abrir posibilidades para la creación de empresas con miras a manejar su mercado con clientes y proveedores internacionales.

En referencia a la Justificación del programa de Diplomado de Negocios Internacionales, se parte del concepto y la necesidad de los profesionales en adquirir fortalezas en el tema, situación confirmada con el estudio de mercados. Después de aplicar las encuestas tanto a estudiantes como a empresarios, los resultados arrojaron respuestas del gran interés que manifiestan por este campo argumentando su posición para reconocer el mercado internacional, adquirir conocimientos de hechos de actualidad, ampliación de economías, y posibilidades

de negociación. De la misma manera muestran su interés en cuanto el aprendizaje en temas de procesos de importación, exportación, régimen aduanero así como su deseo de laborar en compañías exportadoras, importadoras y SIAs

10.2.2. Estado actual de la Formación en el campo de la Profesión:

Un profesional con Diplomado en Negocios Internacionales al interior de una compañía tiene un rol que implica la ejecución de tareas correspondientes al departamento de negocios internacionales o comercio exterior, contará con capacidad para incorporar conocimientos de procesos y operaciones correspondientes al COMEX en una forma dinámica respondiendo a los niveles de calidad, la eficiencia y eficacia de objetivos propuestos.

En algunas instituciones tanto de educación formal como no formal, han diseñado programas de formación para fortalecer los profesionales y empresarios en estos temas, los cuales pueden ser aplicados, por separado. Algunos de estos programas son:

- Diplomado en Comercio Internacional en Negocios con China, brinda respuesta al auge que está teniendo y va a tener aún más en el futuro el comercio con China. Universidad Sergio Arboleda.
- Diplomado en Comercio Exterior y Aduana – Régimen Legal. El énfasis que hace en el régimen aduanero. Universidad de la Sabana.
- Legiscomex. Diplomado en Comercio y Negocios Internacionales. Tiene un enfoque más Internacional, trata acuerdos Internacionales, temas de fronteras y de productos permitidos para exportación e importación. Universidad Javeriana.

- Diplomado en Gerencia en Comercio Internacional. Enfocado netamente a la Gerencia. La Universidad Militar Nueva Granada.
- Diplomado en Comercio Internacional. Lo ofrece INCOLDA.
- Diplomado en Negocios Internacionales de la Universidad Minuto de Dios, enfocado a dirigir al estudiante a elaborar un plan de negocio Internacional que le permita ingresar en el ámbito del comercio internacional.

En términos de estudiantes el Diplomado en China no hay mucha participación por el costo del Diplomado, en la Universidad de la Sabana y Legiscomex tiene un gran número de estudiante debido al apoyo de Legiscomex, La Universidad Javeriana tiene muchos estudiantes por su buen programa y nombre, Incolda tiene gran número de asistentes por su precio mas cómodo y La Universidad Militar tiene estudiantes pero no mucha acogida por el programa, es más por nombre de la Universidad y precio.

10.2.3 Ejercicio de la Actividad y necesidades del Entorno (Oportunidades Potenciales).

Según datos del DANE la labor de Comercio Exterior ha ganado importancia en el medio teniendo en cuenta que Las exportaciones colombianas han mostrado gran dinamismo en los últimos años. Desde el año 2002 han mostrado un crecimiento sostenido gracias al buen comportamiento de la economía del país y a un mejoramiento de la competitividad de los bienes y servicios colombianos. Este comentario se sustenta con las cifras que vemos a continuación según Exportaciones e Importación y la Balanza Comercial del 2007.

Necesidades en Exportaciones:

- Exportaciones y Balanza Comercial Noviembre de 2007
- En el mes de noviembre de 2007, las ventas externas del país, registraron un incremento de 46,5%, al compararlas con las realizadas en el mismo mes del año anterior, para el mes de noviembre de 2007, las exportaciones registraron US\$3.119,4 millones, mientras en el mismo mes de 2006, el monto alcanzado fue de US\$2.129,3 millones.

Este resultado ocasionó el incremento del 41,7% de las exportaciones no tradicionales, al pasar de US\$1 194,6 millones en noviembre de 2006 a US\$1 692,4 millones en el mismo mes de 2007.

Exportaciones tradicionales: Registraron aumento del 52,7 y alcanzaron un monto de US\$1 427,0 millones FOB.

Exportaciones no tradicionales: Crecieron el 41,7%, al pasar de US\$1.194,6 millones en noviembre de 2006 a US\$1.692,4 millones en el mismo mes de 2007.

Estas cifras demuestran el auge del mercado Internacional y el aprovechamiento de las oportunidades por parte de las Empresas Colombianas, situación que debe ser motivada y mejorada analizando la producción para exportaciones en el País que refleja.

En Departamentos: Los productos señalados como originados en el departamento de Antioquia representaron el 26,9% del total de las exportaciones no tradicionales realizadas en noviembre de 2007, las de Bogotá, D. C. representaron el 18,8%; las del Valle del Cauca el 11,4%, las de Cundinamarca el 10,4% y los demás departamentos el 32,4%.

El País de donde se registró la mayor contribución a la variación los productos vendidos fue Venezuela con un incremento de 137,0%, es necesario evaluar las posibilidades con los diferentes países para potenciar y aprovechar el auge del comercio exterior.¹⁸

Tabla No. 7 – Exportaciones de Colombia¹⁹

**EXPORTACIONES DE COLOMBIA
(ENERO)**

Ultima actualización

10-Abr-07

	Millones de dólares FOB			Variación %	
	2005	2006	2007	2006	2007
Totales FOB	1,378	1,667	1,811	20.9	8.6
Tradicional	679	841	874	23.9	3.9
No tradicionales	699	826	937	18.1	13.4
No trad. Industriales	486	581	703	19.5	21.0
Exportaciones según destino					
Estados Unidos	506	683	678	35.1	-0.8
Unión Europea	230	220	283	-4.2	28.6
Japón	30	27	24	-11.1	-10.4
Comunidad Andina	108	153	141	41.6	-7.7
Ecuador	66	98	86	47.9	-12.5
Perú	40	53	51	32.9	-2.7
Bolivia	2	3	4	12.4	67.7
Venezuela	107	132	230	22.7	74.2
Mercosur	14	18	25	26.4	40.5
Chile	43	17	20	-59.7	18.3
México	43	42	39	-3.1	-7.2
MCCA	25	35	43	38.0	21.8
CARICOM	31	27	43	-13.1	59.9
Otros	241	313	285	30.0	-8.9

FUENTE: DANE

Necesidades en Importaciones:

Durante el 2007, las compras externas de Colombia registraron un incremento de 25,7%, al compararlas con las realizadas en el año anterior, al pasar de

¹⁸ DANE. Exportaciones 2007. Consultado en la Web World Wide de:

http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=category§ionid=15&id=49&Itemid=231

¹⁹ Consultado en la Web World Wide de:

http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=category§ionid=15&id=49&Itemid=231

US\$26.162,4 millones CIF a US\$32.897,0 millones CIF. Este incremento, obedeció fundamentalmente a las mayores compras de calderas, máquinas y partes con el 37,5%; vehículos y sus partes con un incremento del 34,8%; aparatos y material eléctrico de grabación o imagen con un incremento del 16,3%, fundición, hierro y acero con el 36,4% y cereales con el 37,2%.

Esto nos demuestra que Colombia está en construcción e industrialización hacia la globalización. En respuesta podemos ayudar al empresario a importar tecnología, maquinaria y elementos que permiten junto al conocimiento desarrollar la industria nacional.

El gobierno ha dispuesto muchas herramientas de las cuales muchos no conocemos y aprovechando los diferentes acuerdos comerciales. Debemos prepararnos para ser los mejores en este intercambio comercial.

Según los capítulos de arancel de aduanas, se observa que el incremento del total de las importaciones, se sustentó en las mayores compras de productos del capítulo 84 (calderas, máquinas y partes) con un incremento de 37,5%, al pasar de US\$3.617,7 millones, durante 2006, a US\$4.973,1 millones en el año 2007.

Algunos de los Países con los que se hace negociación son: Estados Unidos, participaron con el 26,0% del total registrado en el año 2007; de China con el 10,1%; de México con el 9,3%; de Brasil con el 7,3%; de Venezuela con el 4,2%; de Japón con el 3,7%; de Alemania con el 3,7% y de Corea con el 2,7%.

Los Departamentos destino son: Bogotá, D.C.; el 12,9%, en Cundinamarca; el 12,6%, en Antioquia; el 11,2% en el Valle del Cauca y el 25,8% en los demás departamentos.

Los países fuente de las Importaciones originarias de los países de la Comunidad Andina son: Perú en un 17,4%, de Ecuador un 5,1% y las importaciones originarias de Bolivia registraron aumento del 22,1%.

Tabla No. 8 – Importaciones de Colombia ²⁰

IMPORTACIONES DE COLOMBIA
Millones de dólares CIF
(ENERO - FEBRERO)

Ultima actualización

20-Abr-07

	Millones de dólares (CIF)			Variación %	
	2005	2006	2007	2006	2007
Importaciones país de origen					
Estados Unidos	898	936	1,252	4.2	33.8
Unión Europea	393	505	575	28.5	13.7
Japón	95	129	193	35.1	49.7
Comunidad Andina*	155	172	217	10.9	25.6
Ecuador	77	87	108	12.5	25.1
Perú	47	67	88	41.4	32.4
Bolivia	31	19	20	-38.6	4.2
Venezuela	169	260	212	54.0	-18.4
Mercosur	230	328	573	42.4	74.7
Chile	54	54	86	-1.0	60.9
México	197	314	381	59.6	21.4
China	205	252	410	23.0	62.7
Otros	376	377	503	0.3	33.4

* Comunidad Andina sin Venezuela

FUENTE: DANE - DIAN

Gráfico 46. Acuerdos Comerciales: (CEPAL: Acuerdos Comerciales.) ²¹

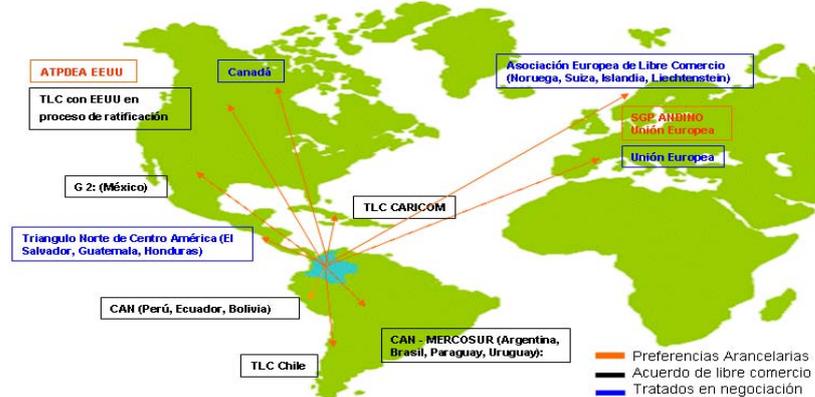
²⁰

http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=category§ionid=15&id=49&Itemid=231

²¹ <http://www.proexport.com.co/vbecontent/NewsDetail.asp?ID=9288&IDCompany=20>

Colombia adelanta una agresiva política de apertura de mercados. En la actualidad el país tiene acuerdos comerciales con:

Gráfico 48. Acuerdos Comerciales: (CEPAL: Acuerdos Comerciales.)



Los acuerdos que existen son:

a) Acuerdos de Libre Comercio

- TLC con Estados Unidos en proceso de ratificación:
- Comunidad Andina de Naciones-CAN (Colombia, Bolivia, Ecuador y Perú)
- G-2 (Colombia y México)
- CAN – MERCOSUR
- Colombia - Chile.
- Colombia – CARICOM

b) Adicionalmente adelanta las siguientes negociaciones con miras a suscribir nuevos tratados:

- Colombia - Triangulo Norte de Centro América (El Salvador, Guatemala y Honduras)
- Colombia – Asociación Europea de Libre Comercio (Noruega, Suiza, Islandia y Liechtenstein)

- Colombia – Canadá
- Colombia – Unión Europea (Pendiente inicio de negociaciones)
- Esta información nos muestra la importancia y la apuesta que hace el País en temas de Comercio Exterior, el crecimiento de los últimos años, los acuerdos comerciales que se presentan y nos permite deducir que en el ámbito laboral existe una gran apertura y demanda de profesionales en este campo.
- Proporciona generación de ingresos al País
- Evolución de calidad de vida de la población en general.

10.2.4 El Contexto Institucional.

El Minuto de Dios desde su inicio, ha venido apoyando la construcción del país motivando y apoyando iniciativas de impulso de Empresas mediante Informes de relacionamiento, un programa que desarrolla el CENTRO UNIVERSIDAD EMPRESA – CUE de la Uniminuto con el objeto de prestar servicio a estudiantes y egresados que necesitan apoyo para ubicación laboral. Este servicio atiende la demanda del sector empresarial de Bogotá que desea contar con miembros de nuestra comunidad en su organización y la Escuela de Economía Solidaria – EES encargadas de diseñar y liderar productos y servicios que contribuyen al fortalecimiento del sector empresarial en el País.

Uniminuto a través del CUE desarrolla una unión entre el conocimiento, la realidad nacional y el mundo empresarial; se da respuesta a necesidades reales y concretas de la sociedad, prepara a los jóvenes con una gran capacidad profesional con un alto espíritu humano, con un elevado nivel de sensibilidad social y conocimiento de las características del contexto nacional.

Uniminuto posee 12 sedes a nivel nacional, 17 programas profesionales, 7 programas tecnológicos, 3 postgrados. 6295 estudiantes en Bogotá, 8650 estudiantes en regionales según cifras del año 2007. En cuanto al Sector real tenemos Empresas, ONG, Instituciones, comunidades, asociaciones y gobierno, un

conjunto de programas, empresas y personas que hacen posible tener una serie de variables para obtener el éxito, que nos permite Identificar los perfiles empresariales del sector, laborales del estudiante, identificar nuevas oportunidades de acción y tener un concepto de servicio dinámico.

Existen además otras dependencias que permiten un reraconamiento dinámico con el sector real. Una presentación de los mismos es:

- Centro Universidad Empresa: Empleabilidad, emprendimiento, prácticas profesionales, Servicios Empresariales, Formación para el trabajo.
- Escuela de Economía Solidaria.
- Admisiones y Registro: Convenios de descuento para empleados de empresas interesados a ingresar a programas universitarios.
- Centro de Educación para el Desarrollo: Responsabilidad Social Universitaria, Desarrollo Comunitario, Pensamiento Social.
- Cooperativa Minuto de Dios: Empleabilidad CTA, Centro Educativo, Micro crédito,
- Como parte de esta formación también el Diplomado en Negocios Internacionales está dirigido a aquellas personas que tengan su empresa funcionando, estén en proceso de formación de empresa, o quieran crear su propia empresa y con visión de Comercio Exterior.

Además, el Diplomado en Negocios Internacionales lleva a la organización a la que pertenece el aspirante a buscar medios para fortalecer su experiencia y beneficiar a la comunidad mediante procesos que permitan no solo una operación de subsistencia, sino de crecimiento y desarrollo.

10.3 DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO DEL PROGRAMA

10.3.1 Principios. El programa de Diplomado en Negocios Internacionales se fundamenta en:

10.3.2 Responsabilidad Social de los Negocios Internacionales: Formar personas con Diplomado en Negocios Internacionales responsables, competitivos éticamente orientados y socialmente comprometidos que tengan un desempeño como gestores que presten un buen servicio en cualquier sector económico que desarrolle.

Según el resultado de las encuestas realizadas, nos da como resultado un alto porcentaje que manifiesta el interés en cursar el Diplomado en Negocios Internacionales.

Uniminuto está comprometida con el crecimiento de las Mypimes y su desarrollo de tal forma que estén preparadas para que puedan competir en condiciones de igualdad con aquellos gigantes del mundo empresarial, pero sin olvidar su compromiso con el entorno y el impacto que puede generar su acción tanto positivo como negativo, esto basado en información del CUE.

10.3.3 Necesidad de relacionamiento:

La organización del mundo moderno exige al egresado universitario poseer complejidad en conocimientos dentro de las diferentes ciencias y disciplinas que les permitan adquirir habilidades de racionalidad y control para la competitividad que existe el día de hoy en un mundo globalizado.

Los egresados que están dentro del ambiente laboral deben conocer procesos como los de estandarización, simplificación, y manejo de importaciones y/o exportaciones además de poder conocer y evaluar los requerimientos que afecten o condicionen el movimiento de mercancías entre países, es decir acuerdos internacionales, preferencias arancelarias, normas que se aplican en el ámbito del comercio Internacional.

10.3.4 Experiencia de la Organización Minuto de Dios – Administración:

La Facultad de Ciencias Empresariales constituye una unidad académica de UNIMINUTO que forma profesionales a nivel de pregrado, posgrado y de educación continuada en Ciencias Económicas, Administrativas y Financieras mediante un Modelo Educativo de formación integral que se caracteriza por el espíritu emprendedor, responsabilidad social y compromiso con el desarrollo humano de las personas, comunidades y organizaciones acorde con las exigencias de una sociedad en constante transformación.

Una de las disciplinas por las que los profesionales se están enfocando es la de Comercio Exterior y Negocios Internacionales debido a la apertura económica del País y para ello la Corporación Universitaria Uniminuto les brinda este diplomado que se traduce en un medio para:

Construir conocimiento mediante la instrucción práctica y conceptos, no solamente desde el punto de vista académico sino a través de la sistematización de procesos, conocimientos de mercados nacionales e internacionales con la capacidad para penetrar en ellos y comercializar los productos de las compañías Colombianas.

El resultado de las encuestas hechas a estudiantes permite identificar que la mayoría de las personas encuestadas (30) labora en entidades que tienen relación con el campo del comercio exterior, ya sea como importadores o exportadores o formando parte de la cadena logística, sin embargo los cargos ocupados por dichas personas son comerciales, o de asistencia en funciones de tipo administrativo y operativo, por ello, participar de un programa como este les permitiría incrementar sus posibilidades de crecimiento dentro de sus mismas empresas o en estructurar su propio Plan de Negocio.

De otro lado los resultados de las encuestas realizadas también apuntan a que la mayoría de personas planeas crear su propia empresa cubriendo diversos tipos de mercados, lo cual nos refleja que el enfoque en la formación de Plan de Negocio

planteado como eje del Diplomado es plenamente asertivo puesto que les brindará herramientas suficiente para formar empresas participantes de negocios internacionales.

10.4 FUNCIONES DEL PROGRAMA:

10.4.1 Función de docencia:

Se realiza dentro del modelo implementado por Uniminuto, que se fundamenta en un proceso de formación integral que se plasma en el programa del diplomado, a través del cual se desarrollan y fortalecen aspectos para competir con éxito en el mundo globalizado, aprendizaje sobre terminología, normas cambiarias, parámetros de comercio exterior, mercadeo y negociaciones internacionales que contribuyen a la formación de los empresarios y egresados de pregrado, con el fin de obtener profesionales competitivos, preparados para enfrentar los diferentes tipos de negociación internacional proporcionándoles fundamentos teóricos, herramientas de aplicación direccionado hacia la formulación de un Plan de Negocios.

10.4.2 Enfoque pedagógico:

El programa de Diplomado en Negocios Internacionales se ha diseñado teniendo en cuenta las necesidades a desarrollar en cuanto a procesos de enseñanzas, donde los docentes, los estudiantes, la universidad y la comunidad actúen como individuos activos dentro de un proceso dinámico de aprendizaje que permita desarrollar los siguientes pasos:

Aprender a conocer

Optimización en la utilización de los conceptos de Comercio Exterior y Negocios Internacionales tanto en Español como en Inglés y los procesos correspondientes, para aplicarlos en el desarrollo de las funciones dentro de las organizaciones.

Aprender a hacer

Desde una experiencia práctica, la persona que desarrolle competencias en Negocios Internacionales que le permitirá poseer habilidades tanto operativas, como comerciales necesarias para facilitar el proceso de negociación de productos y servicios de una empresa. Se desarrollará al realizar una investigación y planeación de su proyecto de negocios Internacional, un plan de negocios y al visitar campos reales de acción para el tema.

Aprender a ser

Les facilita a las personas su manera de desempeñarse a través del aprendizaje del Diplomado de Negocios Internacionales.

10.4.3 Metodologías y didácticas

El proceso de enseñanza y aprendizaje requiere la estructuración de módulos dictados por sesiones de clases en los cuales se establecen diferentes alternativas y métodos según los temas del Diplomado y competencias a generar.

El Centro Universidad Empresa propone alternativas para el desarrollo del Diplomado tales como:

Clase Magistral: La cual se desarrollará a través de sesiones de afianzamiento sobre conocimientos propios de Comercio Exterior, donde se enseñan los procesos que el Docente transmite para buscar la excelencia en el pensamiento informativo.

Cursos virtuales y presenciales complementarios: En inglés técnico como un curso opcional, el seminario de Operaciones bancarias de Comercio Exterior por parte del BBVA, de Call Center internacional por la Cooperativa de Trabajo Asociado Alminuto CTA.

Visitas y patrocinio de empresas interesadas: Se realizarán visitas a empresas que se dediquen a la operación que se trabaje en cada uno de los módulos de tal forma que se logre una mayor comprensión por parte de los estudiantes, por ejemplo Proexport- Catedra Zeiky, BBVA, seminarios de Operaciones Cambarías, Zonas Francas en Bogota y Puertos.

10.4.4 Función de Investigación:

Investigación Formativa: Función que permite investigar las diferentes metodologías a aplicar en el desarrollo del Diplomado.

10.5 VISION

La corporación Universitaria en dos años contara con un programa reconocido en el tema y con miras a realizar un proyecto y diseñar una Especialización en Negocios Internacionales.

10.6 MISION

Formar estudiantes o empresarios vinculados con carreras afines a Comercio Exterior y Negocios Internacionales con responsabilidad para el manejo de las negociaciones Colombianas orientadas hacia el Exterior, éticamente orientados y socialmente comprometidos, capaces de comprender el entorno nacional e internacional con conocimientos de las organizaciones mundiales que rigen el comercio exterior y que contribuyan a la identificación y desarrollo de las oportunidades en el mundo actual. Todo ello en pro del desarrollo del país.

10.7 POLÍTICAS

Para el desarrollo del Diplomado se asumen las políticas establecidas por La Facultad de Ciencias Empresariales - FCE y son los siguientes:

10.7.1 Docencia:

Docente con Especialización en el tema
Motivación y reconocimiento del docente.

10.8 OBJETIVOS

10.8.1 Objetivo General

Generar competencias en gestión de Negocios Internacionales a profesionales, trabajadores y empresarios en general vinculados a Negocios Globales.

10.8.2 Objetivos Específicos:

- Ofrecer conceptos teóricos e históricos del Comercio Exterior y Negocios Internacionales.

- Generar conocimientos en sistemas logísticos a través de la enseñanza de un módulo de Logística y carga aduanera.
- Conocer aspectos relevantes de la contratación internacional y de la tributación en las operaciones de Negocios Internacionales, y las operaciones cambiarias.
- Aprendizaje del sistema financiero Internacional.
- Desarrollar habilidades para la Negociación Internacional a través de experiencias prácticas como ruedas de negocios en vivo.
- Para lograr este objetivo nuestra propuesta permite agrupar los contenidos según la temática así:

I. CONCEPTOS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES (4 SESIONES)

Este módulo le permitirá comprender los conceptos básicos y comenzar a formar su plan de negocio internacional con bases sólidas al ingresar en el ámbito del comercio internacional mediante la comprensión de las diferentes terminologías manejadas, todos los tipos de entidades implícitas en cada proceso y sus diferentes roles, así como una visión del marco legal del comercio internacional, términos de negociación etc.

II. INTELIGENCIA DE MERCADOS (4 SESIONES)

En este espacio desarrollará una clara idea del tipo de plan de negocio que desea ejecutar durante su Diplomado, mediante la exploración del mercado de su interés con herramientas estructuradas de conocimiento tales como la obtención de fuentes claras de información, la identificación de los productos de nuestro interés, su clasificación, el manejo de tratados específicos para su comercialización, proyecciones de oferta y demanda y otros aspectos claves para realizar el Plan de Negocios Internacional.

III. IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES (2 SESIONES)

La temática aquí desarrollada le permitirá comprender y aprender todo el proceso de exportación de tangibles e intangibles, clasificación de mercancías y documentación requerida bajo los parámetros de la normatividad aplicada, también se trabajaran las diferentes modalidades de importación, su manejo, normatividad a tener en cuenta en la manipulación de dichas mercancías y la aplicación adecuada del régimen legal para generar valor agregado a la cadena logística.

IV. LOGISTICA DE CARGA Y DISTRIBUCION FISICA (2 SESIONES)

El módulo permite tener una visión clara y puntual de todo el proceso logístico del movimiento de mercancías, tanto en su preparación como en su desplazamiento de su origen hasta su destino, los tipos de transporte manejados para ello, los costos generados y entre otros el manejo de la documentación pertinente.

V. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACION INTERNACIONAL (3 SESIONES)

En este espacio desarrollara talentos necesarios y específicos para su desenvolvimiento en las negociaciones tanto nacionales como internacionales. Conocerá estrategias de negociación, condiciones contractuales y desarrollará habilidades para generar el máximo beneficio según el país o región con el cual desarrolle sus negociaciones.

VI. FORMULACION DEL PLAN DE NEGOCIOS INTERNACIONAL (3 SESIONES)

En este módulo estructurará con claridad tres opciones de trabajo práctico así:

1. Plan de Negocio Internacional visualizando así, la verdadera viabilidad del mismo y los puntos a fortalecer o centros de enfoque a manejar bajo procedimientos específicos para crear una nueva organización.
2. Plan de Comercio Exterior: Que sería un plan estratégico diseñado según el interés personal de cada estudiante para mejorar las condiciones de empresas existentes.
3. Diseño de Operaciones Internas: Que daría como resultado un plan operativo, siendo desarrollado de acuerdo a la Compañía donde cada estudiante del Diplomado labore o el departamento donde se encuentre dentro de la compañía.

VII. OPERACIONES CAMBIARIAS E INTERNACIONALES (4 SESIONES)

El contenido aquí expuesto le permitirá conocer a cabalidad lo referente al manejo económico de las operaciones de Comercio Internacional al clasificar las diferentes formas de pago por movimiento comercial, manejo de divisas, trámites comunes, procedimiento operativo, efectos revaluativos y devaluativos de nuestra divisa nacional frente a los mercados internacionales.

11. SISTEMA CURRICULAR

El diplomado se estructura como una unidad académica adscrita a la Facultad de Ciencias Empresariales. Desde allí se genera un pensamiento actualizado, educativo y práctico frente a la temática del Comercio Exterior y los Negocios Internacionales.

Por esta razón el Diplomado en Negocios Internacionales está concebido para formar los empresarios que se desempeñen eficaz y eficientemente dentro de las organizaciones desde dos puntos de vista:

- Comprensión del entorno nacional e internacional.
- Conocimiento de la capacidad instalada de la empresa para la internacionalización de sus productos y servicios.
- Formulación y Estructuración de un Plan de Negocio Internacional.

11.1 DIRECTRICES CURRICULARES

Uniminuto dentro de su modelo de gestión diseña políticas que se deben tener en cuenta en los procesos de construcción de currículos. El Diplomado en Negocios Internacionales asume estas políticas de la siguiente manera:

Globalidad e Integralidad:

Los negocios Internacionales es un tema que ha adquirido una vital importancia a nivel mundial debido a la fuerza globalizadora que ha marcado los negocios durante los últimos años. El éxito del empresario es cada vez más asociado al entendimiento del contexto mundial y no sólo de las negociaciones nacionales.

Flexibilidad:

El comercio Exterior es un tema que contempla el aprendizaje desde los diferentes campos debido a la amplia temática del mismo con el objetivo de enriquecer el proceso de formación del estudiante.

Interdisciplinariedad:

La complejidad que afrontan los países de acuerdo a los procesos de exportación e importación de los productos y servicios obliga al profesional a estar preparado tanto en la parte operativa como en la parte comercial y gerencial para poder llevar a la compañía a un ámbito internacional.

Investigación:

La temática ofrece un amplio campo de investigación sobre las entidades prestadores de los servicios de comercio exterior que son quienes tienen la información y las actualizaciones sobre tratados Internacionales, normas, leyes, contratos, operaciones cambiarias y reglamentación aduanera.

11.2 PERFILES

11.2.1 Perfil del aspirante. El diplomado está dirigido a Profesionales, no profesionales- empresarios, con funciones en el área de importación y exportación, docentes Universitarios y personas en general con responsabilidades e intereses actuales o proyectados en el ámbito del Comercio Exterior y con el aprovechamiento de oportunidades frente a la globalización y a la apertura económica.

11.2.2 Perfil del Egresado. El egresado es enriquecido con formación gerencial, competitiva y con conocimientos sólidos sobre el campo del Comercio Exterior y la formación de Plan de Negocios en exportación e importación, usada para el aprovechamiento de las oportunidades que nos brindan los mercados Internacionales, con principios éticos, socialmente comprometidos y altamente

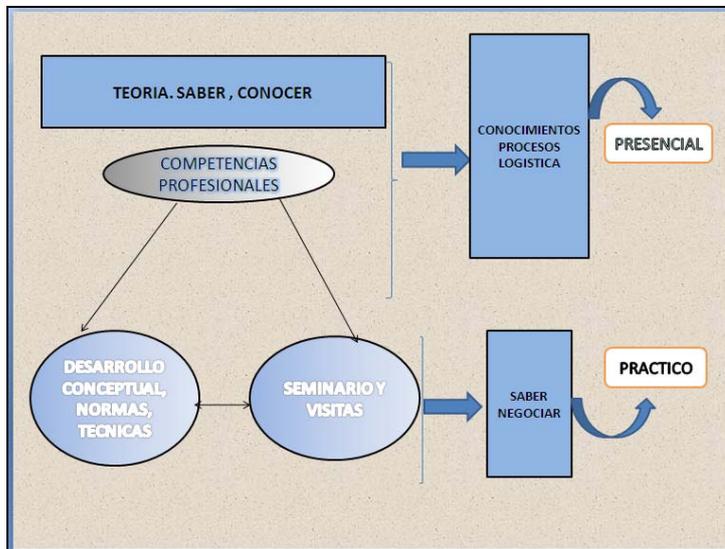
responsables en el desempeño profesional y con habilidad para proyectarse confiablemente en el entorno laboral y social.

11.2.3 Perfil Ocupacional. El egresado del Diplomado estará formado para asumir responsabilidades en cargos de nivel gerencial o ejecutivo o staff en empresas o áreas orientadas a comercio exterior o a la internacionalización de la empresa, o también para desarrollar y gestionar su propia iniciativa de negocio en temas de negocios internacionales como asesor o gestor como organizador o intermediario.

11.2.4 Perfil Docente. El cuerpo de docentes que hacen parte del diplomado se caracteriza por ser profesionales con alto nivel académico al ser posgraduados en áreas directamente relacionadas con el comercio exterior, economía y negocios internacionales, amplia experiencia en el campo laboral como componentes íntegros y en su función dentro de la docencia universitaria, además, poseen altos niveles de responsabilidad, honestidad, compromiso y liderazgo con gran disposición al cambio y a nuevas experiencias; seres íntegros, creativos, orientados en los valores y la ética; en búsqueda constante de un mejoramiento continuo y comprometidos en lograr metas y objetivos trazados.

11.3 CAMPOS DE FORMACIÓN

Gráfico 47.



ELABORACION PROPIA

11.4 ESTRUCTURA CURRICULAR

El diplomado en Negocios Internacionales se estructura a través de una organización que permita obtener conocimientos según las necesidades del estudiante y de las organizaciones a través del modulo de formulación de Plan de Negocios según la necesidad del estudiante.

Conceptos de Comercio Exterior (4 Sesiones)

Terminología de uso frecuente

Involucrados y sus roles (SIA, Consolidadores, OTM, Línea Naviera, Agente Naviero, Puertos, Zonas Francas, Zonas Primarias y Secundarias)

UAP y ALTEX

Políticas que regulan el movimiento Comercial

Restricciones al Comercio Internacional

Niveles de Integración

Marco legal e institucional
Régimen de importación y modalidades aduaneras
Régimen de exportación y modalidades aduaneras
Términos de Negociación Internacional (INCOTERMS)
Entidades de Apoyo

Inteligencia de Mercados (4 Sesiones)

Identificación del mercado objetivo
Justificación del mercado objetivo
Clasificación de producto, sistema armonizado de designación y codificación de mercancías (NAB)
Estimación del mercado potencial (tamaño y crecimiento)
Fuentes de obtención de información para análisis del mercado
Análisis demanda – oferta
Acuerdos comerciales
Tratados internacionales
Análisis de competencia (principales participantes, relación de agremiaciones existentes)
Análisis de costos
Establecimiento de precio
Creación de imagen del producto



Importaciones y Exportaciones (2 Sesiones)

Actividad alterna: Catedra Zeiky (Proexport)
Preselección del país y Estrategias de Mercado
Documentos Requeridos para la Exportación
Clasificación Arancelaria
Formas de pago y liquidación de la exportación
Sistema de Prorratio



Modalidades de Exportación y su declaración

Recepción de la mercancía por el transportista y Procedimiento Operativo

Inspección Antinarcoóticos

Autorización y certificación de embarque

Salida de la mercancía del Territorio Aduanero Nacional (TAN)

Documentos soportes para el pago de la exportación

Régimen legal y sancionatorio de las exportaciones

Entidades de apoyo

Importación Ordinaria

Procedimiento operativo

Modalidades de Importación y su declaración

Selección de los documentos soportes para la modalidad de importación ordinaria.

Régimen de Importación (base gravable, arribo y aviso de llegada de la mercancía, manifiesto de carga)

Pago de Tributos aduaneros

Determinación de Inspección o Levante

Régimen legal y sancionatorio de las importaciones

Logística De Carga Y Distribución Física (2 Sesiones)



Actividad alterna: Visita Zona Franca, Aeropuerto o Terminal de Carga

Charla vivencial Gerente Linea Naviera (Alfonso Ochoa)

Sistema Logístico de Importaciones

Sistema Logístico de Exportaciones

Operaciones de Transporte y Seguros

Tipos de transporte (aéreo, marítimo, terrestre y multimodal)

Contenerización

Almacenamiento

Manejo de documentación de transporte (BL`s).

Tipos de Carga (empaques y embalajes)

Transporte (preparación, requerimientos, vehículos, contratos y costos)

Regulaciones del Transporte Internacional

Costo del servicio (clases de pólizas y seguros, determinación de costos)

Matriz Operativa de la Importación

Matriz Operativa de la Exportación

Costos Directos e indirectos de la cadena logística

Informe de la Cadena Logística



Estrategias De Negociación Internacional (3 Sesiones)

Actividad Alternativa. Visita a ruedas de negocio Proexport y Cámara de Comercio.

Charla de Call Center para operaciones Internacionales.

Estilos de negociación internacional

Tácticas de negociación: directas, persuasivas, defensivas o agresivas.

Principios de negociación internacional

Estilos de negociación por áreas geográficas.

Estrategias de negociación: cómo hacer propuestas, realizar concesiones, presentar argumentos, hacer frente a las objeciones, etc.

Dominando el espacio de la negociación (peor opción, mejor opción, puntos de referencia)

La comunicación, las relaciones en el proceso en la negociación.

Construcción creativa de opciones.

El protocolo en los negocios internacionales.

Contratación Internacional Coaching

El cierre exitoso de la negociación: superación de potenciales rupturas, logro de acuerdos, etc.

Formulación Del Plan De Negocio (3 Sesiones)

Preliminares para identificación de necesidad que cubre el negocio y sus Antecedentes.

Investigación de mercados

Estrategias de mercadeo

Proyecciones de ventas

Estudio técnico, de ingeniería u operacional

Estudio administrativo y jurídico legal

Estudio financiero y de evaluación económica

Plan operativo

Impacto del proyecto

Operaciones Cambiarias (4 Sesiones)

Actividad alterna: Seminario BBVA

Giros

Cartas de crédito

Canalización de Divisas

Mercado de Divisas

Sistemas y formas de Pago

Declaraciones de Cambio - DCIN 83

Documentos Soportes

Régimen Legal

Procedimiento Operativo y documentos soportes

Formas de Pago

Endeudamiento Externo

Inversión Internacional

Regímenes Especiales

Balanza de pagos y balanza comercial

Régimen sancionatorio



11.5 Planes de Estudio

11.5.1 Matriz Diplomado

Conceptos de Negocios Internacionales	4 sesiones
Inteligencia de Mercados Internacionales	4 sesiones
Importaciones y Exportaciones	2 sesiones
Logística de Carta y Distribución Física	2 sesiones
Estrategias de Negociación Internacional	3 sesiones
Formulación de plan de Negocios	3 sesiones
Operaciones Cambiarias y Régimen Internacional	<u>4 sesiones</u>
Total	22 sesiones

ELABORACION PROPIA

11.6 PROSPECTIVA DEL PROGRAMA

11.7 EGRESADOS Y EJERCICIO DEL DIPLOMADO

El egresado del Diplomado en Negocios Internacionales de la Corporación Universitaria Minuto de Dios será una persona capaz de ejercer liderazgo en equipos interdisciplinarios, comprometido con el estudio, el análisis y la implementación de soluciones comerciales en términos de negocios internacionales.

11.8 NECESIDADES DEL ENTORNO

Las personas que cursen el Diplomado en Negocios Internacionales deben ser profesionales con acceso a posiciones como:

- Direccionar Departamentos y/o áreas de Comerciales, de Comercio Exterior en organizaciones con actividades de exportación y/o importación.
- Consultoría gerencial y de negocios Internacionales.
- Asesoría en procesos y negociaciones de Comercio Exterior.

11.9 RECURSOS FÍSICOS Y FINANCIEROS

Medios Educativos

Diplomado duración 1 semestre

Título que Otorga:	Diplomado en Negocios Internacionales
Duración No. de Horas.	128 Horas
Modalidad:	Presencial
Inversión:	\$1.500.000.00
Cronograma:	Inscripciones Abiertas Marzo 17/08
Inicio de Clases:	Mayo 03/08

Horario de clases. (Dos alternativas)

Viernes de 6:00 a 9:00 p.m. y Sábados de 8:00 a.m. a 1:00p.m.

Sábados de 8:00 a.m. a 2:30 p.m.

Infraestructura

Instalaciones de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Sede Principal.

Informes:

UNIMINUTO CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

Calle 81b No. 72b-70 Tel: 2916520 2916550

11.10 PRESUPUESTO Y RECURSOS FINANCIEROS DEL PROGRAMA

- Descuentos por pronto pago.
- Financiación de la Cooperativa Uniminuto
- Pago con Tarjeta de Crédito

12. CONCLUSIONES

El proyecto del Diplomado de Negocios Internacionales comenzó como una idea para la Facultad de Ciencias Económicas y desarrollamos el Plan Curricular del Programa de Diplomado de Negocios Internacionales que fue aprobado por Vicerrectoría Académica y se vendió el diplomado dentro del nicho de mercado establecido estudiantes de últimos semestres de la Facultad de Ciencias Empresariales de Uniminuto.

Se desarrolló un contenido temático en 7 módulos, que se desarrollaran de acuerdo a las etapas que se establecieron con temas competitivos en relación con las demás instituciones educativas.

Se realizó un estudio de mercadeo y se recibieron hojas de vida para seleccionar y negociar el cuerpo docente que conformaría la enseñanza de cada módulo. Después de realizar las correspondientes entrevistas y de acuerdo a la experiencia de cada docente, se seleccionó el equipo que dictará el diplomado.

Se realizó un diseño publicitario del cual obtuvimos un volante, folleto y afiche para dar a conocer el diplomado a los estudiantes de la Corporación Uniminuto de Dios.

La variable que se generó del valor agregado para el diplomado fueron las actividades prácticas y los convenios con Proexport, BBVA, Cámara de Comercio.

12.1 RECOMENDACIONES

Después de haber sido aprobado el Diplomado en Negocios Internacionales, puesto en marcha y planeación de comienzo de clases, se debe realizar una retroalimentación para saber la opinión y resultados finales una vez que haya

finalizado este periodo académico del mismo, para seguir con el plan que se tiene de llegar a tener una especialización en el tema que lo dicte también UNIMINUTO. Realizar cada vez más actividades complementarias de acuerdo con la actualización del mundo internacional y de las nuevas normas que salgan de acuerdo a los tratados internacionales entre los diferentes países y Colombia para poder así obtener una buena experiencia profesional, proveer a las estudiantes con actividades que llenen las expectativas del mercado potencial.

13. BENEFICIARIOS

El beneficiario del producto de esta investigación es UNIMINUTO ya que se pudo lograr la puesta en marcha del Diplomado en Negocios Internacionales y así poder abrir las puertas a un tema de bastante interés de acuerdo a la globalización caracterizado por un progresivo acercamiento entre los agentes que interviene en la vida económica de los países (gobiernos, empresas, consumidores), y generar una competencia más intensa y crear mayores oportunidades de expansión internacional a nuestros estudiantes con una opción básica para ellos la cual será invertir en procesos de internacionalización.

BIBLIOGRAFIA

- A Guide for Writing Research Papers based on styles recommended by the American Psychological Association Prepared by the Humanities Department and the Arthur C. Banks, Jr., Library Capital Community-Technical College Hartford, Connecticut. http://cctc.commnet.edu/apa/apa_index.htm
- Álvaro Uribe Vélez, Javier Botero Álvarez. (2006, Julio 26) Ley 1064 de 2006. (Online). Disponible en: <http://www.secretariasenado.gov.co/leyes>.
- Álvaro Uribe Vélez, Cecilia María Vélez White. (2007, Julio 31) Decreto 2888 de 2007. (Online). Disponible en: <http://www.mineducacion.gov.co>
- A.PA Reference Style by David S. Baker and Lynn Henrichsen at Brigham Young University. <http://humanities.byu.edu/linguistics/Henrichsen/APA/APA01.html>
- Características de Educación a Distancia. www.entdistancia.unam.mx
- Citation Styles by Andrew Harnak and Eugene Kleppinger from their book Online! a reference guide to using internet sources, Bedford/St.Martins, 1998. <http://www.bedfordstmartins.com/online/citex.html>
- Citation Style For Research Papers by Robert Delaney, Long Island U. <http://www.liunet.edu/cwis/cwp/library/workshop/citation.htm>
- Cisex. Las bases de datos más confiables y completas de comercio exterior en Sudamérica. (Homepage). Consultado en la Web World Wide de: <http://www.sicex.com/index.php>.

- DANE. Exportaciones 2007. Consultado en la Web World Wide de:
http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=category§ionid=15&id=49&Itemid=231

- DANE. (Importaciones 2007). (Homepage) Consultado en la Web World Wide:
http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=category§ionid=15&id=49&Itemid=231

- DANE, Balanza de Pagos 1970-2006, (Homepage).
 En la Web Wide World:
[www.http/http://www.businesscol.com/economia/balanza2.htm](http://www.businesscol.com/economia/balanza2.htm)

- El Centro de Tesis. Documentos, Publicaciones y Recursos Educativos más amplios de la Red. (1997). Control. (Homepage). Consultado en la Web World Wide de: <http://www.monografias.com/trabajos14/control/control.shtml>

- Fuente: WEB PICKING, “Nueve zonas francas más están operando en Colombia” <http://www.webpicking.com/ps/news.php?=7642>

- Fuente: Normas Generales para regular el Servicio Público de la educación <http://menweb.mineducacion.gov.hormas/concordadas/decreto115> (consulta: Ley 115 de 1994).

- Fuente: PORTER Michael, Estrategia Competitiva (1982) <http://ricoveri.ve.tripod.com/ricoverimarketing2/id24.htn>.

- Fuente: Senado de la República de Colombia/ Información Legislativa (1992, Diciembre 28) Ley 30 de 1992. (Online). www.secretariasenado.gov.co

- Fuente: Régimen Legal de Bogotá, D.C. (1994, Febrero 8). Ley 115 de 1994. www.alcadiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp/fichadocumento.

- Fuente: Régimen Legal de Bogotá, D.C. (1996, Enero 15). Decreto 114 de 1996.
www.alcadiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal1.jsp=1319.
- Fuente: Álvaro Uribe Vélez, Javier Botero Álvarez. (2006, Julio 26) Ley 1064 de 2006. <http://www.secretariasenado.gov.co/leyes>.
- Fuente: Álvaro Uribe Vélez, Cecilia María Vélez White. (2007, Julio 31) Decreto 2888 de 2007.
<http://www.mineducacion.gov.co>
- Fuente: Conceptos de E-business y E-commerce
http://www.grupoe.com/web/edu_conceptos_basicos_ebusiness.asp
- Fuente: Inversión extranjera en Colombia.
<http://www.proexport.com.co/vbecontent/NewsDetail.asp?ID=9288&IDCompany=2>
- Fuente: Sicex. <http://www.sicex.com/index.php>.
- Fuente: Corporación Universitaria Minuto de Dios / Admisiones / Bases de datos internas de estudiantes.
- Fuente: Base de datos anexa “TABLA DE ANALISIS DE MERCADO”
- Fuente:
http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=category§ionid=15&id=49&Itemid=231
- Fuente:
<http://www.proexport.com.co/vbecontent/NewsDetail.asp?ID=9288&IDCompany=20>

- Grupo E Negocios en Internet. Conceptos de E-business y E-commerce. (Homepage). Consultado en la World Wide Web:
http://www.grupoe.com/web/edu_conceptos_basicos_ebusiness.asp.
- <http://www.proexport.com.co/vbecontent/NewsDetail.asp?ID=9288&IDCompany=20>
- <http://menweb.mineducacion.gov.co/normas/concordadas/Decreto115>
(Consulta: Ley 115 de 1994).
- Ministerio de Educación Nacional / Educación Superior / Estadísticas / MEN-SNES World Wide Web:
http://menweb.mineducacion.gov.co/info_sector/estadisticas/superior/matricula_area.html
- Negociemos en Colombia. (Homepage). Consultado en la World Wide Web:
<http://businesscol.com/comex/exportins.htm>
- NORMAS TECNICAS ICONTEC
Instituto Colombiano de Normas Técnicas. (2007). Homepage. Consultado en:
http://www.usbctg.edu.co/academica/pregrado/documentos/sis_icontec.pdf
- Perfil del comercio exterior de la región. Bogotá – Cundinamarca, con Venezuela. 382.9 C15p Ej. 1
- Perfil del comercio exterior de la región. Bogotá – Cundinamarca, con Estados Unidos. 382.9 C15p1 Ej. 1
- Perfil del comercio exterior de la región. Bogotá – Cundinamarca, con Perú. 382.9 C15p4 Ej. 1

- Perfil del comercio exterior de la región. Bogotá – Cundinamarca, con Ecuador. 382.9 C15p3 Ej. 1
- Régimen Legal de Bogotá, D.C. (1994, Febrero 8). Ley 115 de 1994. (Homepage). Consultado de la Web World Wide:
www.alcadiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp/fichadocumento.
- Regimen Legal de Bogotá, D.C. (1996, Enero 15). Decreto 114 de 1996. (Homepage). Consultado de la Web World Wide:
www.alcadiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp=1319.
- Senado de la República de Colombia/ Información Legislativa (1992, Diciembre 28) Ley 30 de 1992. (Online). Disponible en: www.secretariasenado.gov.co
- Uniminuto Corporación Universitaria Minuto de Dios. Programas Educación Continuada. World Wide Web: <http://uniminuto.edu>..
- Websites que documentan el sistema APA

ANEXOS

LISTADO DE CARPETAS ANEXAS

✓ **ANEXO ACTAS DE REUNION:**

Allí encontrara todas las actas de cada una de las reuniones de seguimiento de trabajo efectuadas con el director de tesis y los resultados en cada una.

✓ **ANEXO BASES DE DATOS:**

En esta carpeta están todas las bases de datos conseguidas para efectos de búsqueda de mercados potenciales (base Uniminuto, base de exportadores, base de importadores, base de consolidadotes y base de SIAS).

✓ **ANEXO CUESTIONARIOS FOCUS GROUP:**

Allí encontrara la imagen escaneada del focus group realizado por persona.

✓ **ANEXO DISEÑO DE PUBLICIDAD:**

Están los archivos de todos los diseños realizados para efectos publicitarios del diplomado (afiche y plegable).

✓ **ANEXO ENCUESTAS:**

Allí encontrara la imagen escaneada de las encuestas realizadas persona por persona.

✓ **ANEXO ESTUDIO DE COMPETENCIA:**

Esta carpeta esta organizada por sub carpetas por ciudad con la información de los diferentes programas afines que ofrecen. Además, la tabla de fabulación de todos los datos recopilados para efectos de análisis.

✓ **ANEXO HOJAS DE VIDA:**

Están depositadas todas las hojas de vida de prospectación de docentes conseguidas.

✓ **ANEXO INFORMACION DE SEMINARIOS:**

Esta toda la información de los 2 seminarios realizados a raíz del proceso de formación del diplomado como valores agregados para dar a conocer el programa.

ENCUESTAS
A LOS EMPRESARIOS



Buen día, somos estudiantes de Uniminuto y estamos realizando un estudio de mercados para determinar las necesidades de adquisición de conocimiento y formación en el campo de Comercio Exterior para estudiantes universitarios y el sector empresarial. Además, deseamos identificar su interés en metodologías de Educación Continuada, por ello le agradecemos contestar esta encuesta con la mayor sinceridad posible.

1. ¿Que actividad realiza su empresa?

2. ¿Cuál es su principal mercado?

3. ¿Le interesaría ser participe del mercado internacional mediante operaciones comerciales?

Si

No

¿Por qué?

4. ¿Le parece interesante el campo del Comercio Exterior?

Si

No

¿Por qué?

5. ¿Los conocimientos que observa en el personal de su empresa sobre CE le parecen suficientes para la labor que ejercen?

Si

No

¿Por qué?

6. ¿Cuál es el perfil que usted solicita para contratar al personal que se hará cargo del tema de Comercio Exterior en su empresa?

7. ¿Cuánto invierte la empresa anualmente en formación de cada persona que ejerce funciones con relación a Comercio Exterior (importaciones, exportaciones, manejo logístico de cargas, temas legales)

Menos de 2 millones

Entre 2 a 5 millones

De 5 a 10 millones

Más de 10 millones

8. ¿Los conocimientos que usted posee en CE son suficientes para ejecutar su labor dentro de la empresa?

Si

No

¿Por qué?

9. ¿Cómo adquirió dichos conocimientos?

En la Universidad ¿Cuál y en donde?

En un curso ¿Cuál y en donde?

En la práctica cotidiana. ¿Cómo y en donde?

10. ¿Estaría usted interesado en tomar algún tipo de curso de CE?

Si

No

¿Por qué? ¿Cuánto invertiría en ello?

Menos de 2 millones

Entre 2 a 3 millones

Más de 3 millones

11. ¿Qué temas le gustaría que abarcara el curso? (puede elegir varios temas si lo desea)

- Procesos para importación
- Procesos para exportación
- Régimen aduanero
- Logística de carga nacional e internacional
- Acuerdos y tratados comerciales
- Política comercial
- Términos de negociación internacional
- Operaciones cambiarias
- Otros ¿Cuales?

12. ¿En cual de dichos temas se enfocaría más?

- Procesos para importación
- Procesos para exportación
- Régimen aduanero
- Logística de carga nacional e internacional
- Acuerdos y tratados comerciales
- Política comercial
- Términos de negociación internacional
- Operaciones cambiarias
- Otros ¿Cuáles y por qué?

13. ¿Qué instituciones conoce que trabajen el tema de comercio exterior?

14. ¿En que horario estaría dispuesto a tomar dicho curso?

- De lunes a viernes en la mañana
- De lunes a viernes en la tarde
- De lunes a viernes en la noche
- Sábados en la mañana

¿Por qué?

15. ¿Le gustaría que la universidad Minuto de Dios desarrolle un programa de formación (Diplomado) en Comercio Exterior?

- Si No

16. ¿Participaría usted de dicho proceso?

- Si No

¿Por qué?

17. ¿Le interesaría participar en un programa de formación de Comercio Exterior virtual?

Si

No

¿Por qué?

Si desea recibir información posterior con respecto al Diplomado en Comercio exterior, por favor diligencie la siguiente información.

Fecha:

Nombre:

Empresa: _____ **Teléfono:**

E mail:

Cargo:

¡Gracias por su colaboración!

A LOS ESTUDIANTES



Buen día, somos estudiantes de Uniminuto y estamos realizando un estudio de mercados para determinar las necesidades de adquisición de conocimiento y formación en el campo de Comercio Exterior para estudiantes universitarios y el sector empresarial. Además, deseamos identificar su interés en metodologías de Educación Continuada, por ello le agradecemos contestar esta encuesta con la mayor sinceridad posible.

1. ¿A que programa pertenece?

2. ¿En que institución?

3. ¿Trabaja? ¿Dónde y en que cargo?

4. ¿Cual es su proyección laboral de 5 a 10 años?

5. Le parece interesante el campo del Comercio Exterior?

Si

No

¿Por qué?

6. ¿Posee conocimientos en CE?

Si

No

Si su respuesta es negativa, por favor pase a la pregunta 9.

7. ¿Los conocimientos que usted posee en CE son suficientes para el ramo en el cual quiere ejercer?

Si

No

¿Por qué?

8. ¿Cómo adquirió los conocimientos que posee en CE?

En la Universidad ¿Cuál y en donde?

En un curso ¿Cuál y en donde?

En la práctica cotidiana, ¿Cómo y en dónde?

12. ¿Cuánto invertiría en ello?

- Menos de 2 millones
- Entre 2 a 3 millones
- Más de 3 millones

13. ¿Qué temas le gustaría que abarcara el curso? (puede elegir varios temas si lo desea)

- Procesos para importación
 - Procesos para exportación
 - Régimen aduanero
 - Logística de carga nacional e internacional
 - Acuerdos y tratados comerciales
 - Política comercial
 - Términos de negociación internacional
 - Operaciones cambiarias
 - Otros ¿Cuáles?
-
-
-

14. ¿En cuál de dichos temas se enfocaría más?

- Procesos para importación
 - Procesos para exportación
 - Régimen aduanero
 - Logística de carga nacional e internacional
 - Acuerdos y tratados comerciales
 - Política comercial
 - Términos de negociación internacional
 - Operaciones cambiarias
 - Otros ¿Cuáles?
-
-
-

¿Por qué?

15. ¿Qué instituciones conoce que trabajen el tema de comercio exterior?

16. ¿De las opciones que conoce, en cuál le gustaría participar?

¿Por qué?

17. ¿En que horario estaría dispuesto a tomar dicho curso?

- De lunes a viernes en la mañana. Entre 8:00 a.m. y 12:00 m
- De lunes a viernes en la tarde. Entre 2:00 p.m. y 6:00 p.m.
- De lunes a viernes en la noche. Entre 6:00 p.m. y 10 p.m.
- Sábados en la mañana. Entre 8:00 a.m. y 12:00 m
- Sábados en la tarde. Entre 2:00 p.m. y 6:00 p.m.

¿Por qué?

18. ¿Le gustaría que la universidad Minuto de Dios desarrolle un programa de formación (Diplomado) en Comercio Exterior?

- Si No

19. ¿Participaría usted de dicho proceso?

Si

No

¿Por qué?

20. ¿Le interesaría participar en un programa de formación de Comercio Exterior virtual?

Si

No

¿Por qué?

Si desea recibir información posterior con respecto al Diplomado en Comercio exterior, por favor diligencie la siguiente información.

Fecha:

Nombre:

Carrera que estudia (o):

Teléfono: _____ **E mail:** _____

¡Gracias por su colaboración!

CUESTIONARIOS

FOCUS GROUP

PREGUNTAS A APLICAR EMPRESARIOS:

1. ¿Qué actividad realiza su empresa?

2. ¿Cuál es su principal mercado?

3. ¿Le parece útil hacer un diplomado en Comercio Exterior?

Sí

No

¿Por qué?

4. Si la respuesta a la pregunta anterior es afirmativa. ¿Cuánto estarías dispuesto a invertir en tu educación?

Menos de 2 millones

Entre 2 a 3 millones

Más de 3 millones

5. Cuando escojo hacer un diplomado, curso, seminario o especialización, la razón más importante para realizarlo es: _____.

6. Cree usted que: las personas que están laborando en sectores del comercio exterior deben tener una formación integral que incluye el conocimiento intercultural y la aplicación de la

creatividad, poniendo en práctica el conocimiento de las costumbres comerciales y la relación entre naciones para el desarrollo de nuevas estrategias de gestión comercial

Si

No

¿Por qué?

7. ¿Los conocimientos que observa en el personal de su empresa sobre CE le parecen suficientes para la labor que ejercen?

Si

No

¿Por qué?

8. ¿Cuál es el perfil que usted solicita para contratar al personal que se hará cargo del tema de Comercio Exterior en su empresa?

9. En que temas de los abajo señalados le gustaría adquirir conocimientos, numérelos de 1 a 8 siendo 1 el mas importante y 8 el menos:

- Procesos para importación
 - Procesos para exportación
 - Régimen aduanero
 - Logística de carga nacional e internacional
 - Acuerdos y tratados comerciales
 - Política comercial
 - Términos de negociación internacional
 - Operaciones cambiarias
 - Otros
- ¿Cuáles y porque?

10. ¿En que horario estaría dispuesto a tomar dicho curso?

- De lunes a viernes en la mañana. Entre 8:00 a.m. y 12:00 m
- De lunes a viernes en la tarde. Entre 2:00 p.m. y 6:00 p.m.
- De lunes a viernes en la noche. Entre 6:00 p.m. y 10 p.m.
- Sábados en la mañana. Entre 8:00 a.m. y 12:00 m
- Sábados en la tarde. Entre 2:00 p.m. y 6:00 p.m.

¿Por qué?

11. Agregue una imagen en el medio y explique su interpretación de las imágenes



PREGUNTAS A APLICAR ESTUDIANTES:

1. A que programa de Pregrado pertenece:

Administración de Empresas _____

Ingeniería Industrial _____

Comercio Exterior _____

Comercio Internacional _____

Otra, ¿Cuál? _____

2. ¿A que Universidad pertenece?

3. ¿Le parece útil hacer un diplomado en Comercio Exterior?

Sí

No

¿Por qué?

4. Si la respuesta a la pregunta anterior es afirmativa. ¿Cuánto estarías dispuesto a invertir en tu educación?

Menos de 2 millones

Entre 2 a 3 millones

Más de 3 millones

5. Cuando escojo hacer un diplomado, curso, seminario o especialización, la razón más importante para realizarlo es:

6. Cree usted que: las personas que están laborando en sectores del comercio exterior deben tener una formación integral que incluye el conocimiento intercultural y la aplicación de la creatividad, poniendo en práctica el conocimiento de las costumbres comerciales y la relación entre naciones para el desarrollo de nuevas estrategias de gestión comercial

Si

No

¿Por qué?

7. Le gustaría laborar en compañías que pertenezcan a alguno de los siguientes sectores. Ó se dediquen a alguna de las siguientes actividades:

- Importadora
- Exportadora
- Consolidador de Carga
- Sociedad de Intermediación Aduanera
- Cámara y comercio
- Línea naviera
- Agente naviero
- Ninguna de las anteriores
- Puertos o Sociedades portuarias
- Otras ¿Cuáles y porque?

8. En que temas de los abajo señalados le gustaría adquirir conocimientos, numérelos de 1 a 8 siendo 1 el mas importante y 8 el menos:

- Procesos para importación
- Procesos para exportación
- Régimen aduanero
- Logística de carga nacional e internacional
- Acuerdos y tratados comerciales
- Política comercial
- Términos de negociación internacional
- Operaciones cambiarias
- Otros ¿Cuáles y porque?

9. ¿En que horario estaría dispuesto a tomar dicho curso?

- De lunes a viernes en la mañana. Entre 8:00 a.m. y 12:00 m
- De lunes a viernes en la tarde. Entre 2:00 p.m. y 6:00 p.m.
- De lunes a viernes en la noche. Entre 6:00 p.m. y 10 p.m.
- Sábados en la mañana. Entre 8:00 a.m. y 12:00 m
- Sábados en la tarde. Entre 2:00 p.m. y 6:00 p.m.

¿Por qué?

10. Agregue una imagen en el medio y explique su interpretación de las imágenes



ACTAS DE REUNION