

**Acuerdo del Consejo Académico N°001  
Reunión Ordinaria 2 de febrero del 2021**

**“POR EL CUAL SE APRUEBA LA REFORMA CURRICULAR DEL PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES CON FINES DE RENOVACIÓN DEL REGISTRO CALIFICADO”**

La presidente del Consejo Académico, Rectora (E) y la Secretaria General en uso de sus facultades legales otorgados por el Estatuto General de la Corporación Universitaria Reformada, en el artículo 58 literal i dentro de las funciones asignadas, y

**CONSIDERANDO**

1. Que el Programa de Administración de Negocios Internacionales fue aprobado para su funcionamiento mediante Resolución N° 01486 del 6 de febrero del 2015 por parte del Ministerio de Educación Nacional y registrado en el Sistema de Información de la Educación Superior (SNIES) con código 104232.
2. Que el programa académico frente a su vigencia bajo los términos establecidos por la Ley solicitó la renovación del registro calificado ante el Consejo Académico en sesión ordinaria del 2 de febrero de los corrientes.
3. Que el Programa Académico solicitó la reforma curricular ante el Consejo Académico en sesión ordinaria del 2 de julio de los corrientes.
4. En virtud de lo expuesto,

**ACUERDA:**

**Artículo 1°:** Aprobar la solicitud de renovación de Registro Calificado del Programa Administración de Negocios Internacionales.

**Artículo 2°:** Aprobar la Reforma Curricular del Programa de Administración de Negocios Internacionales.

**Artículo 3°:** Aprobar el proceso de reforma curricular de programa académico, conducente a la creación de unas nuevas estructuras del plan de estudios, basada en su renovación, actualización y ajuste a las nuevas tendencias del contexto y desarrollo de la profesión en Colombia y en el plano internacional.

**Artículo 4°:** Aprobar la denominación del académico sustentada a continuación:

1. Número de créditos del plan de estudios del programa (152 créditos).
2. Duración del programa académico a nueve (9) semestres
3. Modificación de los títulos a otorgar: Administrador(a) de Negocios Internacionales

**Artículo 5°:** Aprobar que el programa de Administración de Negocios Internacionales se mantendrá desarrollándose bajo la modalidad Presencial.

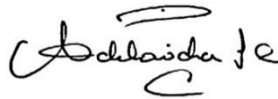
**Artículo 6°.** Aprobar el plan de transición presentado por el programa.

**Artículo 7°:** El documento que contiene la reforma curricular del programa, forma parte consecutiva del presente acuerdo

**Artículo 8°:** El presente acuerdo rige a partir de su expedición.

### COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Barranquilla a los dos (2) días del mes de febrero de dos mil veintiuno (2021).



**ADELAIDA JIMENEZ CORTES**

Rectora (E)- Presidente del Consejo Académico



**YESENIA GUZMAN ESCORCIA**

Secretaria General

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REFORMADA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PROPUESTA DE REFORMA CURRICULAR DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**Comité Curricular del Programa de Administración de Negocios Internacionales**

*Margarita Barraza Díaz*

Decana de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

*Yeslith Vanessa Ricciulli Pérez*

Coordinadora del Programa de Administración de Negocios Internacionales

*Rafael Oyaga Martínez*

Docente Tiempo Completo

*Damaris Sánchez Rojas*

Docente Medio Tiempo

*Ronald Castro Urueta*

Docente Medio Tiempo

*Emmanuel Reyes Maldonado*

Estudiante del programa

*Tanya Barraza Castellanos*

Egresada del programa

*Georgy Arenas*

Representante de la Industria

## PROPUESTA DE REFORMA CURRICULAR DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

### 1. DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA ACADÉMICO

**Tabla 1. Ficha Técnica de identificación del programa de Administración de Negocios Internacionales**

<b>Institución</b>	Corporación Universitaria Reformada			
Domicilio Principal de la institución	Carrera 38 No. 74 – 179 – Barranquilla – Colombia			
<b>Nombre del programa</b>	Administración de Negocios Internacionales			
<b>Título que otorga</b>	Administrador(a) de Negocios Internacionales			
<b>Código SNIES No.</b> (Solo aplica para renovación registro calificado)	52986			
<b>Registro Calificado No.</b> (Solo aplica para renovación registro calificado)	Resolución 01486 del 5 de febrero de 2015			
<b>Cobertura del programa</b>	Barranquilla			
<b>Nivel del programa</b>	Pregrado			
<b>Norma Interna de renovación del programa</b>	Acuerdo 004 del 20 de febrero de 2013			
<b>Instancia que expide la norma</b>	Consejo Superior de la Corporación Universitaria Reformada			
<b>Metodología</b>	Presencial			
<b>Página Web</b>	<a href="http://www.unireformada.edu.co">www.unireformada.edu.co</a>			
<b>Duración estimada del programa</b>	9 semestres			
<b>Periodicidad de admisión</b>	Semestral			
<b>No. de semanas periodo lectivo</b>	16			
<b>Créditos académicos</b>	<b>Distribución</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Distribución %</b>
	Créditos obligatorios		139	92%
	Créditos electivos		13	8%
	Componente Propedéutico		<b>152</b>	100%
<b>Total de créditos</b>				
<b>Requisito de grado segunda lengua</b>	Si	<b>Idioma</b>	Inglés	<b>Nivel</b> B2
<b>Número de estudiantes en el primer periodo de la primera cohorte</b>	40			
<b>Valor estimado de la matrícula al iniciar</b>	\$2.897.500			
<b>Dirección</b>	Carrera 38 No. 74 – 179 – Barranquilla – Colombia			

<b>Teléfono</b>	(57)3226100
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:admin.negocios@unireformada.edu.co">admin.negocios@unireformada.edu.co</a>
<b>Facultad a la que está adscrito el Programa</b>	Ciencias económicas, Administrativas y Contables

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN

La actualización curricular es un proceso que debe estar presente en los programas académicos; pues con esto, se garantiza un mejoramiento continuo y permanente, así mismo, se genera una cultura de la calidad, la cual, partiendo de la autoevaluación y la revisión continua y sistemática de las tendencias actuales de la disciplina, permitirá una oferta educativa actualizada con las necesidades que el contexto demanda.

El Programa de Administración de Negocios Internacionales de la Corporación Universitaria Reforma (CUR), de cara a la segunda renovación de su registro calificado, y con base en los procesos de autoevaluación que se han realizado con la participación de la comunidad académica (docentes, estudiantes, egresados, administrativos, directivos, y empleadores), y la revisión de las tendencias, presenta la actual propuesta de reforma curricular, puesto que, desde el comité curricular del programa se han generado espacios de discusión acerca de la importancia de renovar y actualizar el plan de estudios, para responder a los cambios del entorno y adaptarse a las nuevas tendencias en los negocios internacionales y la administración.

Para lograr tal fin, se hizo una revisión y análisis de distintos planes de estudios a nivel nacional e internacional que contribuyeron significativamente al proceso de rediseño del currículo. Es importante resaltar que, para este rediseño, se tuvo en cuenta aspectos legales, normas y procedimientos internos de la institución, igualmente se realizó un diagnóstico que permitió identificar el estado de la educación en el programa, el ejercicio de la profesión y las necesidades de la región y el país. Los cambios propuestos están reflejados en el plan de estudios.

Las actividades establecidas del proceso señalados anteriormente se llevaron a cabo en las siguientes fases:

- Revisión de los antecedentes de la actualización curricular realizado en el año 2014
- Revisión de la pertinencia del plan de estudios actual.
- Análisis de las tendencias nacionales e internacionales referente a la administración de los negocios internacionales
- Análisis de referentes externos e internos (Otras universidades, egresados, estudiantes, programas de la institución, entre otros)
- Revisión y análisis de los perfiles de formación.
- Revisión de la estructuración de los componentes del plan de estudios.

Los diferentes espacios dieron como resultado la identificación de unas particularidades susceptibles de mejora, que marcaron el inicio de este proceso. Dentro de estas conclusiones se encontraron aspectos como:

- Necesidad de actualizar los perfiles de formación.
- Necesidad de aumentar el número de asignaturas.
- Necesidad incluir nuevas asignaturas.
- Necesidad de reorganizar las asignaturas por componente curricular.
- Necesidad de hacer ajustes en la denominación de las asignaturas
- Necesidad de actualizar los microcurrículos.

### 3. JUSTIFICACIÓN

La reforma curricular del Programa de Administración de Negocios Internacionales se justifica en la necesidad de profundizar, en cuanto a contenidos, perfiles y reestructuración de los componentes y área de formación, buscando posicionar el énfasis y la identidad del programa. Esto se pueden resumir en los siguientes puntos:

- **Modernización de la estructura curricular incluyendo áreas de formación:** La nueva propuesta curricular incluye 5 componentes curriculares y 17 áreas de formación, las cuales apuntan a la formación integral del Administrador(a) de Negocios Internacionales. Paralelamente, se reorganizaron los contenidos con el fin de optimizar la práctica académica.
- **Retroalimentación de los procesos de autoevaluación:** a partir de la valoración de la autoevaluación, específicamente en el factor de egresados, se evidenciaron nuevas necesidades de cualificación profesional que buscan responder de manera efectiva a los requerimientos de los sectores productivos.
- **Actualización de los lineamientos pedagógicos y curriculares:** se realizó una actualización curricular acorde con los lineamientos pedagógico y curriculares institucionales donde se establece la ruta para la gestión y organización del currículo.
- **Posicionamiento del programa académico:** se diseñó una apuesta académica que permita una mayor y mejor interacción con el sector productivo, a través de alianzas que fomenten el funcionamiento del programa en el mercado local, regional y nacional.
- **Fortalecimiento del emprendimiento y el desarrollo sostenible:** se pretende dentro del programa de Administración de Negocios Internacionales el fomento de una alternativa responsable, respondiendo a la estrategia del Estado para la generación de empresas emprendedoras y sostenibles.
- **Actualización del plan de estudios acorde a las nuevas tendencias nacionales e internacionales:** La reforma curricular ha sido diseñada para fortalecer las competencias profesionales, disciplinares, investigativas, humanística y de profundización en los estudiantes. El cambio de denominación y redistribución de las asignaturas, así como la inclusión de nuevas asignaturas, y la actualización de los contenidos, se han realizado con el cuidado de proteger la calidad del plan de estudios, con el fin de formar a un(a) Administrador(a) de Negocios Internacionales altamente preparado(a), que esté acorde a las necesidades del contexto.

La incorporación de áreas de formación asociadas a la interculturalidad de los negocios, los idiomas, los tics y la gerencia financiera internacional se encuentran alineadas con las tendencias internacionales y nacionales presentes hoy en día, por lo que se hace necesario su integrarlas en el proceso formativo.

- **Cambio de denominación del título a otorgar:** Se propone un cambio de denominación en el título a expedir con el fin de estar acorde con la Perspectiva de Género, enmarcada dentro de los Principios y Valores del PEIU, los cuales se encuentran articulados con la misión, y visión de la institución. Dicha Perspectiva de Género, facilita el análisis de las estructuras socio – culturales para reflexionar sobre las situaciones que viven los seres humanos en cuanto a la discriminación y marginación por raza, etnia, género, con el fin de fomentar ambientes armónicos de equidad entre hombres y mujeres como una condición propia de los derechos humanos para garantizar la justicia social, el desarrollo y la paz.

#### 4. OBJETIVOS

- Establecer un plan curricular para el programa de Administración de Negocios Internacionales mediante el cual se organice el proceso de formación de los profesionales en esta área de conocimiento, con el fin de lograr la pertinencia y competitividad dentro del mercado de la educación superior en la región, conservando estándares de calidad, integralidad y suficiencia.
- Actualizar el currículo de acuerdo con los lineamientos curriculares institucionales, coherente con la formación profesional a nivel nacional e internacional.

#### 5. TITULOS A EXPEDIR

A continuación, se presenta el cambio de denominación del título a expedir en el nivel tecnológico y en nivel profesional:

Programa: Administración de Negocios Internacionales

Título a expedir: Administrador(a) de Negocios Internacionales

#### 6. PERFILES DE FORMACIÓN

Una vez realizado el análisis de las tendencias nacionales e internacionales en la formación de administradores de Negocios Internacionales, y los problemas del contexto junto a las oportunidades de desempeño, se llevó a cabo una actualización de los perfiles de formación.

##### 6.1 Perfil Profesional del Administrador(a) de Negocios Internacionales

El (la) Administrador(a) de Negocios Internacionales de la Corporación Universitaria Reformada se caracteriza por una formación intercultural, académica y humanista, fundamentada en la tradición educativa reformada y orientada a la pluralidad y diversidad. El(la) profesional podrá

desempeñarse en el ámbito regional, nacional e internacional, efectuando actividades de gestión, negociación liderazgo y toma de decisiones, para una mayor comprensión del entorno, comprometido siempre con el desarrollo del país.

Además, el(la) egresado(a) será un(a) líder empresarial, respetuoso(a) de la diferencia que reconoce los diversos entornos culturales en los cuales interactúa, formando así una visión holística de los negocios, lo que permitirá direccionar y gerenciar organizaciones propias, locales e internacionales.

La formación del(a) profesional se basa en el análisis de los diferentes entornos administrativos, financieros, tecnológicos y multiculturales, promoviendo la identificación de oportunidades de negocios, solución de problemas, formulación e implementación de proyectos y estrategias para la globalización y marketing empresarial en los diversos sectores económicos, productivos y de servicios, con un alto sentido ético, socialmente responsable, competitivo e innovador.

## **6.2 Perfil Ocupacional del Administrador(a) de Negocios Internacionales**

El Administrador de Negocios Internacionales de la Corporación Universitaria Reformada, podrá desempeñarse en diversas organizaciones de carácter público o privado en diversos sectores productivos orientándose a la interculturalidad de los negocios, la gerencia financiera internacional y la implementación de nuevas tecnologías. El profesional puede ejercer las siguientes ocupaciones:

- Emprendedor(a) y gerente de su propio negocio con proyección local y/o global.
- Asesor(a) y Consultor(a) Empresarial con visión internacional
- Formador(a), gestor(a) y evaluador(a) de proyectos
- Gerente, director(a) y administrador(a) de empresas a nivel global.
- Directivo(a) de áreas o proyectos empresariales para la creación, expansión y sostenimiento en los mercados internacionales.
- Gestor(a) nacional e internacional de operaciones logísticas y comercio exterior.
- Facilitador(a) de negocios e investigador(a) de marketing en escenarios nacionales e internacionales.
- Director(a) administrativo y financiero(a)

## **7. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA DE REFORMA CURRICULAR DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

### **7.1 Fundamentación Teórica y Epistemológica del Programa**

#### **Introducción**

Los Negocios Internacionales como disciplina, pueden considerarse relativamente recientes con relación a otras áreas del conocimiento que trascienden sus estudios desde los lumbrales de las



primeras grandes civilizaciones. En el caso de los Negocios Internacionales su gran lucha es potencializar una concepción clara de referentes teóricos y bases epistemológicas que logren identificar, pero sobre todo distinguir los Negocios internacionales de otras áreas más tradicionales en el mundo de los negocios.

Si bien es cierto que otras disciplinas han servido de bases o pilares para la formación de los Negocios Internacionales, la lucha por la independencia teórica de esas mismas es la evidencia de la madurez en la formación de dicha disciplina.

En la Corporación Universitaria Reformada, se promueve la investigación y promoción de avances científicos para todas las disciplinas presentes en la institución; los negocios internacionales por su parte, no son ajenos a dicha realidad, lo que puede traducirse en la búsqueda desde la academia por un fortalecimiento teórico de un área del conocimiento tan articulado con la realidad de la economía y del mundo en general, en donde su fortalecimiento epistemológico en una consecuencia natural de su propio crecimiento.

No obstante, la visión de la realidad en la que se enmarcan los negocios internacionales no es vista de manera indiferente por parte de la institución, la cual comparte la tradición educativa reformada de la iglesia presbiteriana y busca consolidar espacios para la generación de nuevo conocimiento basado en la crítica y el análisis profundo de los modelos y teorías vigentes en la sociedad contemporánea.

Desde lo económico, político y social la tradición reformada es clara frente a la negativa de las corrientes que promueven las brechas entre pobres y ricos en el mundo, soportado por instituciones que no cumplen funciones claras de apoyo a los países y poblaciones más necesitadas. Frente a dicha realidad la Corporación Universitaria Reformada busca por medio de la creación de programas como el de Administración de Negocios Internacionales la oportunidad de generar alternativas teóricas que promuevan el crecimiento y desarrollo de las comunidades, para que no solo se favorezca a los grandes Estados, los cuales dejan rezagado a los países pobres o en vía de desarrollo a la hora de querer imponer modelos económicos enfocados al librecambismo en donde no se cuentan las mismas condiciones de competencia.

### **El Programa de Administración de Negocios Internacionales de la CUR**

El programa de Administración de Negocios Internacionales de la Corporación Universitaria Reformada, si bien centra su formación en el estudio profundo de los Negocios Internacionales, posee una serie de áreas de formación, que promueven lo disciplinar, profesional, de profundización, humanístico e investigativo. Dentro de dichos componentes de formación confluyen, una variedad de disciplinas que permiten el fortalecimiento del perfil profesional en los futuros egresados del programa, promoviendo de esta manera una integralidad que potencializa la competitividad del programa ofertado. A continuación, se desarrollará la estructura epistemológica que soporta el programa de Administración de Negocios Internacionales desde el área de formación profesional y los diferentes componentes que la

articulan como lo son, la administración, el marketing y la economía y finanzas, todo enfocado desde la perspectiva del fortalecimiento de la disciplina principal, teorías en las que convergen cada una de ellas con los principales modelos y postulados de los negocios internacionales.

El programa de Administración de Negocios Internacionales brinda una formación completa e integral de la visión teórica y práctica de la disciplina con el firme propósito motivar en los estudiantes la generación de nuevo conocimiento, basado en una responsabilidad social y sustentable del mundo en donde aspectos como el consumismo no sean la base de la sociedad y por el contrario se prime por el crecimiento ecuánime de la humanidad.

### **Bases Epistemológicas**

*Componente que fortalece los Negocios Internacionales desde la administración*

- Gobierno y Administración

Para autores de la administración moderna como las de Fayol, establece que el gobierno y la administración se convierten en un componente crucial para el desarrollo organizacional y el crecimiento empresarial, lo cuales se convierte en un factor determinante para los procesos de internacionalización empresarial (Agüero, 2007). En ese orden de ideas se puede entender que la integración de los dos términos dentro de la alta gerencia de una organización puede garantizar la mejora de los procesos; pues mientras gobernar es llevar a la empresa al fin propuesto, administrar es llevar a prever, organizar, mandar, coordinar y controlar dicha organización.

La articulación de estos dos permite que las organizaciones puedan potencializar sus habilidades y en la administración de los negocios internacionales, saber dirigir sus procesos es fundamental, indistintamente del que se dese gestar.

- La Gerencia

Cuando se habla de los principios propios que rigen la administración particularmente en los negocios internacionales autores contemporáneos como Sánchez (2006) son fundamentales. Para dicho autor la gerencia se convierte en un ente real el cual tiene como principal propósito dirigir con el propósito de obtener resultados eficientes. La gerencia termina incidiendo en el entorno, pues es esta quien determina el derrotero de la organización, pero aún más importante como lo desarrollará, bajo que estructura o modelo, pero sobre todo bajo que principios. Los administradores en negocios internacionales se enfrentan a estos mismos desafíos, con la diferencia que su alcance puede trascender las fronteras de un país y tener repercusiones mucho más significativas que cuando se toman decisiones en empresas locales.

- Gerencia Estratégica

Al momento de contextualizar la gerencia estrategia es relevante destacar autores como Porter

(1980, 1985) pues este autor destaca muchos aspectos relevantes dentro de las organizaciones, su visión la cual está muy acorde con la realidad actual, en donde los conceptos de globalización tienen que poderse articular de manera armoniosa con las empresas, indistintamente de la capacidad de estas para hacerlo. Michael Porter establece aspectos como que la gerencia estratégica permitirá que la empresa pueda enfrentar su medio ambiente, proyectarse y prepararse para escenarios futuros de una manera, mientras a su vez logra consolidarse de manera interna. Lo importante de la gerencia estratégica radica en la capacidad de prever problemas, responder a ellos antes que se materialicen y a su vez la capacidad de reacción de cualquier escenario posible.

- Logística

Para establecer aspectos propios de la logística autores como Donald Bowersox, D Closs, M Cooper (2007) son básicos ya que ellos establecen que la logística es la capacidad de una organización de diseñar, administrar sistemas y controlar el movimiento y el posicionamiento geográfico de la materia prima, el trabajo en proceso y el inventario terminado al costo total más bajo; esto significa que los activos financieros y humanos comprometidos con la logística deben mantenerse absolutamente al mínimo.

También es necesario mantener al mínimo posible los gastos operativos. Es desafiante integrar las combinaciones de recursos, habilidades y sistemas requeridos para lograr una logística adecuada, pero una vez obtenida, es difícil que los competidores dupliquen tal capacidad integrada.

La logística se articula directamente con los negocios internacionales al convertirse en un aliado estratégico de la negociación internacional, pues representa en el mejor de sus usos la disminución considerable de riesgos asociados a factores externos y disminuye los posibles costos del proceso de internacionalización que se puedan desarrollar.

- Competitividad

En relación con la competitividad Porter (1980) se convierte en un autor fundamental para su comprensión, al lanzar su modelo de fuerzas competitivas de la industria, contempla aspectos que no eran considerados como propios de la competitividad como los proveedores, los entrantes y los sustitutos. Modificando las concepciones de rivalidad empresarial que se tenían antes, contempla la existencia en los mercados internacionales de una concepción más fuerte a la habitual, pues las ventajas comparativas no serían suficientes para la realidad global como lo serían las ventajas competitivas, las cuales le van un verdadero valor a la organización. Desarrollando tres categorías para establecer estrategias competitivas: de diferenciación, liderazgo en costos y enfoque.

- Cadena de Suministros

En relación con la cadena de suministros autores como Donald Bowersox, D Closs, M Cooper (2007) destacan como la colaboración entre las empresas con el propósito de un posicionamiento estratégico, lo conlleva a mejorar la eficiencia operativa. Dicho en otros términos la dependencia que se pueda generar entre un eslabón u otro dentro de la cadena, no se debe concebir como un aspecto de debilidad, sino por el contrario como un potencial vínculo de desarrollo, siempre y cuando los procesos administrativos de cada organización se desarrollen de manera eficiente.

En los negocios internacionales la articulación con diferentes eslabones en propio de la internacionalización empresarial, de ahí que resulte relevante un control claro de cada uno de los miembros de esta cadena, no solo para potencializar el sector sino para garantizar una competitividad que puede traducirse en un crecimiento económico para la organización.

#### *Teoría de las empresas multinacionales y la inversión extranjera*

En este contexto, las teorías clásicas y neoclásicas del comercio internacional, representadas por Adam Smith, David Ricardo y el modelo Heckscher-Ohlin, parten del paradigma positivista al considerar que la observación realizada sobre la dinámica del intercambio podía ser expresada en términos matemáticos a través de las ecuaciones de los precios relativos, basados en una serie de supuestos que determinaban las características de los factores de producción.

Así, dado que el positivismo es una aproximación epistemológica que combina el racionalismo con el empirismo y relaciona la lógica deductiva e inductiva, centrado en los paradigmas de las ciencias naturales que se basan en métodos cuantitativos, las primeras teorías del comercio internacional pueden ser consideradas altamente positivistas dado que se enfocaban en la explicación causal y la predicción del intercambio comercial.

De la mano estarían las teorías desarrolladas por Hymer en el año 1960, quien hace una aproximación teórica con base en un método cuantitativo al definir como variables explicativas de la internacionalización a la rentabilidad, la tasa de interés y el mercadeo; Williamson (1987), quien lo hace considerando el costo de transacción de la negociación, pero mantiene el enfoque hipotético-deductivo; o Kindleberger en el año 1969 quien considera a la ventaja competitiva monopolística como variable determinante de su teoría.

Entonces, dentro de estas teorías de internacionalización prevalece el hecho sobre la idea, dado que la comprobación de los postulados daba validez al conocimiento y, además, se generalizaba como pensamiento principal de la economía internacional. No se busca la razón por las cuales se generan las imperfecciones del mercado, solo se toma como hecho que existen y se buscan mejores escenarios con base en la medición de las variables de interés definidas.

#### **Componente que fortalece los Negocios Internacionales desde la economía y finanzas**

- Oferta y Demanda

Dentro del estudio de la economía desde que se considera ciencia, en los primeros postulados de Adam Smith (1776) y David Ricardo (1817), se ha contemplado la importancia de la internación en términos comerciales entre una nación y otra, asociándolo directamente como un ejercicio natural de la economía y encajado dentro de la estructura de la ley de la oferta y la demanda, sin comprender como estos principios se convertirían en propios de la teoría existente relación al comercio internacional.

Para los principales teóricos y desde una concepción general y basada en los principios clásicos la oferta y la demanda son el principio mismo para entender la dinámica de los mercados, ya sea en una pequeña localidad, como en el desarrollo de todo un continente, para Mankiw (2014) la oferta y la demanda se convierten en el principal termino que utilizan los económicas al momento de intentar explicar el desarrollo de los mercados, pues son estos dos accionarles los que establecen el proceder económico. Mientras que los compradores determinan la demanda, los compradores la oferta. En este orden de ideas las dos variables se mueven entre una serie de mercados perfectos, monopolísticos, oligopolísticos, pero siempre asechado la competitividad como factor determinante de cambio dentro de cada escenario posible.

Al hablar de oferta y demanda el mismo Mankiw (2014) destaca la importancia del precio como punto de referencia para comprender la dinámica de los dos. En ese orden de ideas la demanda está según la ley de la demanda inversamente relacionada con el precio, mientras más alto sea el precio del bien o servicio transable más baja será la demanda. En el propio caso de la oferta esta dinámica es diferente, los principios propios de la ley de la oferta establecen que su relación con el precio es directamente proporcional, lo que traduce en que a mayor sea el precio mayor será la demanda.

En la teoría de comercio internacional, la oferta y demanda pueden medirse en función de las exportaciones e importaciones de cada país frente al mercado internacional y la variación del precio puede estar determinado por la existencia o no de una ventaja comparativa.

- Ventajas Comparativas

Las ventajas comparativas nacen en las ilustres mentes de los economistas, pero la naturaleza de estas concepciones es sin ellos sospechar la base de una nueva disciplina, que muchos autores jamás llegaron si quiera a contemplar, pero que se convertirían en la teoría clásica del comercio internacional. Cuando se habla de habla de ventaja competitiva se contemplan los postulados de David Ricardo donde establece que un país puede tener una ventaja comparativa en ciertos productos que al país le resulta más eficiente producir y venderlo a sus socios comerciales, aunque esto no represente una ventaja absoluta. Dicho concepto evoluciono notablemente al pasar los años.

Ohlin (1933) toma como referencia el teorema de Heckscher (1919) para argumentar que el comercio internacional no dependería de la productividad dada por la mano de obra sino por la interacción existente entre lo que se requiere en materia de producción para obtener un bien y

el factor de producción disponible en el país. Dicho postulado dejó algunos interrogantes en la práctica, lo cual generó que se desarrollaran nuevos postulados que pretendían indicar si era el capital o la mano de obra quien terminará dominando para generar una ventaja comparativa en el mercado internacional. (Perroux, 1970)

Pero fue Porter (1990) quien determinó una nueva visión para los países indicando que sus ventajas no las conseguirían en el pasado o las tendrían como una visión heredada de los antepasados, si querían tener una ventaja real, debían ser competitivos, innovando, generando nuevo conocimiento, basado en su cultura en lo que se ofrece y soportado en las instituciones, dándole a la gobernanza un papel prioritario que en los autores clásicos no era preponderante, es ahí donde nace la ventaja competitiva, y aunque aplica a procesos empresariales cambia por completo la visión de la internacionalización y comercio, pues no se centra en factores clásicos, como tierra, trabajo y capital, sino que trasciende a la era del conocimiento, más acorde a los principios de la globalización.

Uno de los aspectos más reveladores frente a las ventajas comparativas, las cuales tienen un valor significativo para la comprensión del comercio internacional y en consecuencia de los negocios internacionales, es que como lo plantean Cypher & Dietz (2005) es que desde su esencia misma la teoría no brinda oportunidades reales de crecimiento e interacción en escenarios de libre comercio para países pobres, de ahí que principios que promuevan crecimientos escalados y colaborativos dados por la cooperación internacional, son vistos como preceptos acertados para la promoción de las economías emergentes como muchas de las latinoamericanas.

- Mercado Internacional Estático

Es un concepto que se articula por el mismo autor de la ventaja comparativa, pese a que se ha mencionado a groso modo la visión de dicha ventaja, la importancia del mercado internacional estático radica en que dicho concepto fue relevante para el surgimiento de la teoría de los negocios internacionales, ya que cuando se hace referencia a un mercado internacional de corte estático se habla de una limitante al momento de ofertar un bien, el cual al encontrarse, según el autor, supeditado a los factores como tierra y trabajo para producirlo incrementa su valor. De ahí que se estructura que las relaciones internacionales de los países se basarán en la capacidad de negociación para obtener los productos escasos y vender los que se tengan en sobreproducción a otro país.

- Costos en la internacionalización empresarial

Al establecer los fundamentos epistemológicos que soportan la administración de los negocios internacionales en preciso destacar que la contabilidad y finanzas son contemplados como un componente que soporta y sustenta gran parte del ejercicio propio de la negociación internacional, debido en gran parte a su importante papel dentro de la eficiente administración de las organizaciones.



Los costos según Menesby (2015) se convierten en la medición en términos monetarios de la cantidad de recursos implementados para la consecución de algún objetivo o propósito, contemplando, cuando se habla de recursos deben en ese orden de ideas tenerse presente todos los recursos disponibles, desde mano de obra, con tiempos y horas de trabajo, maquinaria, materia prima, espacios de almacenamiento o distribución, publicidad y ventas, en conclusión, todo debe contemplarse.

Cuando se hace referencia ya a los costos de la internacionalización empresarial autores como Teece en 1986 destacan que los costos son indicadores determinantes para la toma de decisiones frente a la inversión extranjera, este ejercicio se relaciona con la identificación de los costos unitarios a la hora de fabricar un producto en un mercado nacional y exportar dicho producto al mercado extranjero, frente al escenario en donde se decida producir en el mercado extranjero, teniendo como costos importantes de referencia los costos de los factores productivos, los costos de transporte y los aranceles.

En ese orden de ideas existen otros tipos de costos determinantes en el ejercicio de la actividad internacional, los cuales según Williamson (1987) se denominan costos de transacción, dichos costos están muy asociados al movimiento de capitales propio de las finanzas internacionales y es sensible a aspectos ajenos a la organización, como modificaciones en el tipo de cambio, inestabilidad política, nuevas tecnologías poco transables y cambios en políticas arancelarias.

Los anteriores autores soportan la importancia del conocimiento de los costos en el ejercicio de los negocios internacionales por la naturaleza misma de las actividades que se realizan donde las dinámicas financieras juegan un papel crucial para el excelente ejercicio de las actividades de negociación en el escenario internacional.

- Finanzas Internacionales

Cuando se contemplan las finanzas internacionales, es imprescindible destacar que se conforma de las finanzas corporativas y la economía internacional. En relación con el primer aspecto autores como Gitman (2003) destacan la principal función de las finanzas, las cuales se basan en la maximización de los recursos de los accionistas, si bien este es el concepto más generalmente aceptado, con los principios de la responsabilidad social empresarial cada día tocando más fuerzas, las finanzas han evolucionado y cada vez se habla más de finanzas socialmente responsables, donde no todo está permitido en la lucha de poder empresarial. En segunda instancia se cuenta con el concepto de la economía internacional, la cual se basa en aspectos macroeconómicos y sus indicadores para el eficiente ejercicio de las finanzas internacionales, como políticas monetarias, cambiarias e indicadores de desarrollo económico y bienestar social como guía práctica.

García (2010) destaca que las finanzas internacionales surgen de la globalización y la necesidad de las empresas de interactuar en mercados internacionales, lo cual genera que se busque tener un conocimiento claro respecto de componentes económicos que generan incidencias en las

finanzas de las empresas como lo es la balanza de pagos, los cambios de las tasas de interés, la inestabilidad política o la existencia de conflictos que afecten la actividad empresarial en dicho país.

Es de ahí que las finanzas internacionales se convierten en un componente propio de la negociación internacional, pues acciones terminaran derivando en las finanzas de la empresa.

### *El paradigma Ecléctico*

Es un postulado presentado por Duning en el año 1977 el cual tiene connotaciones muy importantes para el estudio de la negociación internacional, puesto que destaca la existencia de ventajas de propiedad y de la internacionalización de la empresa, basado en la inversión extranjera directa, esto quiere decir que las empresas poseen una serie de ventajas propias que son incrementadas por ventajas percibidas por la empresa en los países extranjeros, permitiéndoles tener mayores beneficios que si estuvieran en su país de origen. Dicho postulado enmarca este escenario en empresas multinacionales y principalmente se habla de ventajas en otros países cuando se analizan los modelos económicos de dichos Estados, el control gubernamental, infraestructura terrestre, marítima y fluvial y el peso impositivo, cuando estos escenarios son favorables sumado a las propias ventajas internas de la empresa se generan una verdadera internacionalización empresarial.

Para que dicha internacionalización se desarrolle las empresas deben enfrentarse a una serie de situaciones en las cuales sus características les permitan tomar las siguientes tres opciones: 1) Que la empresa tenga o pueda adquirir activos que otras empresas no estén en condiciones de adquirir. 2) Que le convenga más internalizar esos activos que venderlos. 3) Que prefiera aliarse estratégicamente con empresas locales del país receptor en vez de hacerlo con empresas del país de origen.

### **Componente que fortalece los Negocios Internacionales desde el Marketing**

- Marketing Moderno

El marketing es un componente cada vez más relevante dentro de las organizaciones, pues a medida que los conceptos de competitividad se potencializan los medios para surgir en mercado cada vez más demandante se vuelven cruciales, el marketing por su parte se convierte en una de estas formas de posicionarse y ganarle a la competencia, llegar al cliente de una manera nunca vista. Cuando se hablaba del paradigma electico el autor mencionaba la importancia de las propias ventajas de la empresa al momento de iniciar su internacionalización, es el marketing una de esas ventajas que marcan la diferencia en la negociación internacional, y como lo plantea La American Marketing Association citado por Kotler & Keller (2014) el marketing es la actividad mediante el cual se desarrollan procedimientos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas con valor a los consumidores o demandantes en general.



Los mismos autores destacan como el marketing moderno se basa es una detallada planificación y ejecución, mediante herramientas de vanguardia que permitan generar un factor diferenciado en la población identificada como prioritaria, siendo capaces de comercializar: bienes, servicios, eventos, experiencias, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas. Cuando el marketing se efectúa de manera correcta en la sociedad actual tan interconectada resulta casi imposible no traspasar las fronteras del territorio sea o no su principal objetivo cada vez es más sutil la delgada línea que limita el flujo de información en el mundo.

- Fuerzas de la Industria

Cuando se hace referencia a las 5 fuerzas de la industria su autor, Porter (1979) reimpresso (2008) no escatima en destacar la visión un poco sesgada de algunos empresarios, los cuales solo ven en su competencia directa una latente amenaza. El autor destaca la existencia de cinco fuerzas que ejercen suficiente fuerza de atracción para perjudicar notablemente a cualquier organización si no se diseñan estrategias para que dichas fuerzas funcionen a favor de la organización. Lo que permite adelantar a las amenazas de la competencia generando así escenarios de rentabilidad en la organización, dichas fuerzas se establecen como: competidores actuales, amenazas de nuevos entrantes, poder de negociación de los compradores, poder de negociación de los proveedores y amenaza de productos o servicios sustitutos.

La amenaza de los nuevos entrantes según (Porter, 2008: 2) “Los nuevos entrantes en un sector introducen nuevas capacidades y un deseo de adquirir participación de mercado, lo que ejerce presión sobre los precios, costos y la tasa de inversión necesaria para competir” por su parte la amenaza o poder de los proveedores se asocia retención de valor para ellos, incrementando el precio, lo cual puede terminar afectando la calidad, pues los costos terminan siendo transferidos a los participantes del sector.

La amenaza de los sustitutos por su parte es un latente riesgo, pues su función es la misma que el producto o servicio ofertado a un precio mucho más asequible que el de la organización, sienta esta amenaza no solo un riesgo para una organización sino un peligro para todo un sector, pues afecta directamente su rentabilidad. La rentabilidad entre competidores existentes por su parte no deja de ser menos riesgoso para el sector que el anterior punto, pues al presentarse grandes descuentos, disminución acelerada de los precios y lanzamiento constantes de nuevos productos o servicios al mercado, se presenta una saturación que terminará afectando a todo el sector en su punto más sólido: la rentabilidad.

El estudio de las 5 fuerzas de la industria solo se realiza con el propósito de Comprender como lo indica Porter (2008:12) “las fuerzas que dan forma a la competencia del sector es el punto de inicio para desarrollar una estrategia”. Destacando que las organizaciones deben tener claridad de cuál es la rentabilidad promedio de su sector, identificando como las cinco fuerzas han influido en él a través del tiempo y así poder incorporar estrategias del sector para potenciar la rentabilidad de la empresa.

- Acceso a Mercados

El acceso a los mercados hace parte de la internacionalización empresarial y es a su vez un componente relevante del ejercicio de la exportación, pues si no se cumplen con condiciones óptimas de acceso al mercado, el tiempo, dinero y esfuerzo en general por parte de la organización se habrá perdido. El acceso a los mercados es un proceso que en primera instancia tiene un alto componente técnico, como el planteado por el centro internacional de negocios (CIN) de la cámara de comercio de Bogotá (2020) donde destaca que para que exista un eficiente ejercicio de acceso a mercados se debe contemplar los aspectos legales como principal factor de interacción, entre los que se destacan las barreras arancelarias y no arancelarias existentes en el país destino, destacando también los términos de los contratos pactados, las responsabilidades y demás criterios plasmados en dichos documentos.

Pero no solo la norma técnica es la que establece el proceder con respecto al acceso de mercados, autores como (Gilligan y Hird, 1986; Root, 1987) destacan que, para la eficiente internacionalización empresarial y el acceso a mercados, las estrategias de agrupación son el componente más efectivo para dicho ejercicio y la exportación indirecta como mecanismo menos arriesgados de acceso a nuevos mercados.

- Marketing Internacional

El marketing internacional se convierte en una extensión natural del marketing en general, cada día más organizaciones deciden internacionalizarse lo cual representa que sus competidores aumentan y su campo de acción de igual forma, es por ello que autores como Palacio (2018) destacan que el marketing internacional está orientado a la “satisfacción de los consumidores o usuarios de los productos/servicios en más de un país, a cambio de un beneficio. Incluye la fijación de precios, la promoción y la distribución del producto/servicio deseado por los consumidores de diferentes países”. (p. 23)

La implementación del marketing internacional posee grandes componentes del marketing, pero no dejan de ser propio de un eficaz ejercicio de posicionamiento y búsqueda de la rentabilidad por parte de la organización. Un ejemplo de ello son los tipos de marketing que en el componente internacional se desarrollan como lo son: Digital, Comercial y de Guerrilla, mientras que las estrategias propias del marketing internacional serían: Promociones, Ferias comercio exterior y Protocolo de negociación.

- Comercio y Marketing Internacional

La relación entre el marketing y el comercio internacional, se desarrollaron de manera paralela, sin evidenciar una relación directa entre el marketing internacional y el comercio exterior, esta realidad no es ajena a muchas teorías o conceptos que han fortalecido y enriquecido el estudio de los negocios internacionales. Cateora & Graham (2008) resaltan como ambos conceptos se articulan en el ejercicio de una empresa de llegar a un mercado extranjero y en dicho flujo de

bienes y servicios representan la interacción con el consumidor y la amenaza en el nuevo mercado, lo cual se logra dar respuesta en ambos puntos.

- **Emprendimiento**

El emprendimiento es un término que cada vez cobra más fuerza en el mundo, como un proceso viable y lógico para el desarrollo de los países y mejora de la calidad de vida de las personas. En los negocios internacionales el término no es ajeno a sus actividades y también posee un impacto significativo en el desarrollo y la internacionalización de las organizaciones.

En primera instancia es preciso destacar que el emprendimiento según autores como Kuratko (2008) destacan lo que muchos tanto clásicos como contemporáneos establecen, el emprendimiento es propio de las personas, una empresa como mera estructura no puede ser emprendedora, es el líder de dicha organización quien emprende, por ello se desarrolla en el individuo una visión cambiante y dinámica que promueve la generación de ideas para la solución de problemas mediante la innovación. Los emprendedores no representan solo sueños, se habla de la habilidad de formular soluciones concisas, viendo oportunidades donde otros ven caos, esto se puede materializar por ejemplo en estructurado plan de negocios.

En ese orden de ideas uno de los principales aspectos en los que articula el emprendimiento con los negocios internacionales, es propiamente con la internacionalización empresarial y más detalladamente con la internacionalización temprana, autores como Gonzalez-loureiro & Vlacic (2016) destacan que existen dos escenarios donde un emprendedor puede articular su accionar con los negocios internacionales, el primero se basa en las pequeñas y medianas empresas que después de posicionarse en un mercado local deciden dar el salto a los mercados internacionales y exportar, la habilidad de notar oportunidades en un mercado extranjero donde su organización pueda llegar a ganar algún porcentaje de los consumidores de dicho sector.

El segundo escenario es cuando el emprendedor desde el momento que inicia su empresa debe considerar el mercado internacional, casi siempre esto se debe a la propia naturaleza de la organización que se plantea. Para que esto pueda llevarse a cabo Agudo, Chaparro, Pacual & Iglesias (2011) quienes indican que las organizaciones deben contener unos componentes específicos como: activos intangibles, actitud emprendedora, un esquema organizacional claro y diseño de estrategias. Se busca de igual forma que posea unos rasgos propios de la internacionalización como edad, extensión, ventaja competitiva y estrategia, y se espera que los factores externos como el contexto geográfico, institucional, político y de sector sean favorables. Si todos estos escenarios se cumplen la organización puede llegar a tener una transición exitosa en su ejercicio de internacionalización.

- **Crecimiento Empresarial**

Cuando se hace referencia al crecimiento empresarial es preciso destacar que se espera que todas las organizaciones puedan llegar a desarrollarlo y de hacerlo en el mundo globalizado

actual, tendrá implicaciones en el contexto internacional. Si bien el crecimiento empresarial tiene muchas connotaciones en relación con su análisis e interpretación, pues puede desarrollarse desde lo financiero, lo sociológico, organizativo o económico. Como lo plantea Santana, Dorta & Verona (2002) citando a Gibrat (1931) con su teoría del crecimiento, destacan que cualquier empresa puede crecer, pero dicho crecimiento va a ser directamente proporcional con el propio tamaño de esta. Resaltando que las tendencias de crecimiento no son determinantes y entre un periodo y el otro puede surgir el crecimiento geométrico, más que aritmético.

Ya en el escenario internacional el crecimiento empresarial está relacionado como lo plantean Aguilera y Puerto (2012) en donde el crecimiento empresarial se asocia directamente con la interrelación de las fuerzas externas y las capacidades que la empresa ha desarrollado internamente, en otros términos estaría asociado a que mientras existan oportunidades de crecimiento y posicionamiento dadas por las fuerzas externas del país donde se desea ingresar y la empresa por su parte tenga los recursos y habilidades para ello, la empresa podría llegar a tener resultados positivos que se materializan en un crecimiento de la organización fuera de sus fronteras domésticas.

### **Negocios Internacionales**

- Integración Internacional

La integración en sí es un proceso propio de la globalización, en donde se presenta una relación estrecha entre países, generalmente el concepto de integración tiene una connotación económica, pues es este el mecanismo común y propio de los negocios internacionales, como lo plantea Franco & Robles (1995) esta integración se convierte en un proceso gradual y multidimensional. Cuando se hace referencia a la integración internacional se habla de la integralidad de dicha integración, desde lo económico, cultural y en cierto nivel se concibe lo político. En este escenario como lo plantea Maldonado (2007) aspectos culturales en los negocios internacionales se presentan de manera generalizada como un obstáculo para el buen desarrollo de la actividad negociadora, los procesos de integración por su parte buscan que estas barreras, las cuales pueden ser también arancelarias y no arancelarias pierdan fuerza y el ejercicio de la negociación pueda realizarse bajo criterio de competitividad, capacidades de la empresa y necesidades del mercado.

- Teoría de la Internacionalización

Las teorías que abarcan el proceso de internacionalización se soportan en muchos de los puntos que se han desarrollado a lo largo del presente documento, desde la perspectiva de los procesos (componente de administración), la perspectiva económica (componente de economía y finanzas) y desde la perspectiva de las Pymes (emprendimiento) ya sean de base tecnológica o no. Es por ello que, en este aparte se destacan los principales autores, modelos o teorías que se articulan con todos los componentes anteriormente mencionados.

Dentro del **componente del proceso**, la internacionalización según Johanson y Wiedersheim-Paul (1975) se desarrolla como un proceso de aprendizaje en donde la generación de conocimientos y experiencias permiten la potencialización de las habilidades para ingresar a nuevos mercados, es de ahí que muchos de los principios para internacionalizarse se basen en el tiempo de la empresa y en sus ventajas o valor interno, el cual solo puede desarrollarse si se posee una comprensión total de la organización y un direccionamiento estratégico.

En este orden de ideas se pueden destacar como los principales modelos los siguientes: El modelo Uppsala, el cual según Criado (1999) destaca como el tiempo es determinante para el crecimiento de la organización y este se va a ver reflejado en el posicionamiento de la organización en el mercado internacional, se describe que la empresa en su proceso de madurez va a ir pasando por una serie de etapas, las cuales puede variar según el autor pero que Cardozo, Chavarro & Ramírez (2007) como 1. Actividades esporádicas o no regulares de exportación; 2. Exportaciones a través de representantes independientes; 3. Establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero; 4. Establecimiento de unidades productivas en el país extranjero.

En segunda instancia se encuentra *El modelo de innovación* de Cavusgil (1980), en donde se articula de una manera estrecha la internacionalización empresarial con la innovación, en este orden de ideas a lo que se hace referencia es que las empresas que desarrollan actividades en pro de querer internacionalizarse al igual que cuando se desea innovar se realiza con una consciencia interna de las necesidades del mercado pero con la incertidumbre general de como los factores externos pueden afectar su planeación. El modelo establece también una serie de etapas de desarrollo que son las promueve la innovación hacia la internacionalización: 1. Mercado doméstico; 2. Pre-exportadora; 3. Exportadora experimental; 4. Exportadora activa; 5. Exportadora comprometida.

En último lugar se cuenta con el *modelo de ciclo de vida de producto* de Vernon el cual contempla diferentes aspectos de modelos y teorías clásicas para indicar en resumen que las empresas que se establecen en países desarrollados tendrán un crecimiento significativo, basado en la calidad de vida e ingresos per capital de este tipo de países lo cual va a significar la generación de bienes y servicios de mayor calidad y más congruentes con la necesidad de dicho mercado, pero de igual forma el autor destaca que en algún momento el país local y su mercado no será suficiente y la empresa buscará expandirse al escenario internacional, buscando inicialmente Estados con las mismas características de desarrollo que el país de origen.

Teniendo cuatro etapas principales: 1. Introducción en el país origen para su posicionamiento y posterior exportación 2. Crecimiento de la exportación a países industrializados donde incluso de realiza inversión extranjera directa para potencializar el bien 3. Madurez de la producción en el país industrializado y se busca buscar países con mano de obra más barata. 4. Declive de la producción en el mercado de origen, teniéndola prácticamente nula por falta de demanda en dicho país.

En relación con el **componente económico** se desarrollan teorías como la planteada por

Kindleberger y Hymer, titulada: *Teoría de la Organización Industrial*, dicha teoría propone que toda empresa multinacional debe poseer algún tipo de ventaja competitiva exclusiva lo que se puede traducir en un componente que le permita tener cierto nivel de ventaja monopolística frente a sus competidores. Dicha teoría establece que solo en este escenario una empresa extranjera puede posicionarse en un mercado local y ganar un porcentaje de participación significativo dentro de un sector donde ya están empresas posicionadas; para ello las empresas pueden tener una ventaja ya sea de producción, de tecnología, organizacional, respecto al estilo de dirección, a la comercialización, al acceso a crédito, o en la diversificación de productos para poder tener instalaciones productivas en el extranjero.

En segunda instancia se destaca la *teoría de la internacionalización* de (Buckley y Casson, 1976) donde establecen que las empresas multinacionales se gestan como un medio alternativo al del mercado para desarrollar actividades de valor fuera de sus fronteras nacionales, pero para que las organizaciones decidan realizar una inversión extranjera directa se deben cumplir dos condiciones básicas: 1. Existencia de ventajas al localizar las actividades en el exterior. 2. Organizar estas actividades dentro de la empresa resulte más eficiente que venderlas o cederlas a empresas del país extranjero en cuestión. Teniendo en cuenta lo anterior se establecen si la internacionalización es necesaria para el crecimiento de la organización o no.

El tercer **componente es que está orientado a la internacionalización de las pymes**, en la cual se puede destacar la *teoría de redes* la cual se basa en los postulados (Johanson y Vahlne, 1990) en donde las empresas y específicamente los emprendedores se basan en sus relaciones con sus círculos más cercanos como clientes, proveedores y demás para anclarse en un proceso de internacionalización lo cual tiende a generar un impacto positivo para el proceso de asimilación de nuevos mercados, en especial cuando la organización no tiene ni la experiencia ni los recursos para realizar dicha transición de una forma independiente, si bien los autores establecen estos criterios, las redes pueden gestarse por experiencias personales de las personas encargadas de la internacionalización.

Dentro de la teoría existen tres criterios fundamentales: 1. Se forman relaciones con socios en países que son nuevos para las empresas internacionalizadas (extensión internacional). 2. Se incrementa el compromiso en las redes ya establecidas (penetración) y 3. Se integran las posiciones que se tienen en las redes entre diferentes países.

En segundo lugar, se encuentra la *teoría de las born global* (Knight y Cavusgil, 1996; Madsen y Servais, 1997; Fillis, 2000). La anterior teoría se relaciona directamente con las organizaciones que desde su creación o a muy corto tiempo después de esta se internacionalizan, como proceso natural y necesario de la organización. Existen varios autores que establecen variados enfoques respecto tanto a los actores, tamaño de la empresa y decisión de internacionalizarse, de igual forma existen aspectos que es preciso destacar, en primera instancia se considera que una organización que decide saltarse las etapas habituales de la internacionalización empresarial lo realiza en buena parte porque desde su conformación posee una ventaja competitiva que le permite posicionarse en un mercado global.



- Industrias Relacionadas

Las industrias relacionadas nacen como la parte de un todo, en este caso del modelo del diamante de la competitividad de Porter (1980), dicho diamante establece una serie de factores determinantes para el desarrollo de un país y en consecuencia de las empresas que ahí se establecen; desde los puntos propios de la producción, de la demanda, de la estrategia y rivalidad, hasta las ya mencionadas industrias relacionadas y de apoyo.

Las industrias relacionadas para el autor se convierten en un factor clave de competitividad y hace referencia a la integración de una serie de empresas en un espacio geográfico cercano, utilizando dicha cercanía para potencializar sus propias actividades, en estos espacios no solo las empresas de la industria se fortalecen, por el contrario, industrias paralelas o con cierto grado de dependencia se acoplan al modelo, lo que genera que se fortalezca la industria principal, y las subyacentes, incrementando la demanda no solo del producto de la industria sino de los insumos necesarios para su fabricación, gracias al mejoramiento de sus procesos y de calidad de la comunicación.

- Comercio Internacional

El comercio internacional, se desarrolla desde el principio de las grandes civilizaciones y el intercambio de mercancías a nivel mundial, pero no es hasta la revolución industrial que la dinámica trasciende continente. Para autores como Sastre (2014) el entendimiento del comercio internacional ha evolucionado, gracias a cambios como los presentados por los avances tecnológicos, el auge de los sectores de servicios y la lucha por la inserción de modelos neoliberales que fomenten la globalización en todo el mundo.

En ese orden de ideas el comercio internacional puede enfocarse en dos puntos claves, el primero hace referencia a cubrir las necesidades de consumo presentes en el mundo, soportando esto en el ejercicio de las exportaciones e importaciones de bienes y servicios, mientras que el segundo enfoque busca potencializarlos los ingresos de las empresas por medio de la inversión extranjera como en propósito de internacionalizar empresas y encontrar nuevos mercados.

- Importaciones y Exportaciones

Las importaciones y exportaciones tienen una implicación evidente y significativa para el comercio internacional, pero su estudio nace propiamente desde la economía, en donde se desarrolla como factor determinante de los análisis macroeconómicos de los países y puntualmente. Mankiw (2014) destaca como es parte de la contabilidad nacional, determinar el gasto, para ello contempla: el consumo, la inversión, las compras del Estado y las exportaciones.

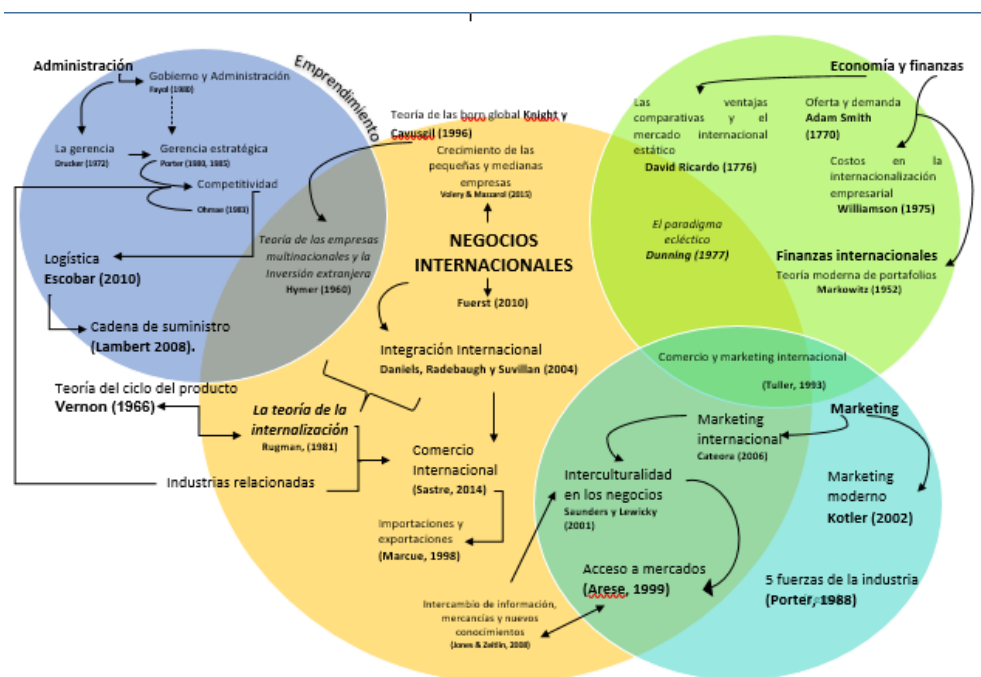
Desde estos principios se analizan tanto las importaciones como las exportaciones como factores destacables de la economía nacional. En este orden de ideas, las exportaciones se

convierten en todos los bienes y servicios que son producidos y/o procesados en las fronteras nacionales para después ser llevadas al extranjero, mientras que las importaciones son todos aquellos bienes y servicios que son ingresados al país para ser transados en el mercado local.

Si bien es importante en economía, en comercio internacional es una unidad de medida relevante para su proceso de desarrollo y se considera una fase inicial a provea según el autor a los procesos de internacionalización empresarial.

Para generar un mejor entendimiento de la fundamentación epistemológica del programa de Administración de Negocios Internacionales, se presenta la siguiente Figura, la cual es un mapa mental que ilustra la revisión y planteamiento ejecutado.

**Figura 1. Fundamentación epistemológica del programa de Administración de Negocios Internacionales**

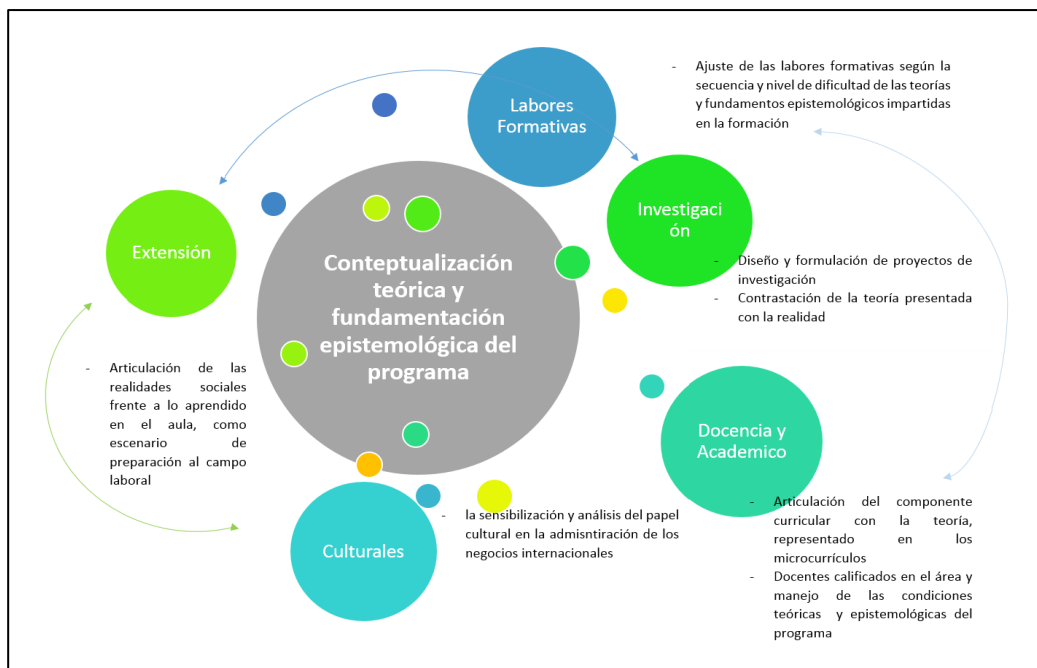


Fuente. Elaboración propia

El programa académico de Administración de Negocios Internacionales incorpora los fundamentos teóricos y epistemológicos en el desarrollo de las labores formativas y académicas, investigativas, culturales y de extensión, esto se encuentra ilustrado en la siguiente ilustración.



**Figura 2. Articulación de las bases epistemológicas**



Fuente. Elaboración propia

## 7.2 Organización curricular del Programa

La estructura académica propuesta para el Programa de Administración de Negocios Internacionales se construye a la luz de los resultados de los procesos de autoevaluación realizados al interior del Programa. Además, se tienen en cuenta los referentes nacionales e internacionales, así como las tendencias encontradas en la literatura.

El plan de estudios propuesto cuenta con 152 créditos distribuidos en 9 semestres, y se encuentra organizado en 5 componentes curriculares y 17 áreas de formación.

Los componentes de formación y las áreas de formación definidas por el Programa se muestran en la siguiente tabla.

**Tabla 2. Componentes Curriculares y Áreas de Formación del Programa en Administración de Negocios Internacionales**

Componente Curricular	Área de Formación
Humanístico	Humanístico
Formación Disciplinar	Básica
Formación Científica e Investigativa	Aplicada
Formación Profesional	Procesos Investigativos
	Economía

Componente Curricular	Área de Formación
	Jurídica
	Administración y Organización
	Emprendimiento
	Marketing
	Electiva
	Gestión y Operaciones
	Gerencia de Personal
	Prácticas
	Interculturalidad en los Negocios
	Idiomas
Profundización y Énfasis Profesional	Gerencia Financiera Internacional
	Tics

La distribución de créditos por componente curricular y por áreas de formación se detalla a continuación:

#### **Componente Curricular Humanístico:**

Este componente de formación cuenta con 5 asignaturas que alcanzan 9 créditos académicos, en los cuales se fomenta la participación de los estudiantes con escenarios y disciplinas diversas distintas a la administración de negocios internacionales, pero que pueden servir de elemento complementario para los desarrollos de esta, así como para la formación integral de los estudiantes.

Dentro del componente se incluyen enfoques interdisciplinarios centrados en el estudio de fundamentos éticos desde los ideales de la reforma del pensamiento, hasta la comprensión de la diversidad de la cultura en la era del mundo globalizado; se incluye además la formación en habilidades esenciales para la adquisición de competencias comunicativas y se ofrece al estudiante la posibilidad de elegir entre 2 asignaturas diferentes en los dos cursos electivos de la Electiva Socio Humanística.

La visión reformada respecto al concepto humanístico trasciende al componente mismo de la malla curricular, hace parte, en ese orden de ideas de la esencia misma de la filosofía institucional; pues se busca brindarles a los estudiantes una integralidad que se puede evidenciar no solamente en un número determinado de créditos académicos correspondiente al área de formación socio humanista si no también en todas las asignaturas de la malla propuesta.

Dentro de cada asignatura el estudiante debe contemplar unas dimensiones como: la del compromiso con la ética y el saber vivir, que le permitirá alcanzar unos resultados de aprendizaje que garanticen la articulación de los saberes disciplinares, profesionales e investigativos con una visión holística de la realidad en la que se desempeñará, evidenciando como desde cualquier componente, se puede hacer el ejercicio reflexivo, propio del pensamiento reformado, donde los estudiantes y futuros egresados analizarán el papel de su formación en el contexto actual y como pueden ser actores de cambio para la sociedad.

**Tabla 3. Componente Curricular Humanístico**

Componente Curricular	Asignaturas	Número de Créditos
Humanístico	Cátedra Reformada	0
	Competencias Comunicativas	3
	Electiva Socio Humanística I	2
	Electiva Socio Humanística II	2
	Responsabilidad Social y Ética Corporativa	2
	<b>TOTAL CRÉDITOS</b>	<b>9</b>

**Componente Curricular de Formación Disciplinar:**

El componente curricular de formación disciplinar se encuentra integrado por las ciencias básicas y la estadística. Los estudiantes deben adquirir conocimientos para el análisis, la aplicación y adaptación en los modelos genéricos, en los procesos en los cuales intervienen estas ciencias en el objeto del conocimiento de la profesión.

Además, este componente provee la conexión entre las disciplinas con la aplicación y la práctica de la profesión. Incluye aquellas asignaturas consideradas fundamentales para desarrollar los conocimientos que estructuran el saber disciplinar de una profesión. El componente de formación básica cuenta con 4 asignaturas para un total de 14 créditos académicos.

**Tabla 4. Componente Curricular de Formación Disciplinar**

Componente Curricular	Áreas de Formación	Asignaturas	Número de Créditos
Formación Disciplinar	Básica	Competencias Matemáticas	4
		Cálculo	4
	Aplicada	Estadística Descriptiva	3
		Estadística Inferencial	3
	<b>TOTAL CRÉDITOS</b>		

**Componente Curricular de Formación Científica e Investigativa:**

Este componente constituye un eje fundamental para la relevancia de los procesos de investigación para la formación profesional. Incluye el área de formación de Procesos Investigativos, desde los cuales se desarrollan los fundamentos de la investigación científica, y los proyectos de investigación de Administración de Negocios Internacionales. Se compone de 4 asignaturas que alcanzan un total de 8 créditos.

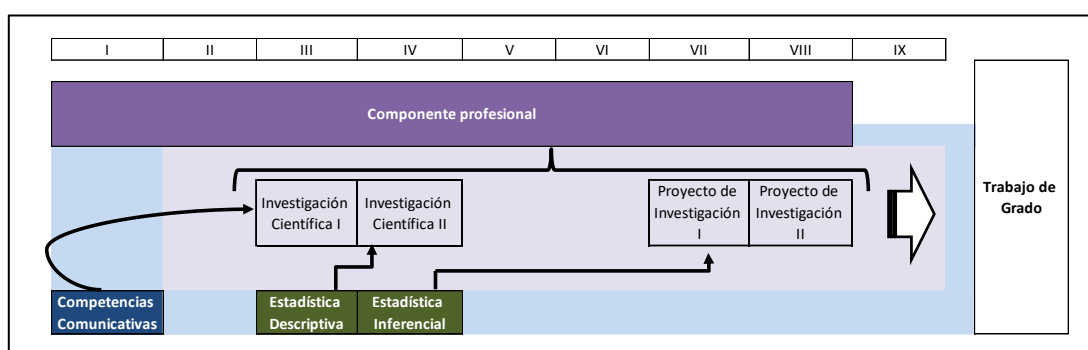
**Tabla 5. Componente Curricular de Formación Científica e Investigativa**

Componente Curricular	Áreas de Formación	Asignaturas	Número de Créditos
Formación Científica e Investigativa	Procesos Investigativos	Investigación Científica I	2
		Investigación Científica II	2
		Proyecto de Investigación I	2
		Proyecto de Investigación II	2

<b>TOTAL CRÉDITOS</b>	<b>8</b>
-----------------------	----------

Una de las características propias del componente investigativo de la Corporación Universitaria Reformada, es la distribución estratégica de las asignaturas dentro de la malla curricular con el propósito de garantizar un proceso de formación en investigación articulado con la evolución misma del estudiante en función de sus habilidades en los saberes profesionales, soportado siempre por una serie de asignaturas del componente disciplinar que le permite al educando potencializar sus actividades investigativas y generar productos de mayor impacto, asociados a las líneas de investigación del programa y las problemáticas priorizadas por parte de la institución en función de la visión reformada.

**Figura 3. Articulación del componente de Investigación en la malla**



**Fuente:** elaboración propia

La formación en investigación se propicia en primera instancia por la asignatura de competencias comunicativas, la cual es transversal a todo el proceso de formación y le brinda al estudiante habilidades y técnicas para tener mayor impacto en sus escritos, además de la búsqueda de información eficiente de manera generalizada y especializada.

#### **Componente Curricular de Formación Profesional:**

El componente de formación profesional se compone de 23 asignaturas para un total de 67 créditos académicos, distribuidas en 9 áreas de formación:

**Economía:** se orienta a formar en las especificidades de las relaciones económicas y monetarias como soporte de las decisiones gerenciales. Está conformado por 4 asignaturas y un total de 8 créditos académicos.

**Jurídica:** desarrolla la capacidad del estudiante de proponer desde su perspectiva, los cambios que se consideren necesarios para el desarrollo integral de las relaciones físicas y jurídicas existentes entre el Estado, y con ello, el éxito de los negocios internacionales con el respeto de las normas legales que lo enmarcan. Contiene 3 asignaturas con 8 créditos académicos.

**Administración y Organización:** se orienta a formar al estudiante en la comprensión de las organizaciones, el contexto en el que operan y la gerencia de estas. Se componen de 3 asignaturas para un total de 9 créditos académicos.

**Emprendimiento:** se orienta en formar estudiantes con competencias, habilidades y destrezas para descubrir y aprovechar las oportunidades de negocios existentes en los mercados, así mismo, se fundamenta en incentivar a los estudiantes a desarrollar ideas, y con ello, concientizarlo de sus capacidades innatas. Se compone de 2 asignaturas con 5 créditos académicos.

**Marketing:** Busca la comprensión del estudiante en la complejidad del entorno y sus oportunidades para que éste relacione las organizaciones con los mercados específicos, de tal manera que se atiendan las necesidades de los actores del mercado. Así mismo se fomenta el uso de una segunda lengua en su quehacer profesional. Está compuesto 3 cursos con un peso de 8 créditos académicos.

**Electiva:** en esta área se desarrollan habilidades a través del a formación electiva que complementa la formación profesional en aspectos propio de la de la administración que se transforman en transversales a la disciplina. Son 3 asignaturas con un peso de 9 créditos académicos.

**Gestión y Operaciones:** Busca formar al estudiante en la comprensión de los procesos de producción y de servicio para la integración eficiente de los recursos en el logro de los objetivos organizacionales. Se compone de 3 asignaturas con 8 créditos académicos.

**Gerencia de Personal:** desarrolla la conciencia del valor del talento humano en las organizaciones, así como el desarrollo de las competencias necesarias para dirigir grupos humanos, promover su desarrollo y alcanzar un adecuado desempeño organizacional. Contiene una asignatura de 3 créditos académicos.

**Práctica:** Las prácticas profesionales desarrolladas en el noveno semestre, son la base para que los estudiantes inicien su inserción al campo laboral, con un total de 9 créditos académicos.

**Tabla 6. Componente Curricular de Formación Profesional**

Componente Curricular	Áreas de Formación	Asignaturas	Número de Créditos
Formación Profesional	Economía	Fundamentos de economía	2
		Microeconomía	2
		Macroeconomía	2
		Economía Internacional	2
	Jurídica	Fundamento en Derecho Constitucional	2
		Derecho Internacional	2
		Derecho Comercial y Contratación Internacional	4
	Administración y	Teoría de la Administración	4

Componente Curricular	Áreas de Formación	Asignaturas	Número de Créditos
	Organización	Direccionamiento Estratégico	3
		Gestión de la Calidad	2
	Emprendimiento	Emprendimiento, Creatividad e Innovación	3
		Modelo de Negocios Sostenibles	2
	Marketing	Fundamentos de Marketing	3
		International Marketing	3
		E-Commerce	2
	Electiva	Electiva de Profundización I	3
		Electiva de Profundización II	3
		Electiva de Profundización III	3
	Gestión y Operaciones	Gestión de Operaciones	3
		Logística Internacional	3
		Clúster	2
	Gerencia de personal	Gestión del Talento Humano	3
	Prácticas	Prácticas	9
<b>TOTAL CRÉDITOS</b>			<b>67</b>

### **Componente Curricular de Profundización y Énfasis Profesional:**

Se encuentra comprendido por el conjunto de conocimientos propios del campo específico de la profesión, acorde con las líneas de énfasis del programa: Interculturalidad de los Negocios, Idiomas, Gerencia Financiera Internacional y Tics. Se compone de 22 asignaturas que alcanzan 53 créditos académicos.

**Tabla 7. Componente Curricular de Profundización y Énfasis Profesional**

Componente Curricular	Áreas de Formación	Asignaturas	Número de Créditos
Profundización y Énfasis Profesional	Interculturalidad de los Negocios	Introducción a los Negocios Internacionales	3
		Cultura y Globalización	2
		Técnicas de Negociación Internacional	2
		Gerencia de Negocios Internacionales	3
		Relaciones Internacionales	2
		Integración y Acuerdos Comerciales	3
		Importaciones	3
		Exportaciones	3
	Idiomas	Inglés I	2
		Inglés II	2
		Inglés III	2
		Inglés IV	2
		Inglés V	2
	Contabilidad y Finanzas	Contabilidad	3
		Costros y Presupuestos	4

Componente Curricular	Áreas de Formación	Asignaturas	Número de Créditos
	TIC'S	Matemáticas y Análisis Financiero	3
		Finanzas Internacionales	2
		Formulación y Evaluación Proyectos	3
		Informática Básica	2
		Informática Avanzada	2
		Sistemas de Información Gerencial	2
		Ingeniería de Datos	2
<b>TOTAL CRÉDITOS</b>			<b>54</b>

**Tabla 8. Resumen de Créditos por Componente Curricular**

Componente Curricular	Créditos	Porcentaje %
Humanístico	9	6%
Formación Disciplinar	14	9%
Formación Científica e Investigativa	8	5%
Formación Profesional	67	44%
Profundización y Énfasis Profesional	54	36%
<b>TOTAL</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

A continuación, se presenta el resumen de número de asignaturas y de créditos por componente curricular y área de formación del Programa de Administración de Negocios Internacionales.

**Tabla 9. Resumen de Créditos por Componente Curricular y Área de Formación del Programa de Administración de Negocios Internacionales**

Componente Curricular	Área de Formación	No. De Asignaturas	Porcentaje de Asignaturas (%)	Créditos	Porcentaje de Créditos (%)
Humanístico	Humanístico	5	8,6	9	6
Formación Disciplinar	Básica	2	3,4	8	5,3
	Aplicada	2	3,4	6	4
Formación Científica e Investigativa	Procesos Investigativos	4	6,9	8	5,3
Formación Profesional	Economía	4	6,9	8	5,3
	Jurídica	3	5,2	8	5,3
	Administración y Organización	3	5,2	9	5,9
	Emprendimiento	2	3,4	5	3,3
	Marketing	3	5,2	8	5,3
	Electiva	3	5,2	9	6
	Gestión de Operaciones	3	5,2	8	5,3
	Gerencia de Personal	1	1,7	3	2
Prácticas en Empresas o	1	1,7	9	6	

Componente Curricular	Área de Formación	No. De Asignaturas	Porcentaje de Asignaturas (%)	Créditos	Porcentaje de Créditos (%)
	Instituciones				
Profundización y Énfasis Profesional	Interculturalidad de los Negocios	8	13,9	21	13,7
	Idiomas	5	8,6	10	6,2
	Gerencia Financiera Internacional	5	8,6	15	9,8
	Tics	4	6,9	8	5,3
<b>TOTAL</b>		<b>58</b>	<b>100</b>	<b>152</b>	<b>100</b>

Los periodos académicos son organizados en semestres de 16 semanas, cuyo tiempo de trabajo semanal para el plan propuesto se resume en la siguiente tabla:

**Tabla 10. Tiempo de trabajo en semanas por semestre**

Semestre	Número de Créditos	Horas de Acompañamiento Docente (HAD)	Horas de Trabajo Independiente (HI)	Horas de Trabajo Total (HT)
1	17	19	38	57
2	18	18	36	54
3	16	16	32	48
4	18	18	36	54
5	17	17	34	51
6	18	18	36	54
7	17	17	34	51
8	17	17	34	51
9	14	7	28	35
<b>Total</b>	<b>152</b>	<b>147</b>	<b>308</b>	<b>455</b>

### 7.3 Dimensiones y Objetivos de Aprendizaje del programa

Los objetivos generales de aprendizaje del Programa están religados con las dimensiones de formación y las competencias o habilidades de aprendizaje, éstas se encuentran estructuradas en coherencia con el perfil profesional y ocupacional del egresado(a). Igualmente, los objetivos específicos de aprendizaje de una asignatura están asociados a un objetivo general de aprendizaje del Programa, los cuales son declarados en los microcurrículos.

Los objetivos específicos de aprendizaje de la asignatura se ubican en la dimensión de formación y estos deben cumplir con las siguientes condiciones:

- Describen qué aprenderán los(as) estudiantes en relación con los temas al finalizar el curso.
- Son claros y comprensibles para los(as) estudiantes y los(as) profesores.
- Tienen un nivel de generalidad y de complejidad adecuados para la asignatura y los(as) estudiantes.



- Tienen en cuenta la forma como se aprenden y se usan los contenidos estudiados en diferentes áreas del conocimiento.

Las Dimensiones de formación que están estrechamente relacionadas con los objetivos de aprendizaje son:

- D1: Conocimiento fundamental (saber conocer).
- D2: Aplicación (saber hacer).
- D3: Integración (contextualización, interdisciplinariedad, trascendencia).
- D4: Saber vivir (saber ser).
- D5: Compromiso (ética).
- D6: Aprender a aprender (metacognición).
- D7: Innovación e investigación (nuevos conocimientos).

### 7.3.1 Resultados de Aprendizaje

Los resultados generales de aprendizaje del Programa se refieren a lo que el estudiante sabrá, comprenderá, y será capaz de hacer como resultado de su formación integral al término de su carrera.

Por su parte, los resultados específicos de aprendizaje de una asignatura, es lo que se espera que el (la) estudiante sea capaz de hacer al final de un curso en relación con las competencias o habilidades de aprendizaje. Esto involucra la apropiación de experiencias, conocimientos, destrezas, habilidades, valores y principios que el estudiante debe lograr en el desarrollo del proceso. Por otro lado, los resultados específicos de aprendizaje también están asociados a los objetivos específicos de aprendizaje y a las dimensiones de aprendizaje definidas en cada asignatura; ligados a los criterios y procesos de evaluación.

Estos son valorados a través de un acompañamiento continuo que implica monitoreo, retroalimentación, autoevaluación y evaluación entre pares. Lo que conlleva un proceso de metacognición que implica evidenciar cómo aprende, qué aprende y para qué aprende el estudiante, desde los procesos cualitativos y cuantitativos asociados a un nivel de aprendizaje.

El formato del microcurrículos permite mostrar la asociación de los objetivos específicos de aprendizaje establecidos para cada dimensión con el nivel de los resultados específicos de aprendizaje.

Estos niveles son descritos tanto cuantitativamente como cualitativamente, y expresados en las siguientes categorías:

- Nivel SUPERIOR (4.0 -5.0)
- Nivel NORMAL (3.99 – 3.0)
- Nivel BAJO (2.99 – 2.0)

- Nivel DEFICIENTE (1.99 – 1.0)

Los resultados se expresan a través de una descripción donde en el uso del verbo se evidencia el aprendizaje del estudiante y cómo lo demuestra en acción dentro de un contexto determinado; así mismo a partir de este resultado se brinda una retroalimentación de los aspectos por mejorar.

Los resultados de aprendizaje responden a criterios de evaluación, los cuales son expresados con claridad en los microcurrículos de cada asignatura. La evaluación contempla procesos de seguimiento y acompañamiento al aprendizaje en forma continua; lo cual implica procesos permanentes de retroalimentación.

### 7.3.2 Dimensiones, Objetivos, Competencias y Resultados de Aprendizaje del Programa

En la Tabla 11 se presentan los objetivos y resultados generales de aprendizaje del Programa de Administración de Negocios Internacionales, para cada dimensión de aprendizaje, de acuerdo con el Perfil del Egresado.

**Tabla 11. Objetivos Generales de Aprendizaje**

Dimensiones Formación	Objetivos de Aprendizaje	Competencias del Programa	Resultados de Aprendizaje
D1: Conocimiento fundamental (saber conocer)	Comprender las nociones principales de componentes articuladores de la formación en negocios internacionales para su aplicación en la solución de problemáticas actuales	Conocer los modelos y procesos matemáticos y estadísticos que permitan optimizar la toma de decisiones empresariales y la solución de problemas, desde la integración con la práctica del profesional	Aplica modelamientos matemáticos y estadísticos para la toma de decisiones
		Conocer los fundamentos de las principales áreas de acción de su profesión lo que le permite la integración completa con la estructura tradicional de las organizaciones para un direccionamiento estratégico efectivo.	Aplica los conocimientos en las teorías, modelos, leyes y normas para eficiente desarrollo de las organizaciones garantizando el funcionamiento en el marco de lo legal
		Conocer los principios básicos que se establecen en el estudio de los negocios internacionales y su impacto en la planificación y toma de decisiones competitivas para las organizaciones en el escenario internacional	Desarrolla estrategias enfocadas a las teorías y modelos de los negocios internacionales para la potencialización empresarial
D2: Aplicación (saber hacer)	Desarrollar modelos, planes y estrategias enfocadas al cumplimiento de los objetivos en función de los componentes específicos de interacción de los negocios internacionales.	Identificar herramientas de tecnologías de la información para la búsqueda y generación de información, con el fin de optimizar los procesos de gestión del conocimiento y dar solución a los problemas empresariales actuales.	Utiliza diferentes herramientas tecnológicas para acceder a gestión de la información y construir de manera eficiente acciones que evalúen y decidan el quehacer empresarial
		Diseñar una estructura organizacional orientada al logro del posicionamiento empresarial, a través de la formulación de planes estratégicos que permitan	Desarrolla una estructura organizacional que responda al direccionamiento estratégico de la empresa y fomente la competitividad

		consolidar la calidad del servicio.	
		Identificar los principales aspectos que regulan la interacción empleado y empleador basado en el cumplimiento de derechos y deberes	Ejecuta acciones eficientes dentro de la administración del personal para la mejora tanto de los indicadores de la empresa como de la calidad de vida de los trabajadores
		Manejar modelos, estructuras, formulas e indicadores en el análisis e interpretación de la contabilidad empresarial para la toma de decisiones estratégicas y eficientes.	Efectúa análisis eficientes de los principales indicadores contables y financieros la toma de decisiones estratégica y la maximización responsable de los recursos de la organización.
		Gestionar estrategias de desarrollo de la calidad y productividad, para incrementar la competitividad de las organizaciones, bajo los criterios de normas técnicas nacionales e internacionales, con el manejo eficaz y eficiente de recursos.	Diseña proyectos, planes y estrategias direccionadas a potencializar la competitividad, bajo una visión integradora entre lo técnico, normativo y gerencial dentro de las organizaciones frente a diversos escenarios y problemáticas.
		Formular estrategias de negociación, para realizar acuerdos, convenios, alianzas estratégicas empresariales con fundamentos técnicos, éticos y legales. Planear y realizar las actividades correctamente para mejorar en forma permanente todo lo que realiza dentro de las organizaciones, mediante la evaluación del resultado de las acciones y la utilización eficiente de los recursos disponibles.	Dirige procesos asociados el comercio exterior, internacionalización empresarial y toma de decisiones estratégicas de las empresas.
		Aplicar los principales conocimientos adquiridos en la administración de Negocios Internacionales dentro de espacios reales de interacción empresarial	Articula los procesos de la negociación Internacional con los modelos y teorías que promueven el eficiente uso de los recursos físicos, geográficos, financieros y humanos de la organización.
			Genera experiencia en escenarios reales de aplicación en los negocios internacionales para la toma de decisiones en diferentes espacios de interacción.
D3: Integración (contextualización, interdisciplinariedad, trascendencia)	Potencializar en los estudiantes el uso de habilidades y conocimientos específicos de la formación para la generación de nuevas alternativas de desarrollo y crecimientos económicos y social responsable con el entorno	Desarrollar habilidades para la comprensión y el análisis de diferentes realidades sociales que han determinado la evolución de la humanidad hasta nuestros días	Toma decisiones basado en la comprensión del papel de la cultura, la evolución historia de los países y sus principios y preceptos morales para sus negociaciones e internaciones comerciales sean exitosas
		Comprender las realidades económicas de los Estados, partiendo de los principios y preceptos de la teoría económica para ser gestor de transformación social	Interviene en procesos de planificación y toma de decisiones basado en un análisis responsable de los indicadores económicos actuales
		Formular e implementar planes de marketing para la gestión comercial de las organizaciones siendo socialmente responsable con el consumidor final y la sociedad en general	Dirige procesos de marketing sostenibles con las partes interesadas para promover un comercio internacional responsable

D4: Saber vivir (saber ser)	Actuar acorde a los principios y valores de ciudadanos íntegros en un entorno globalizado	Aprender contenidos actitudinales que promueven los principios y valores que se deben aplicar en los principales aspectos de la vida	Aplica los contenidos asignados para la toma de decisiones responsable basado en principios éticos y morales
D5: Compromiso (ética)	Comprender por medio de la evaluación crítica sus opciones morales y a promover alternativas frente a situaciones posibles basado en el cumplimiento de la norma	Conocer las principales normas y leyes que establecen los criterios de proceder en el marco de la integridad y valores socialmente establecidos	Interactúa en el marco de la ley para el desarrollo de sus actividades profesionales, promoviendo el respeto por el otro.
		Conocer las normas y procedimientos para la aplicación de la responsabilidad social dentro de las organizaciones.	Aplica los preceptos de la responsabilidad social empresarial en su organización priorizando los principios de interacción con las partes interesadas y asumiendo su responsabilidad son el entorno.
D6: Aprender a aprender (metacognición)	Aplicar los conocimientos en áreas complementarias para el desarrollo eficiente y práctico de las actividades propias de los negocios internacionales	Conocer los principios del lenguaje de manera eficiente y con destreza, para su aplicación en las actividades profesionales que se realizan	Implementa las habilidades comunicativas y de lenguaje para la eficiente negociación, comercio e interacción con las organizaciones en el mercado global
		Conocer una lengua extranjera para comunicarse con fluidez y naturalidad de forma oral y escrita, para solucionar problemas de su campo profesional, en contextos multiculturales diversos.	Utiliza una segunda lengua para fortalecer la negociación internacional en ambientes multiculturales de acuerdo con el contexto.
D7: Innovación e investigación (nuevos conocimientos)	Diseñar propuestas de calor y generación de nuevo conocimiento basado en principios del método científico	Diseñar, ejecutar y evaluar proyectos que den solución a problemas relevantes de forma innovadora, para asumir los retos del contexto local, regional y global.	Desarrolla proyectos innovadores que respondan a las necesidades del contexto empresarial y generen valor agregado

En las Tabla 12 se presentan los resultados generales del Programa de Administración de Negocios Internacionales, junto con las asignaturas que contribuyen al alcance de los resultados generales de aprendizaje.

**Tabla 12. Resultados Generales de Aprendizaje**

Dimensiones de Aprendizaje (Competencias)	Competencias	Resultados de Aprendizaje	Áreas de Formación	Asignaturas	Semestre									
					I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	
D1: Conocimiento fundamental (saber conocer)	Conocer los modelos y procesos matemáticos y estadísticos que permitan optimizar la toma de decisiones empresariales y la solución de problemas, desde la integración con la práctica del profesional	Aplica modelamientos matemáticos y estadísticos para la toma de decisiones	Básica	Competencias matemáticas	X									
				Cálculo		X								
			Aplicada	Estadística Descriptiva			X							
				Estadística Inferencial				X						
	Conocer los fundamentos de las principales áreas de acción de su profesión lo que le permite la integración completa con	Aplica los conocimientos en las teorías, modelos, leyes y normas para eficiente desarrollo de	Economía	Fundamentos de Economía		X								
		Marketing	Fundamentos de Marketing			X								

	la estructura tradicional de las organizaciones para un direccionamiento estratégico efectivo.	las organizaciones garantizando el funcionamiento en el marco de lo legal	Jurídica	Fundamentos en Derecho Constitucional		X					
	Conocer los principios básicos que se establecen en el estudio de los negocios internacionales y su impacto en la planificación y toma de decisiones competitivas para las organizaciones en el escenario internacional	Desarrolla estrategias enfocadas a las teorías y modelos de los negocios internacionales para la potencialización empresarial	Interculturalidad de los Negocios	Introducción a los Negocios Internacionales	X						
D2: Aplicación (saber hacer)	Identificar herramientas de tecnologías de la información para la búsqueda y generación de información, con el fin de optimizar los procesos de gestión del conocimiento y dar solución a los problemas empresariales actuales.	Utiliza diferentes herramientas tecnológicas para acceder a gestión de la información y construir de manera eficiente acciones que evalúen y decidan el quehacer empresarial	TICS	Informática Básica	X						
				Informática Avanzada	X						
				Sistemas de información Gerencial					X		
				Ingeniería de Datos						X	
	Diseñar una estructura organizacional orientada al logro del posicionamiento empresarial, a través de la formulación de planes estratégicos que permitan consolidar la calidad del servicio.	Desarrolla una estructura organizacional que responda al direccionamiento estratégico de la empresa y fomente la competitividad	Administración y Organización	Teoría de la Administración	X						
				Gestión de la Calidad			X				
	Identificar los principales aspectos que regulan la interacción empleado y empleador basado en el cumplimiento de derechos y deberes	Ejecuta acciones eficientes dentro de la administración del personal para la mejora tanto de los indicadores de la empresa como de la calidad de vida de los trabajadores	Gerencia de Personal	Gestión del Talento Humano			X				
				Manejar modelos, estructuras, formulas e indicadores en el análisis e interpretación de la contabilidad empresarial para la toma de decisiones estratégicas y eficientes.	Efectúa análisis eficientes de los principales indicadores contables y financieros la toma de decisiones estratégica y la maximización responsable de los recursos de la organización.	Gerencia Financiera Internacional	Contabilidad	X			
Costos y Presupuestos			X								
Matemáticas y Análisis Financiero								X			
Finanzas Internacionales									X		
Diseña proyectos, planes y estrategias direccionadas a potencializar la competitividad, bajo una visión integradora entre lo técnico, normativo y gerencial dentro de las	Diseña proyectos, planes y estrategias direccionadas a potencializar la competitividad, bajo una visión integradora entre lo técnico,	Electivas de Profundización	Electiva de profundización I (Gestión de Costos)					X			
			Electiva de profundización I (Investigación de Mercados)					X			

organizaciones frente a diversos escenarios y problemáticas.	normativo y gerencial dentro de las organizaciones frente a diversos escenarios y problemáticas.		Electiva de profundización I (Gestión de Puertos)					X		
			Electiva de profundización II (Hacienda Pública)					X		
			Electiva de profundización II (Indicadores de Gestión Empresarial)					X		
			Electiva de profundización II (Sistemas de Seguridad en la Cadena de Suministros)					X		
			Electiva de profundización III (Normas Internacionales de Contabilidad)							X
			Electiva de profundización III (Competitividad Empresarial)							X
			Electiva de profundización III (Distribución Física Internacional)							X
Formular estrategias de negociación, para realizar acuerdos, convenios, alianzas estratégicas empresariales con fundamentos técnicos, éticos y legales.	Dirige procesos asociados el comercio exterior, internacionalización empresarial y toma de decisiones estratégicas de las empresas.	Interculturalidad de los Negocios	Integración y Acuerdos Comerciales				X			
			Importaciones					X		
			Exportaciones						X	
			Gerencia de Negocios Internacionales					X		
Planear y realizar las actividades correctamente para mejorar en forma permanente todo lo que realiza dentro de las organizaciones, mediante la evaluación del resultado de las acciones y la utilización eficiente de los recursos disponibles.	Articula los procesos de la negociación Internacional con los modelos y teorías que promueven el eficiente uso de los recursos físicos, geográficos, financieros y humanos de la organización.	Gestión y Operaciones	Gestión de Operaciones				X			
			Logística Internacional					X		
			Clúster						X	
Aplicar los principales conocimientos adquiridos en la administración de Negocios Internacionales dentro de espacios reales de interacción empresarial	Genera experiencia en escenarios reales de aplicación en los negocios internacionales para la toma de decisiones en diferentes espacios de interacción.	Prácticas	Prácticas en Empresas e Instituciones							X



D3: Integración (Contextualización, Interdisciplinariedad y Transcendencia)	Desarrollar habilidades para la comprensión y el análisis de diferentes realidades sociales que han determinado la evolución de la humanidad hasta nuestros días	Toma decisiones basado en la comprensión del papel de la cultura, la evolución historia de los países y sus principios y preceptos morales para sus negociaciones e internaciones comerciales sean exitosas	Interculturalidad de los Negocios	Cultura y Globalización	X							
				Relaciones Internacionales	X							
	Comprender las realidades económicas de los Estados, partiendo de los principios y preceptos de la teoría económica para ser gestor de transformación social	Interviene en procesos de planificación y toma de decisiones basado en un análisis responsable de los indicadores económicos actuales	Economía	Microeconomía	X							
				Macroeconomía		X						
	Formular e implementar planes de marketing para la gestión comercial de las organizaciones siendo socialmente responsable con el consumidor final y la sociedad en general	Dirige procesos de marketing sostenibles con las partes interesadas para promover un comercio internacional responsable	Marketing	International Marketing				X				
				E-Commerce						X		
D4: Saber vivir (saber ser)	Aprender contenidos actitudinales que promueven los principios y valores que se deben aplicar en los principales aspectos de la vida	Aplica los contenidos asignados para la toma de decisiones responsable basado en principios éticos y morales	Humanística	Cátedra Reformada	X							
				Electiva Socio humanística I (protocolo Empresarial)	X							
				Electiva Socio humanística I (libre elección en otros programas)	X							
				Electiva Socio humanística II (libre elección en otros programas)	X							
				Electiva Socio humanística II (Introducción a la vida Laboral)	X							
D5: Compromiso (ética)	Conocer las principales normas y leyes que establecen los criterios de proceder en el marco de la integridad y valores socialmente establecidos	Interactúa en el marco de la ley para el desarrollo de sus actividades profesionales, promoviendo el respeto por el otro	Jurídica	Derecho Internacional				X				
				Derecho Comercial y Contratación Internacional				X				
	Conocer las normas y procedimientos para la aplicación de la responsabilidad social dentro de las organizaciones.	Aplica los preceptos de la responsabilidad social empresarial en su organización priorizando los principios de interacción con las partes interesadas y asumiendo su	Humanística	Responsabilidad social y ética Corporativa							X	

		responsabilidad son el entorno.																				
D6: Aprender a aprender (metacognición)	Conocer los principios del lenguaje de manera eficiente y con destreza, para su aplicación en las actividades profesionales que se realizan	Implementa las habilidades comunicativas y de lenguaje para la eficiente negociación, comercio e interacción con las organizaciones en el mercado global	Humanística	Competencias Comunicativas	X																	
	Conocer una lengua extranjera para comunicarse con fluidez y naturalidad de forma oral y escrita, para solucionar problemas de su campo profesional, en contextos multiculturales diversos.	Utiliza una segunda lengua para fortalecer la negociación internacional en ambientes multiculturales de acuerdo con el contexto.	Idiomas	Inglés I	X																	
				Inglés II		X																
				Inglés III			X															
Inglés IV					X																	
Inglés V							X															
D7: Innovación e investigación (nuevos conocimientos)	Diseñar, ejecutar y evaluar proyectos que den solución a problemas relevantes de forma innovadora, para asumir los retos del contexto local, regional y global.	Desarrolla proyectos innovadores que respondan a las necesidades del contexto empresarial y generen valor agregado	Procesos Investigativos	Investigación Científica I			X															
				Investigación Científica II				X														
			Emprendimiento	Proyecto de Investigación I										X								
				Proyecto de Investigación II																	X	
				Emprendimiento, Creatividad e Innovación Modelo de Negocios Sostenibles									X									
Gerencia Financiera Internacionales	Formulación y Evaluación de Proyectos																	X				



## 7.4 Malla curricular Propuesta Programa de Administración de Negocios Internacionales

Figura 4. Malla curricular propuesta Programa Administración de Negocios Internacionales

MALLA CURRICULAR ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES																												
Componente de formación	Área de formación	Semestre I			Semestre II			Semestre III			Semestre IV			Semestre V			Semestre VI			Semestre VII			Semestre VIII			Semestre IX		
Disciplinar	Básica	Competencias Matemáticas CR HAD HTI 4 4 8			Cálculo CR HAD HTI 4 4 8																							
	Aplicada				Estadística descriptiva CR HAD HTI 3 3 6			Estadística inferencial CR HAD HTI 3 3 6																				
Profesional	Economía	Fundamentos de Economía CR HAD HTI 2 2 4			Microeconomía CR HAD HTI 2 2 4			Macroeconomía CR HAD HTI 2 2 4			Economía Internacional CR HAD HTI 2 2 4																	
	Jurídica				Fundamento del Derecho Constitucional CR HAD HTI 2 2 4			Derecho Internacional CR HAD HTI 2 2 4			Derecho Comercial y Contratación Internacional CR HAD HTI 4 4 8																	
	Administración y Organización	Teoría de la Administración CR HAD HTI 4 4 8									Gestión de la Calidad CR HAD HTI 2 2 4						Direcccionamiento Estratégico CR HAD HTI 3 3 6											
	Emprendimiento										Emprendimiento, Creatividad e Innovación CR HAD HTI 3 3 6			Modelos de Negocios Sostenibles CR HAD HTI 2 2 4														
	Marketing				Fundamentos de Marketing CR HAD HTI 3 3 6									Internacional Marketing CR HAD HTI 3 3 6			E-Commerce CR HAD HTI 2 2 4											
	Electiva													Electiva de profundización I CR HAD HTI 3 3 6			Electiva de profundización II CR HAD HTI 3 3 6			Electiva de profundización III CR HAD HTI 3 3 6								
	Gestión y Operaciones										Gestión de Operaciones CR HAD HTI 3 3 6						Logística Internacional CR HAD HTI 3 3 6			Clusters CR HAD HTI 2 2 4								
	Gerencia de Personal							Gestión del Talento Humano CR HAD HTI 3 3 6																				
	Prácticas																						Prácticas en Empresas o Instituciones CR HAD HTI 9 2 18					
	Énfasis o Profundización	Interculturalidad de los Negocios	Introducción a los Negocios Internacionales CR HAD HTI 3 3 6			Cultura y Globalización CR HAD HTI 2 2 4			Relaciones Internacionales CR HAD HTI 2 2 4			Integración y Acuerdos Comerciales CR HAD HTI 3 3 6			Gerencia de Negocios Internacionales CR HAD HTI 3 3 6						Técnicas de Negociación Internacional CR HAD HTI 2 2 4							
Idiomas		Inglés I CR HAD HTI 2 2 4			Inglés II CR HAD HTI 2 2 4			Inglés III CR HAD HTI 2 2 4			Inglés IV CR HAD HTI 2 2 4			Inglés V CR HAD HTI 2 2 4														
Gerencia Financiera Internacional		Contabilidad CR HAD HTI 3 3 6						Costos y Presupuesto CR HAD HTI 4 4 8			Matemática y Análisis Financiero CR HAD HTI 3 3 6			Finanzas Internacionales CR HAD HTI 2 2 4						Formulación y Evaluación de Proyectos CR HAD HTI 3 3 6								
TIC's		Informática Básica CR HAD HTI 2 2 4			Informática Avanzada CR HAD HTI 2 2 4									Sistemas de Información Gerencial CR HAD HTI 2 2 4			Ingeniería de Datos CR HAD HTI 2 2 4											
Investigación Científica	Procesos Investigativos			Investigación Científica I CR HAD HTI 2 2 4			Investigación Científica II CR HAD HTI 2 2 4						Proyecto de Investigación I CR HAD HTI 2 2 4			Proyecto de Investigación II CR HAD HTI 2 2 4												
Humanístico	Humanística	Cálculo Reformada CR HAD HTI 0 2 0			Electiva Socio Humanística I CR HAD HTI 2 2 4			Electiva Socio Humanística II CR HAD HTI 2 2 4												Responsabilidad Social y Ética Corporativa CR HAD HTI 2 2 4								
		Competencias Comunicativas CR HAD HTI 3 3 6																										

Componente	CR	HAD	HTI	Total
Disciplinar	14	19	34	67
Profesional	18	18	36	72
Profundización	16	16	32	64
Investigación	18	18	36	72
Humanístico	17	17	34	68
Prácticas	18	18	36	72
Electivas	17	17	34	68
Interculturalidad	17	17	34	68
Idiomas	17	17	34	68
Gerencia Financiera	17	17	34	68
TIC's	17	17	34	68
Investigación Científica	17	17	34	68
Humanística	14	7	21	42
<b>TOTAL CREDITOS</b>	<b>152</b>	<b>152</b>	<b>304</b>	<b>456</b>

RESUMEN CURRICULAR		CR	%
Disciplinar		14	9%
Profesional		67	44%
Profundización		54	36%
Investigación		8	5%
Humanístico		9	6%
<b>TOTAL CREDITOS</b>		<b>152</b>	<b>100%</b>

En la reforma curricular se han propuesto nuevas asignaturas, aunque mayormente se han realizado cambios relacionados con la denominación de estas, la fusión de varias asignaturas y el reajuste en la distribución de créditos. A continuación, se presentan las asignaturas del nuevo plan de estudios junto con el número de créditos, las horas de trabajo académico, el tipo de asignatura y los pre-requisitos.

**Tabla 13. Descripción del Nuevo Plan de Estudios**

Asignatura	Obligatoria	Electiva	Créditos Académicos	Carácter	Habilitable	Horas de trabajo académico			Componente Curricular					Prerrequisito	
						Horas de trabajo directo	Horas de trabajo independiente	Horas de trabajo totales	Humanístico	Formación Disciplinar	Formación Científica e Inovátoriana	Formación Profesional	Profundización y Énfasis Profesional		
<b>Semestre I</b>															
Competencias Matemáticas	X		4	T	Si	4	8	12		X					N/A
Introducción a los Negocios Internacionales	X		3	T	No	3	6	9						X	N/A
Inglés I	X		2	TP	Si	2	4	6						X	N/A
Contabilidad	X		3	TP	No	3	6	9						X	N/A
Informática Básica	X		2	TP	Si	2	4	6						X	N/A
Competencias Comunicativas	X		3	T	Si	3	6	9	X						N/A
Cátedra Reformada	X		0	T	Si	2	4	6	X						N/A
<b>Semestre II</b>															
Cálculo	X		4	T	Si	4	8	12		X					Competencias Matemáticas
Fundamentos de Economía	X		2	T	Si	2	4	6					X		N/A
Teoría de la Administración	X		4	T	Si	4	8	12					X		N/A
Cultura y Globalización	X		2	T	No	2	4	6						X	N/A
Inglés II	X		2	TP	Si	2	4	6						X	Inglés I
Informática Avanzada	X		2	TP	Si	2	4	6						X	Informática Básica
Electiva Socio Humanística I		X	2	T/TP	Si	2	4	6	X						N/A
<b>Semestre III</b>															
Estadística Descriptiva	X		3	T	Si	3	6	9		X					Cálculo
Microeconomía	X		2	T	Si	2	4	6					X		Fundamentos de Economía
Relaciones Internacionales	X		2	TP	No	2	4	6						X	

Fundamentos de Marketing	X		3	T	Si	3	6	9			X		N/A
Inglés III	X		2	TP	Si	2	4	6				X	Inglés II
Investigación Científica I	X		2	T	No	2	4	6			X		N/A
Electiva Socio Humanística II		X	2	T/TP	Si	2	4	6	X				Electiva Socio Humanística I
<b>Semestre IV</b>													
Estadística Inferencial	X		3	T	Si	3	6	9		X			Estadística Descriptiva
Macroeconomía	X		2	T	Si	2	4	6			X		Microeconomía
Fundamentos en Derecho Constitucional	X		2	T	Si	2	4	6			X		N/A
Gestión del Talento Humano	X		3	T	Si	3	6	9			X		N/A
Inglés IV	X		2	TP	Si	2	4	6				X	Inglés III
Costos y Presupuestos	X		4	TP	Si	4	8	12				X	Contabilidad
Investigación Científica II	X		2	T	No	2	4	6			X		Investigación Científica I
<b>Semestre V</b>													
Economía Internacional	X		2	T	Si	2	4	6			X		Macroeconomía
Derecho Internacional	X		2	T	Si	2	4	6			X		Fundamentos de Derecho Constitucional
Integración y Acuerdos Comerciales	X		3	T	No	3	6	9				X	N/A
Emprendimiento, Creatividad e innovación	X		2	TP	No	2	4	6			X		N/A
Gestión de la Calidad	X		3	T	Si	3	6	9			X		N/A
Gestión de Operaciones	X		3	T	Si	3	6	9			X		N/A
Inglés V	X		2	TP	Si	2	4	6				X	Inglés IV
<b>Semestre VI</b>													
Derecho Comercial y Contratación Internacional	X		4	T	No	4	8	12			X		Derecho Internacional
Gerencia de Negocios Internacionales	X		3	TP	No	3	6	9				X	N/A
Modelos de Negocios Sostenibles	X		2	TP	No	2	4	6			X		N/A
International Marketing	X		3	TP	No	3	6	9			X		Fundamentos de Marketing
Electiva de Profundización I		X	3	T/TP	Si	3	6	9			X		N/A
Matemáticas y Análisis Financiero	X		3	TP	Si	3	6	9				X	Costos y Presupuestos
<b>Semestre VII</b>													
Importaciones	X		3	TP	No	3	6	9				X	N/A

E-Commerce	X		2	TP	Si	2	4	6				X	International Marketing
Electiva de Profundización II		X	3	T/TP	Si	3	6	9				X	Electiva de Profundización I
Logística internacional	X		3	T	No	3	6	9				X	Gestión de Operaciones
Finanzas Internacionales	X		2	TP	No	2	4	6				X	Matemáticas y Análisis Financiero
Sistemas de Información Gerencial	X		2	TP	No	2	4	6				X	N/A
Proyecto de Investigación I	X		2	TP	No	2	4	6			X		Investigación Científica II
<b>Semestre VIII</b>													
Exportaciones	X		3	TP	No	3	6	9				X	Importaciones
Electiva de Profundización III		X	3	T/TP	Si	3	6	9				X	Electiva de Profundización II
Direccionamiento Estratégico	X		3	T	Si	3	6	9				X	N/A
Técnicas de Negociación Internacional	X		2	TP	No	2	4	6				X	N/A
Clúster	X		2	T	No	2	4	6				X	Logística Internacional
Ingeniería de Datos	X		2	TP	No	2	4	6				X	N/A
Proyecto de Investigación II	X		2	TP	No	2	4	6			X		Proyecto de Investigación I
<b>Semestre IX</b>													
Prácticas en Empresas e Instituciones	X		9	p	No	2	18	20				X	N/A
Formulación y Evaluación de Proyectos	X		3	TP	No	3	6	9				X	N/A
Responsabilidad Social y Ética Corporativa	X		2	T	Si	2	4	6	X				N/A
<b>Total Número de Horas</b>						<b>147</b>	<b>308</b>	<b>455</b>					
<b>Total Porcentaje de Horas (%)</b>						<b>32%</b>	<b>68%</b>	<b>100%</b>					
<b>Total Número de Créditos del Programa</b>	<b>138</b>	<b>13</b>	<b>152</b>						<b>9</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>67</b>	<b>54</b>
<b>Total Porcentaje de Créditos (%)</b>	<b>91%</b>	<b>9%</b>	<b>100%</b>						<b>6%</b>	<b>9%</b>	<b>5%</b>	<b>44%</b>	<b>36%</b>

**Nota:** T: teórico; TP: Teórico-Práctico; P: Práctico

Teniendo en cuenta los cambios propuestos al plan de estudio, se relacionan a continuación cada una de las justificaciones de las asignaturas del nuevo plan.

**Tabla 14. Aspectos que justifican los cambios en el plan de estudio**

Asignaturas Plan Vigente	Asignaturas Plan Propuesto	Justificación de la modificación
Competencias Matemáticas	Competencias Matemáticas	Aumenta de número de créditos porque se requiere mayor profundización en esta temática
Competencias Comunicativas	Competencias comunicativas	Aumenta de número de créditos porque se requiere mayor profundización en esta temática
Fundamentos de Administración	Teoría de la Administración	Cambio de denominación y se integra el contenido de Procesos Administrativos, aumenta el número de créditos para mayor profundización y pasa a segundo semestre
Contabilidad I	Contabilidad	Cambio de denominación porque solo se propone una asignatura obligatoria de Contabilidad y se aumenta número de créditos
Fundamentos de Economía	Fundamentos de Economía	Permanece, pero cambia a segundo semestre
Informática Básica	Informática básica	Disminuye el número de créditos porque se complementa con informática básica
Cátedra Reformada	Cátedra Reformada	Disminuye el número de créditos porque es una asignatura propia y transversal de la institución
Cálculo	Cálculo	Aumenta de número de créditos porque se requiere mayor profundización en esta temática
Procesos Administrativos		Desaparece porque sus contenidos son incluidos en teoría de la administración
Contabilidad II		Desaparece porque sus contenidos son incluidos en contabilidad
Microeconomía	Microeconomía	Permanece, pero cambia a tercer semestre
Fundamentos de Mercadeo	Fundamentos de Marketing	Cambio de denominación porque se orienta a un lenguaje internacional y pasa a tercer semestre
Derecho Administrativo	Fundamentos en Derecho Constitucional	Cambio de denominación porque sus contenidos son más amplios e incluye Legislación laboral y pasa a cuarto semestre
Emprendimiento y Creatividad	Emprendimiento, Creatividad e Innovación	Cambio de denominación porque sus contenidos son más amplios y está más relacionado con la temática de este, aumenta el número de créditos y pasa a quinto semestre.
Algebra Matricial		Desaparece porque los contenidos se reestructuran en el componente de formación básica.
Estadística Descriptiva	Estadística Descriptiva	No hay cambios
Matemática Financiera	Matemáticas y Análisis Financiero	Cambio de denominación porque se especifican los contenidos y por ende disminuye los créditos; pasa a sexto semestre
Macroeconomía	Macroeconomía	Permanece, pero cambia a cuarto semestre
Investigación de Mercados	Electiva de Profundización II	Pasa a ser parte de la electiva de profundización
Investigación Científica I	Investigación Científica I	No hay cambios
Estadística Inferencial	Estadística Inferencial	No hay cambios
Contabilidad de Costos	Costos y Presupuestos	Cambio de denominación y se le integra el contenido de presupuesto, por lo que se aumenta el número de créditos

Economía Colombiana		Desaparece porque sus contenidos se incorporan en fundamentos de economía
Mercado Internacional	International Marketing	Cambio de denominación porque se orienta a un lenguaje internacional y pasa a sexto semestre
Electiva de Profundización I	Electiva de Profundización I	Cambia el grupo de asignaturas a Gestión de Costos, Hacienda Pública y Normas Internacionales de Contabilidad
Electiva Socio Humanística	Electiva Socio Humanística I	Permanece, pero cambia a segundo semestre
Investigación Científica II	Investigación Científica II	No hay cambios
Planeación Estratégica	Direccionamiento Estratégico	Cambio de denominación para que el nombre la asignatura esté más relacionado con la temática de este y pasa a octavo semestre
Gestión Financiera de Corto Plazo		Desaparece
Economía Internacional	Economía Internacional	No hay cambios
Negociación Internacional	Técnicas de Negociación Internacional	Cambio de denominación para ser más específico al quehacer profesional y pasa a octavo semestre
Administración de la producción	Gestión de operaciones	Cambio de denominación para que el nombre la asignatura esté más relacionado con la temática de este
Legislación Comercial		Desaparece porque sus contenidos son incluidos en derecho comercial y contratación internacional
Gestión de Puertos	Electiva de Profundización III	Pasó a ser electiva de profundización, dado que es un curso de formación de profundización
Gestión Financiera de Largo Plazo		Desaparece
Comercio Exterior I		Desaparece porque sus contenidos son incluidos en las asignaturas de exportaciones e importaciones
Comercio Electrónico	E-commerce	Cambio de denominación porque se orienta a un lenguaje internacional y pasa a séptimo semestre
Gestión del Talento Humano	Gestión del Talento Humano	Permanece, pero cambia a cuarto semestre
Gestión Tecnológica Global		Desaparece
Legislación Laboral		Desaparece porque sus contenidos son incluidos en derecho comercial y contratación internacional
Finanzas Internacionales	Finanzas Internacionales	Cambia el número de créditos por la especificidad en los contenidos.
Presupuesto		Desaparece porque sus contenidos son incluidos en costos y presupuestos
Comercio Exterior II		Desaparece porque sus contenidos son incluidos en las asignaturas de exportaciones e importaciones
Logística Internacional	Logística Internacional	Permanece, pero pasa a séptimo semestre
Derecho Internacional	Derecho Internacional	Permanece, pero pasa a quinto semestre
Electiva de Profundización II	Electiva de Profundización II	Cambia el grupo de asignaturas a Investigación de Mercados, Indicadores de Gestión Empresarial y Competitividad Empresarial
Proyecto de Investigación I	Proyecto de Investigación I	No hay cambios



Gestión de la Calidad	Gestión de la Calidad	Permanece, pero pasa a quinto semestre
Ingeniería Financiera		Desaparece
Sistemas de Información Gerencial	Sistemas de Información Gerencial	Permanece, pero pasa a séptimo semestre
Contratación Internacional	Derecho Comercial y Contratación Internacional	Cambio de denominación porque sus contenidos incluyen derecho comercial y legislación laboral, por lo que se aumenta los créditos y pasa a sexto semestre
Electiva de Profundización III	Electiva de Profundización III	Cambia el grupo de asignaturas a Gestión de Puertos, Sistema de Seguridad en la Cadena de Suministro y Distribución Física Internacional
Ética	Responsabilidad social y Ética Corporativa	Cambio de denominación para que el nombre la asignatura esté más relacionado con la temática de este y pasa a noveno semestre
Proyecto de Investigación II	Proyecto de Investigación II	No hay cambios
Prácticas en Empresas e Instituciones	Prácticas en Empresas e Instituciones	No hay cambios
Gerencia de Servicio		Desaparece
Formulación y Evaluación de proyectos	Formulación y Evaluación de proyectos	No hay cambios
	Inglés I	Asignatura nueva para el fortalecimiento de una segunda lengua para los negocios.
	Introducción a los negocios Internacionales	Asignatura nueva porque
	Informática Avanzada	Asignatura nueva porque se requiere una profundización el área de formación de tics
	Inglés II	Asignatura nueva para el fortalecimiento de una segunda lengua para los negocios.
	Cultura y Globalización	Asignatura nueva para brindar un mayor énfasis al programa
	Inglés III	Asignatura nueva para el fortalecimiento de una segunda lengua para los negocios.
	Inglés IV	Asignatura nueva para el fortalecimiento de una segunda lengua para los negocios.
	Inglés V	Asignatura nueva para el fortalecimiento de una segunda lengua para los negocios.
	Electiva Socio Humanística II	Asignatura nueva para mayor flexibilidad del currículo
	Modelo de Negocios Sostenibles	Asignatura nueva porque se requiere una profundización en esta temática
	Integración y Acuerdos Comerciales	Asignatura nueva para brindar un mayor énfasis al programa
	Importaciones	Asignatura nueva porque se requiere una profundización el área de formación de comercio exterior
	Gerencia de Negocios Internacionales	Asignatura nueva para brindar un mayor énfasis al programa
	Exportaciones	Asignatura nueva porque se requiere una profundización el área de formación de comercio exterior
	Ingeniería de Datos	Asignatura nueva porque se requiere una profundización el



		área de formación de tics
	Relaciones Internacionales	Asignatura nueva para brindar un mayor énfasis al programa
	Clúster	Pasa a ser asignatura del currículo, posterior a ser una electiva de profundización

**Tabla 15. Redistribución de créditos por asignatura en el nuevo plan de estudio**

Asignaturas Plan vigente	Créditos	Modalidad	Descripción de los Créditos (Cr)				Asignaturas Plan Propuesto	Créditos	Modalidad
			Cr que aporta	Asignatura a la que aporta créditos	Cr que recibe	Asignatura de la cual recibe Cr			
Competencias Matemáticas	3	Presencial	0	No aplica	1	Cátedra Reformada	Competencias Matemáticas	4	Presencial
Competencias Comunicativas	2	Presencial	0	No aplica	1	Cátedra Reformada	Competencias Comunicativas	3	Presencial
Fundamentos de Administración	3	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Introducción a los negocios Internacionales	3	Presencial
Contabilidad I	2	Presencial	0	No aplica	1	Informática Básica	Contabilidad	3	Presencial
Fundamentos de Economía	2	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Fundamentos de Economía	2	Presencial
Informática Básica	3	Presencial	1	Contabilidad	0	No aplica	Informática Básica	2	Presencial
Cátedra Reformada	2	virtual	1	Competencias Matemáticas	0	No aplica	Cátedra Reformada	0	Virtual
			1	Competencias Comunicativas					
Cálculo	3	Presencial	0	No aplica	1	Matemática Financiera	Cálculo	4	Presencial
Procesos Administrativos	3	Presencial	0	No aplica	1	Investigación de Mercados	Teoría de la Administración	4	Presencial
Contabilidad II	2	Presencial	2	Inglés I	0	No aplica	Inglés I	2	Presencial

Microeconomía	2	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Microeconomía	2	Presencial
Fundamentos de Mercadeo	3	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Fundamentos de Marketing	3	Presencial
Derecho Administrativo	2	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Fundamentos en Derecho Constitucional	2	Presencial
Emprendimiento y Creatividad	2	Presencial	0	No aplica	1	Algebra Matricial	Emprendimiento, Creatividad e innovación	3	Presencial
Algebra Matricial	3	Presencial	2	Inglés II	0	No aplica	Inglés II	2	Presencial
			1	Emprendimiento, Creatividad e innovación			No aplica	0	No aplica
Estadística Descriptiva	3	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Estadística Descriptiva	3	Presencial
Matemática Financiera	4	Presencial	1	Cálculo	0	No aplica	Matemática y análisis Financiero	3	Presencial
Macroeconomía	2	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Macroeconomía	2	Presencial
Investigación de Mercados	3	Presencial	2	Inglés III	0	No aplica	Inglés III	2	Presencial
			1	Teoría de la Administración	0	No aplica	No aplica	0	No aplica
Investigación Científica	2	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Investigación Científica I	2	Presencial
Estadística Inferencial	3	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Estadística Inferencial	2	Presencial

Contabilidad de Costos	3	Presencial	0	No aplica	1	Negociación Internacional	Costos y Presupuestos	4	Presencial
Economía Colombiana	2	Presencial	2	Ingles IV	0	No aplica	Ingles IV	2	Presencial
Mercado Internacional	3	Presencial	3	International Marketing	0	No aplica	International Marketing	3	Presencial
Electiva de Profundización I	3	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Electiva de Profundización I	3	Presencial
Electiva Socio Humanística	2	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Electiva Socio Humanística I	2	Presencial
Investigación Científica II	2	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Investigación Científica II	2	Presencial
Planeación Estratégica	3	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Direccionamiento Estratégico	3	Presencial
Gestión Financiera de Corto Plazo	3	Presencial	3	Exportaciones	0	No aplica	Exportaciones	3	Presencial
Economía Internacional	2	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Economía Internacional	2	Presencial
Negociación Internacional	3	Presencial	1	Costos y presupuestos	0	No aplica	Técnicas de negociación internacional	3	Presencial
Administración de la producción	3	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Gestión de Operaciones	3	Presencial
Legislación Comercial	2	Presencial	2	Informática Avanzada	0	No aplica	Informática Avanzada	2	Presencial
Gestión de Puertos	3	Presencial	3	Integración y acuerdos comerciales	0	No aplica	Integración y acuerdos comerciales	3	Presencial

Gestión Financiera de Largo Plazo	3	Presencial	3	Importaciones	0	No aplica	Importaciones	3	Presencial
Comercio Exterior I	3	Presencial	2	Cultura y globalización	0	No aplica	Cultura y globalización	2	Presencial
		Presencial	1	Clúster	0	No aplica	No aplica	0	No aplica
Comercio Electrónico	2	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	E-commerce	2	Presencial
Gestión del Talento Humano	3	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Gestión del Talento Humano	3	Presencial
Gestión Tecnológica Global	2	Presencial	2	Inglés V	0	No aplica	Inglés V	2	Presencial
Legislación Laboral	2	Presencial	2	Relaciones Internacionales	0	No aplica	Relaciones Internacionales	2	Presencial
Finanzas Internacionales	3	Presencial	1	Derecho comercial y Contratación Internacional	0	No aplica	Finanzas Internacionales	2	Presencial
Presupuesto	2	Presencial	2	Modelo de negocios sostenibles	0	No aplica	Modelo de negocios sostenibles	2	Presencial
Comercio Exterior II	3	Presencial	3	Derecho comercial y Contratación Internacional	0	No aplica	Derecho comercial y Contratación Internacional	4	Presencial
Logística Internacional	3	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Logística Internacional	3	Presencial
Derecho Internacional	2	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Derecho Internacional	2	Presencial
Electiva de Profundización II	3	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Electiva de Profundización II	3	Presencial

Proyecto de Investigación I	2	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Proyecto de Investigación I	2	Presencial
Gestión de la Calidad	2	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Gestión de la Calidad	2	Presencial
Ingeniería Financiera	3	Presencial	3	Gerencia de Negocios Internacionales	0	No aplica	Gerencia de Negocios Internacionales	3	Presencial
Sistemas de Información Gerencial	2	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Sistemas de Información Gerencial	2	Presencial
Contratación Internacional	3	Presencial	2	Electiva Socio humanística II	0	No aplica	Electiva Socio humanística II	2	Presencial
			1	Clúster	0	No aplica	Clúster	2	Presencial
Electiva de Profundización III	3	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Electiva de Profundización III	3	Presencial
Ética	2	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Responsabilidad social y Ética corporativa	2	Presencial
Proyecto de Investigación II	2	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Proyecto de Investigación II	2	Presencial
Prácticas en Empresas e Instituciones	9	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Prácticas en Empresas e Instituciones	9	Presencial
Gerencia de Servicio	2	Presencial	2	Ingeniería de Datos	0	No aplica	Ingeniería de Datos	2	Presencial
Formulación y Evaluación de proyectos	3	Presencial	0	No aplica	0	No aplica	Formulación y Evaluación de proyectos	3	Presencial

En la siguiente tabla se puede observar un análisis comparativo entre el plan de estudio propuesto y el plan de estudio vigente.

**Tabla 16. Cambios Propuestos en el Plan de Estudio**

Concepto	Plan Vigente	Plan Propuesto
Número de Semestres	IX	IX
Número de Asignaturas	57	58
Número de Créditos Académicos Totales	152	152
Número de Cursos Electivos	4	5
Horas Presenciales	146	147
Horas Independientes	310	308
<b>Asignaturas que Permanecen</b>	Fundamentos de Economía, Informática Básica, Cátedra Reformada, Cálculo, Microeconomía, Estadística Descriptiva, Macroeconomía, Investigación Científica I, Estadística Inferencia, Electiva de Profundización I, Electiva Socio Humanística I, Investigación Científica II, Economía Internacional, Gestión del Talento Humano, Finanzas Internacionales, Logística Internacional, Derecho Internacional, Electiva de Profundización II, Proyecto de Investigación I, Gestión de la Calidad, Sistemas de Información Gerencial, Electiva de Profundización III, Proyecto de Investigación II, Práctica en Empresas e Instituciones, Formulación y Evaluación de Proyectos	
<b>Asignaturas Nuevas</b>	Inglés I, Introducción a los Negocios Internacionales, Informática Avanzada, Inglés II, Cultura y Globalización, Inglés II, Inglés III, Inglés IV, Inglés V, Electiva Socio Humanística II, Modelo de Negocios Sostenibles, Integración y Acuerdos Comerciales, Importaciones, Gerencia de Negocios Internacionales, Exportaciones, Ingeniería de Datos, Relaciones Internacionales, Clúster	
<b>Asignaturas que Desaparecen</b>	Procesos Administrativos, Contabilidad II, Álgebra Matricial, Economía Colombiana, Gestión Financiera de Corto Plazo, Legislación Comercial, Gestión Financiera de Largo Plazo, Gestión Tecnológica Global, Presupuesto, Comercio Exterior I, Comercio Exterior II, Ingeniería Financiera, Gerencia del Servicio	
<b>Asignaturas con cambio de Denominación</b>	Fundamentos de Administración	Teoría de la Administración
	Contabilidad I	Contabilidad
	Fundamentos de Mercadeo	Fundamentos de Marketing
	Derecho Administrativo	Fundamentos en Derecho Constitucional
	Matemática Financiera	Matemáticas y Análisis Financiero
	Contabilidad de Costos	Costos y Presupuestos
	Mercado Internacional	International Marketing
	Planeación Estratégica	Direccionamiento Estratégico
	Negociación Internacional	Técnicas de Negociación Internacional
	Administración de la producción	Gestión de operaciones
Comercio Electrónico	E-commerce	
Contratación Internacional	Derecho Comercial y Contratación Internacional	
Ética	Responsabilidad social y Ética Corporativa	
<b>Asignaturas que pasaron a Electivos</b>	Gestión de Puertos, Investigación de Mercados	

**Fuente:** Programa de Administración de Negocios Internacionales, diciembre 2020



## 7.5 Asignaturas Electivas

En la siguiente tabla se presentan las asignaturas correspondientes a las electivas propuestas en el nuevo plan de estudio.

**Tabla 17. Asignaturas Electivas**

Asignaturas Electivas	Créditos	Nombre de las Asignaturas
Electiva Socio Humanística I	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Protocolo empresarial</li> <li>• Libre elección en asignaturas</li> </ul>
Electiva Socio Humanística II	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libre elección en asignaturas</li> <li>• Introducción a la vida laboral</li> </ul>
Electiva de Profundización I	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de Costos</li> <li>• Investigación de Mercados</li> <li>• Gestión de Puertos</li> </ul>
Electiva de Profundización II	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacienda Pública</li> <li>• Indicadores de Gestión Empresarial</li> <li>• Sistemas de Seguridad en la Cadena de Suministros</li> </ul>
Electiva de Profundización III	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normas Internacionales de Contabilidad</li> <li>• Competitividad Empresarial</li> <li>• Distribución Física Internacional</li> </ul>

**Fuente:** Programa de Administración de Negocios Internacionales, diciembre 2020

Para una mayor claridad de las líneas de profundización, se presenta la siguiente tabla:

**Tabla 18. Líneas de Profundización**

Profundización	Grupo de Asignaturas
Línea 1 Profundización en el componente de la contabilidad para los Negocios internacionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de Costos</li> <li>• Hacienda Pública</li> <li>• Normas Internacionales de Contabilidad</li> </ul>
Línea 2 Profundización en el componente de la administración para los Negocios internacionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación de Mercados</li> <li>• Indicadores de Gestión Empresarial</li> <li>• Competitividad Empresarial</li> </ul>
Línea 3 Profundización en el componente de la administración marítima y portuaria para los Negocios internacionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de Puertos</li> <li>• Sistemas de Seguridad en la Cadena de Suministro</li> <li>• Distribución Física Internacional</li> </ul>

**Fuente:** Programa de Administración de Negocios Internacionales, diciembre 2020

Las electivas socio humanísticas tituladas *libre elección en otros programas* brinda la oportunidad de que el estudiante pueda elegir asignaturas de 2 créditos de otros programas académicos adscritos a la facultad, indistintamente de su área de conocimiento.

## 7.6 Interdisciplinariedad del programa

El Programa de Administración de Negocios Internacionales de la Corporación Universitaria Reformada, asume la interdisciplinariedad como la interacción de diversas disciplinas, como las ciencias básicas, humanas e investigativas.

Por tanto, las actividades académicas se organizan desde la diversidad social, cultural y de aprendizaje de los estudiantes, favoreciendo en todos ellos la oportunidad de crecer en conocimientos desde áreas y estrategias diferentes.

A continuación, se describe la distribución de asignaturas por componente de formación que contribuye a la interdisciplinariedad curricular.

**Tabla 19. Componente de Interdisciplinariedad del Currículo**

Componente Curricular	Área de Formación	Asignaturas	Número de Créditos	Porcentaje
Humanístico	Humanística	Cátedra Reformada	0	6%
		Competencias Comunicativas	3	
		Electiva Socio Humanística I	2	
		Electiva Socio Humanística II	2	
		Responsabilidad Social y Ética Corporativa	2	
		<b>Total de Créditos</b>	<b>9</b>	
Disciplinar	Básica	Competencias Matemáticas	4	9%
		Cálculo	4	
	Aplicada	Estadística Descriptiva	3	
		Estadística Inferencial	3	
		<b>Total de Créditos</b>	<b>14</b>	
Investigación Científica	Procesos investigativos	Investigación Científica I	2	2,6%
		Investigación Científica II	2	
		<b>Total de Créditos</b>	<b>4</b>	
<b>Total Componente de Interdisciplinariedad</b>				<b>17,6%</b>

### 7.7 Flexibilización para el desarrollo del programa

La flexibilidad curricular del Programa de Administración de Negocios Internacionales de la Corporación Universitaria Reformada es asumida de la siguiente manera:

- Número de créditos electivos declarados en el plan de estudios del Programa.
- Desarrollo de la práctica empresarial en diferentes modalidades según el Acuerdo de Concejo Superior N°. 002 octubre 31 de 2018, por medio del cual se establece el Reglamento de Prácticas Institucionales de la CUR.
- Modalidades de grado: Investigación Formativa y Profundización Académica.

**Tabla 20. Componente de flexibilidad del Currículo**

Componente Curricular	Área de Formación	Asignaturas	Número de Créditos	Porcentaje
Humanístico	Humanística	Electiva Socio Humanística I	2	2,6%
		Electiva Socio Humanística II	2	
		<b>Total de Créditos</b>	<b>4</b>	
Profesional	Prácticas	Prácticas en Empresas o Instituciones	9	6%

		<b>Total de Créditos</b>	9	
	<b>Electiva</b>	Electiva de profundización I	3	6%
		Electiva de profundización II	3	
		Electiva de profundización III	3	
		<b>Total de Créditos</b>	9	
<b>Investigación Científica</b>	Procesos investigativos	Proyecto de Investigación I	2	2,6%
		Proyecto de Investigación II	2	
		<b>Total de Créditos</b>	4	
<b>Total Componente de Flexibilidad</b>				<b>17,2%</b>

## 7.8 Internacionalización del currículo

A fin de entender este apartado en el programa Administración de Negocios Internacionales, se hace necesario conocer los lineamientos pedagógicos y curriculares de la CUR, el cual integra la internacionalización en todas las actividades académicas de aprendizaje, creando habilidades cognitivas y experienciales en los estudiantes par que desarrollen su ser y hacer como ciudadanos globales, entendiendo las relaciones interculturales y multiculturales expresadas en cada contexto, las cuales junto a los docentes puedan incluir intencionalmente como puntos de reflexión.

La internacionalización no es un aspecto exclusivo de la CUR, puesto que se gestó en Colombia una alianza interinstitucional para facilitar los procesos de internacionalización de la educación superior, propiciando la cooperación entre las universidades colombianas, y las de ellas con el resto del mundo, para lograr esto se fomentó la internacionalización del currículo como el mecanismo idóneo para insertar la internacionalización en la dimensión académica en los programas universitarios de pregrado y postgrado.

Para lograr la internacionalización del currículo de acuerdo con los estándares establecidos, el programa de Administración de Negocios Internacionales consideró el plan de formación, la formación idiomática, los servicios de biblioteca, la aplicación de las TIC y la Formación Docente.

Las principales acciones tomas para internacionalizar el currículo, se encuentran sustentadas en las condiciones de calidad académica tales como:

- Revisión y actualización de los microcurrículos y el plan de estudios incorporando modelos y enfoques pedagógicos orientados a modelos educativos internacionales.
- Incorporación en el plan de estudios de asignaturas internacionales como derecho internacional, finanzas internacionales, economía internacional, E-commerce, etc.
- Inclusión en los microcurrículos de bibliografía y ciberbibliografía internacional y consulta en otros idiomas diferentes al español.
- Incorporación de las TIC y metodología virtual, para el desarrollo de las asignaturas, la investigación y otros procesos de formación educativa.
- Desarrollar programas en conjunto con universidades internacionales para pasantías, prácticas e intercambios.

- Ejecución de proyectos de investigación y de extensión con investigadores y profesionales extranjeros.

#### 7.8.1 Operacionalización de la internacionalización del currículo en el Programa de Administración de Negocios Internacionales en los próximos 7 años.

Con el objetivo de fortalecer la internacionalización del currículo en las distintas actividades académicas, formativas y culturales, la oficina de relaciones interinstitucionales – ORI formará un comité de internacionalización, el cual será transversal a la institución y ejecutará un plan de acción para la internacionalización del programa. Dicho plan se formulará y desarrollará teniendo como eje los procesos misiones de la CUR: docencia, extensión e investigación, quienes responderán en conjunto a la ejecución de actividades asociadas a la movilidad académica, la internacionalización del currículo y la redes y programas de cooperación e integración interinstitucional.

El plan de acción para la internacionalización del programa tendrá una estructura que aborde las diferentes actividades, objetivos, metas, indicadores, etc., que se implementarán en los próximos 7 años y así fomentar en el estudiante su fusión con el mundo.

#### 7.8.2 Desarrollo de competencias comunicativas en un segundo idioma

El desarrollo imparable de la ciencia y la tecnología, el proceso de globalización económica y el aumento del nivel de competitividad en cuanto a la proyección profesional y el crecimiento social, representa desafíos de alto calibre para las nuevas generaciones que aspiran a proyectarse con éxito en diferentes profesiones.

Es por ello que, la Corporación Universitaria Reformada decidió fortalecer el uso de una segunda lengua para hacer frente a los retos que lleva un mundo globalizado. En este orden de ideas, el inglés es considerado como el *idioma de los negocios*, este ayuda a generar un entorno más favorable para las empresas, para los trabajadores y para el emprendimiento. Así mismo, con el dominio del inglés, el profesional tendrá mayores posibilidades de desarrollarse en el mundo de los negocios internacionales y podrá potencializar su progreso laboral.

La Corporación Universitaria Reformada es consciente que, sin el apropiado manejo de una segunda lengua, es muy difícil trascender profesionalmente en un medio laboral competitivo y en un mercado globalizado, por lo que, el programa de Administración Negocios Internacionales incorpora dentro de su plan de estudios el aprendizaje del idioma inglés; este se encuentra definido en el componente de formación de profundización, en el área de formación idiomas, el cual contempla la enseñanza del idioma a través de 5 asignaturas de inglés de 2 créditos académicos cada uno.

Estas asignaturas se encuentran orientadas principalmente a la línea de inglés para los negocios con el fin de fomentar las competencias en este idioma, las cuales van desde una visión de la

lengua más allá del conocimiento de la forma y la estructura orientada hacia su funcionalidad en el quehacer cotidiano y su utilización en diversos contextos.

Así mismo, dentro de la estructura académica del programa fomenta el uso del inglés a través del desarrollo de asignaturas como lo son International Marketing y E-commerce, las cuales se dictan en este idioma, lo anterior para fomentar en el estudiante el uso de esta lengua y una mayor comprensión del marketing. Dichas asignaturas se encuentran en el plan de estudios posterior al cumplimiento de las asignaturas de inglés anteriormente mencionadas.

Paralelamente, esta formación se complementa con las normas que reglamentan la exigencia de una segunda lengua en los programas de pregrado ofrecidos por la Corporación Universitaria Reformada. El Consejo Académico establece las normas institucionales a seguir en materia de la formación y exigencia en una lengua extranjera. Esta normatividad ha sido definida en la Resolución Rectoral 026 de julio de 2012, parcialmente modificada por la Resolución Rectoral 061 de 2016, documentos de política institucional en segunda lengua diseñados con la finalidad de fortalecer la formación integral de los estudiantes que forman parte de la Corporación Universitaria Reformada, estableciendo el requisito de la formación en una lengua extranjera.

Para su adecuado cumplimiento y regulación la Rectoría dicta, a través de las consabidas resoluciones, que el cumplimiento de la formación en segunda lengua es prerequisite de obligatorio cumplimiento para la graduación profesional, de tal forma que los estudiantes deben certificar la suficiencia en idioma inglés para optar a su titulación.

El complemento de idioma inglés como segunda lengua, puede ser cumplido a través de: 1) los programas ofrecidos por el Instituto de Idiomas de la Corporación Universitaria Reformada, 2) pruebas estandarizadas y reconocidas internacionalmente que evidencien el nivel de lengua exigido por la Corporación Universitaria Reformada, el cual está definido en B2 dentro del Marco Común Europeo. La institución acreditadora del nivel de idioma extranjero es el Instituto de Idiomas; 3) Certificación expedida por institución colombiana o extranjera con residencia legal en el país, debidamente autorizada para ofrecer cursos en el nivel de inglés exigido por la Corporación Universitaria Reformada, donde se demuestre que el estudiante adelantó un mínimo de 375 horas de formación; 4) Certificado de bachiller egresado de instituciones educativas pertenecientes a la asociación de colegios y universidades del sur de los Estados Unidos, Diploma de High School Americano o título de educación superior de programas cursados en inglés.

La clasificación y validación del requisito de lengua extranjera puede hacerse con la presentación de pruebas estandarizadas reconocidas internacionalmente según lo dispuesto en el inciso 5 del Artículo 9 de la Resolución Rectoral 026 de 2012.

## **8. PLAN DE TRANSICIÓN**

Con el propósito de garantizar una adecuada transición de los estudiantes que se encuentran

actualmente en el Programa Administración de Negocios Internacionales, y que deseen cursar el nuevo plan de estudios, el comité curricular ha construido un plan de transición que contempla diferentes escenarios y que permitirá la operacionalización del nuevo Plan de Estudios.

Inicialmente se ha establecido un sistema de equivalencias entre las asignaturas del plan anterior y el nuevo, identificando aquellas que tengan igual o mayor número de créditos y entre las cuales exista una alta coincidencia en competencias, objetivos y contenidos, permitiendo definir las asignaturas que se le homologarán a cada estudiante en su transición de un plan al otro.

El Comité Curricular del Programa, ofrecerá orientación a aquellos estudiantes sobre el plan de transición, indicándoles cuáles asignaturas de la versión vigente y de la nueva son equivalentes entre sí, y cuáles no.

Para llevar a cabo el plan de transición se tendrá en cuenta la siguiente tabla de homologación entre el plan vigente y el propuesto así:

**Tabla 21. Tabla de Equivalencias Plan Vigente vs Plan Propuesto**

Asignaturas Plan Vigente	Número de Créditos	Asignaturas Plan Propuesto	Número de Créditos
Competencias Matemáticas	3	Competencias Matemáticas	4
Competencias Comunicativas	2	Competencias comunicativas	3
Fundamentos de Administración	3	Teoría de la Administración	4
Contabilidad I	2	Contabilidad	3
Fundamentos de Economía	2	Fundamentos de Economía	2
Informática Básica	3	Informática básica	2
Cátedra Reformada	2	Cátedra Reformada	0
Cálculo	3	Cálculo	4
Procesos Administrativos	3		
Contabilidad II	2		
Microeconomía	2	Microeconomía	2
Fundamentos de Mercadeo	3	Fundamentos de Marketing	3
Derecho Administrativo	2	Fundamentos en Derecho Constitucional	2
Emprendimiento y Creatividad	2	Emprendimiento, Creatividad e Innovación	3
Álgebra Matricial	3		
Estadística Descriptiva	3	Estadística Descriptiva	3
Matemática Financiera	4	Matemáticas y Análisis Financiero	3
Macroeconomía	2	Macroeconomía	2
Investigación de Mercados	3	Electiva de Profundización I	3
Investigación Científica I	2	Investigación Científica I	2
Estadística Inferencial	3	Estadística Inferencial	3
Contabilidad de Costos	3	Costos y Presupuestos	4
Economía Colombiana	2		
Mercado Internacional	3	International Marketing	3
Electiva de Profundización I	3	Electiva de Profundización I	3
Electiva Socio Humanística	2	Electiva Socio Humanística I	2
Investigación Científica II	2	Investigación Científica II	2
Planeación Estratégica	3	Direccionamiento Estratégico	3
Gestión Financiera de Corto Plazo	3		

Economía Internacional	2	Economía Internacional	2
Negociación Internacional	3	Técnicas de Negociación Internacional	2
Administración de la producción	3	Gestión de operaciones	3
Legislación Comercial	2		
Gestión de Puertos	3	Electiva de Profundización I	3
Gestión Financiera de Largo Plazo	3		
Comercio Exterior I	3		3
Comercio Electrónico	2	E-commerce	2
Gestión del Talento Humano	3	Gestión del Talento Humano	3
Gestión Tecnológica Global	2		
Legislación Laboral	2		
Finanzas Internacionales	3	Finanzas Internacionales	2
Presupuesto	2		
Comercio Exterior II	3		
Logística Internacional	3	Logística Internacional	3
Derecho Internacional	2	Derecho Internacional	2
Electiva de Profundización II	3	Electiva de Profundización II	3
Proyecto de Investigación I	2	Proyecto de Investigación I	2
Gestión de la Calidad	2	Gestión de la Calidad	2
Ingeniería Financiera	3		
Sistemas de Información Gerencial	2	Sistemas de Información Gerencial	2
Contratación Internacional	3	Derecho Comercial y Contratación Internacional	4
Electiva de Profundización III	3	Electiva de Profundización III	3
Ética	2	Responsabilidad social y Ética Corporativa	2
Proyecto de Investigación II	2	Proyecto de Investigación II	2
Prácticas en Empresas e Instituciones	9	Prácticas en Empresas e Instituciones	9
Gerencia de Servicio	2		
Formulación y Evaluación de proyectos	3	Formulación y Evaluación de proyectos	3
		Inglés I	2
		Introducción a los negocios Internacionales	3
		Informática Avanzada	2
		Inglés II	2
		Cultura y Globalización	2
		Inglés III	2
		Inglés IV	2
		Inglés V	2
		Electiva Socio Humanística II	2
		Modelo de Negocios Sostenibles	2
		Integración y Acuerdos Comerciales	3
		Importaciones	3
		Gerencia de Negocios Internacionales	3
		Exportaciones	3
		Ingeniería de Datos	2
		Relaciones Internacionales	2
		Clúster	2

Para mayor ilustración, se presentan a continuación los posibles escenarios en la implementación del Plan de Transición:



1. **Primer Escenario:** Estudiantes que hayan culminado el primer, y segundo semestre con el plan de estudio vigente, y expresen interés por cursar el nuevo plan de estudios, tendrán la oportunidad de migrar al mismo de forma voluntaria previa firma de acta dispuesta para tal fin.

Este proceso, se ajustará de la siguiente manera:

- **Estudiantes que culminaron el primer semestre** con el plan de estudio vigente y desean continuar a partir del segundo semestre en el plan de estudio propuesto.

Semestre II	Número de Créditos
Cálculo	4
Informática Avanzada	2
Cultura y Globalización	2
Teoría de la Administración	4
Electiva Socio Humanística I	2
Introducción a los Negocios Internacionales*	3
Inglés I*	2
* Asignatura de primer semestre del plan propuesto que el estudiante deberá cursar en su transición al nuevo plan	

Para estos estudiantes existe viabilidad total para efectuar la transición hacia el nuevo plan, lo anterior, puesto que, en segundo semestre deben cursar dos asignaturas pendientes del primer semestre, no obstante, una de estas (inglés I) es prerrequisito para un curso de segundo (inglés II) y se debe aplazar dicha asignatura hasta completar la línea de formación que terminaría en sexto semestre. El estudiante podrá continuar de forma regular a partir de séptimo semestre. Las asignaturas pendientes las puede cursar sin exceder el máximo de 20 créditos por semestre.

- **Estudiantes que culminaron el primer y segundo semestre** con el plan de estudio vigente y desean continuar a partir del tercer semestre en el plan de estudio propuesto.

Semestre III	Número de Créditos
Introducción a los Negocios Internacionales *	3
Inglés I*	2
Electiva socio humanística I**	2
Informática Avanzada**	2
Cultura y Globalización **	2
Estadística Descriptiva	3
Relaciones Internacionales	2
Investigación Científica I	2
* Asignatura de primer semestre. ** Asignaturas de segundo semestre del plan propuesto que el estudiante deberá cursar en su transición al nuevo plan	

Semestre IV	Número de Créditos
Inglés II*	2
Electiva Socio humanística II**	2
Estadística inferencial	3
Macroeconomía	2
Gestión del Talento Humano	3
Investigación Científica II	2
Costos y Presupuestos	4
* Asignatura de segundo semestre. ** Asignaturas de tercer semestre del plan propuesto que el estudiante deberá cursar en su transición al nuevo plan	

Semestre V	Número de Créditos
Inglés III*	2
Economía Internacional	2
Derecho Internacional	2
Gestión de la Calidad	2
Gestión de Operaciones	3
Integración y Acuerdos Comerciales	3
Modelo de Negocios Sostenibles	2
Sistemas de Información Gerencial	2
* Asignatura de tercer semestre que el estudiante deberá cursar en su transición al nuevo plan	

Semestre VI	Número de Créditos
Inglés IV*	2
Gerencia de Negocios Internacionales	3
Matemáticas y Análisis Financiero	3
International Marketing	3
Electiva de Profundización I	3
Derecho Comercial y Contratación Internacional	4
*Asignatura de cuarto semestre que el estudiante deberá cursar en su transición al nuevo plan	

Semestre VII	Número de Créditos
Inglés V*	2
Importaciones	2
E-commerce	2
Logística Internacional	3
Finanzas Internacionales	2
Electiva de profundización II	3

Proyecto de Investigación I	2
* Asignatura de quinto semestre que el estudiante deberá cursar en su transición al nuevo plan	

Para estos estudiantes existe total viabilidad para efectuar la transición hacia el nuevo plan, teniendo en cuenta que las asignaturas pendientes las pueden cursar sin exceder el máximo de 20 créditos por semestre; para posteriormente continuar de forma regular a partir del octavo semestre.

Los estudiantes que pueden ingresar a este nuevo plan de estudios son aquellos que hayan cursado satisfactoriamente los dos primeros semestres.

2. **Segundo escenario:** Estudiantes de primer semestre de la última corte del plan actual después de la aprobación por parte del MEN y pierden semestre, se les deberá realizar la homologación correspondiente de las asignaturas del plan anterior con las de la nueva propuesta y deberán cursar las asignaturas pérdidas y aquellas faltantes del nuevo plan para quedar nivelados con la nueva propuesta.
3. **Tercer Escenario** Estudiantes de primer semestre de la última corte del plan actual después de la aprobación por parte del MEN y pierden una o más asignaturas sin pérdida de semestre podrán repetir la(s) asignatura(s) pérdida o su equivalente y continuar con el plan con el que se matricularon. Si la asignatura pérdida no se encuentra ofertada en la nueva propuesta, se le debe garantizar al estudiante el desarrollo de esta mediante una asignatura nivelatoria.
4. **Cuarto Escenario:** Estudiantes de reintegro:
  - Estudiantes que reingresan en un semestre donde se encuentre ofertando el nuevo plan de estudios, se les realizará la respectiva homologación de las asignaturas del plan anterior con las de la nueva propuesta debiendo cursar sólo las asignaturas faltantes.
  - Estudiantes que al momento de su reingreso ha cursado asignaturas que en la nueva propuesta tienen un número de créditos superior (por incorporación de nuevos contenidos, etc.), deberá cursar nuevamente la asignatura completando los temas faltantes.
  - Estudiantes que al momento de su reintegro se encuentra con asignaturas pendientes que ya no se encuentran en el nuevo plan de estudios, deberá cursar aquellas en las que se haya incorporado el contenido de las asignaturas pendientes.
  - En el caso de estudiantes que reingresen y se encuentren en su último semestre de Administración de Negocios Internacionales, se les garantizará la culminación de esta con el plan vigente. En el caso de asignaturas que ya se encuentren en la nueva propuesta, se le homologarán con las afines existentes.

## 9. LINEAMIENTO GENERAL PARA OPERACIONALIZAR LA MODIFICACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIO

A efecto de garantizar los derechos adquiridos de los estudiantes matriculados a un programa de formación profesional cuyo plan de estudios sufre modificaciones de fondo *a posteriori*, (incremento o disminución de áreas o asignaturas con sus respectivos créditos académicos, disminución o aumento de períodos lectivos de formación, modificaciones en la denominación de asignaturas, modificaciones en contenidos, entre otras), que afectan su permanencia estimada en la oferta inicial o le obligan a satisfacer más condiciones para egreso o titulación, se establecen los siguientes criterios para evitar tal evento:

- El estudiante con matrícula vigente, libre y autónomamente puede expresar por escrito su voluntad de acogerse al nuevo plan de estudio. La coordinación del programa está en la obligación junto con el estudiante, de trazar la nueva ruta de formación mediante proceso de homologación de áreas o asignaturas y sus créditos académicos y aceptación de las nuevas condiciones de egreso y de titulación.
- El estudiante, si por diversas razones no aprueba las asignaturas vistas en la transición, se le deberá garantizar opciones de una nueva ruta de formación en el plan de estudios, que propicien su culminación académica.
- El estudiante que matricula el nuevo plan de estudios o que por razones diversas quedare en un ciento por ciento vinculado al nuevo plan de estudio, debe cumplir sin excepción las condiciones de egreso y titulación: número de créditos totales de que consta el nuevo plan de estudios, otros requisitos tanto académicos como administrativos expresados taxativamente en el reglamento del estudiante y en las condiciones específicas del programa de estudio del cual se trate.
- El estudiante que haya desertado del programa académico y que solicite reingreso cuando esté en vigencia el nuevo plan de estudios, debe acogerse a este último sin perjuicio de las condiciones y requisitos ya aprobados salvo que sean contrarias a las nuevas establecidas. Los requisitos de egreso y titulación serán los establecidos en el nuevo plan de estudios.
- La ruta obligatoria de formación profesional integral no admite negociación alguna, por lo que debe cumplirse en su totalidad. La ruta electiva trazada por los componentes curriculares debe cumplirse a efecto de alcanzar las competencias prefiguradas, sin perjuicio de que el estudiante pueda, sin abandonar los fines formativos, escoger otras opciones que dentro de la institución se oferten o que solicite se le aprueben mediante homologación las cursadas en otras IES, o mediante comprobación de la suficiencia en la específica competencia.