



CEIPA

Powered by **Arizona State University**[®]

Proyecto Educativo de Programa -PEP-

Administración de Negocios

Internacionales

CEIPA Powered by Arizona State University
2022

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	5
1. CONTEXTO INSTITUCIONAL	6
1.1 ANTECEDENTES DEL PROGRAMA.....	7
2. ASPECTOS CURRICULARES.....	9
2.1 GENERALIDADES	9
2.1.1 Principio Rector de la Institución.....	9
Un principio que es presente y futuro	11
Los principios y valores derivados de este principio rector son	11
Objetivo de calidad integral	14
2.1.2 Visión integral del egresado CEIPA	15
2.1.3 Perfil del egresado de Administración de Negocios Internacionales de CEIPA	16
2.1.4 Las competencias del administrador CEIPA	17
2.1.5 Resultados de aprendizaje	24
2.1.6 Campos de Aplicación Profesional	26
2.2 MODELO PEDAGOGICO CEIPA	26
2.2.1 Referentes conceptuales del modelo pedagógico	27
2.2.2 Fundamentos del plan de estudios	33
2.2.3 La estructura por núcleos problemáticos.....	37
2.2.4 flexibilización e interdisciplinariedad.....	38
2.2.4 Plan de Estudios	45
2.2.5 Microcurrículos	53
2.3 POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE PLANEACIÓN Y EVALUACIÓN CURRICULAR	53
2.3.1 Consejo de Escuela.....	53
2.3.2 Comité curricular de línea.....	54
2.3.3 Comité curricular de pregrado.....	54
2.3.4 Evaluaciones periódicas	54
2.4 ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS	55
2.4.1 Componente Evaluativo.....	56
2.5 MEJORAMIENTO CONTINUO	57
3. RELEVANCIA ACADEMICA Y PERTINENCIA SOCIAL DEL PROGRAMA.....	59
3.1 JUSTIFICACIÓN Y PERTINENCIA	59
3.1.1 Justificación.....	60
3.1.2 Pertinencia	71
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	74

Índice de Ilustraciones

Ilustración I Metáfora del Tren CEIPA	10
Ilustración II Plan estratégico 2018-2030	13
Ilustración III Máximas de Formación CEIPA	22
Ilustración IV Procedimiento vertical y horizontal	35
Ilustración V Plan de estudios del programa de Administración de Negocios Internacionales	45
Ilustración VI Proceso de mejoramiento continuo del programa	58
Ilustración VII Ilustración 1 Distribución geográfica exportaciones Antioquia	68
Ilustración VIII Participación de Antioquia en las exportaciones totales del país 2012-2021p	69

Índice de Tablas

Tabla 1 - Competencia 1: Gestión del Conocimiento	20
Tabla 2 - Competencia 2: Idoneidad	21
Tabla 3 - Competencia 3: Integridad	21
Tabla 4 Declaración de competencias Administración en Negocios Internacionales	22
Tabla 6 Postulados centrales de los enfoques constructivistas.....	28
Tabla 7 Ejemplo de herramienta de diseño de la estructura interna del núcleo	38
Tabla 8 . Acuerdos comerciales vigentes de Colombia 2021	65
Tabla 9 Balanza comercial por grupos económicos y principales países 2021p... 67	

PROYECTO EDUCATIVO DEL PROGRAMA ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Rector: Diego Mauricio Mazo Cuervo

Vicerrector académico: Giovanny Cardona Montoya

Dirección del Programa: Daniel Bonilla Calle

Consejo Académico: Diego Mauricio Mazo Cuervo - Rector
Giovanny Cardona Montoya – Vicerrector académico
Juan Gonzalo Franco Restrepo – Rep. De Líderes
Víctor Jaime Saldarriaga Romero – Dir. de posgrados
Benilda Esther Callejas Ballesteros– Rep. Egresados
Lizeth Andrea Villada Arango – Rep. Profesores
Mateo Martínez Rivera - Rep. De estudiantes
Amparo Acosta Hurtado - Coordinación investigaciones
Jorge Andrés Vélez Muñoz – Dir de internacionalización
Luz Adriana Lopera Orozco – Dir. Plus language

Consejo de Escuela: Vicerrector académico
Directora proyección profesional
Líder Administración Humana
Líder Administración negocios internacionales
Líder Administración financiera y contaduría pública
Líder Administración de empresas y Administración de mercadeo.

Comité de Programa: Líder Académico
Profesores de tiempo completo asociados al programa

Fecha de actualización: abril de 2022

INTRODUCCIÓN

El presente documento presenta el Proyecto Educativo del Programa (PEP) de Administración de Negocios Internacionales de la Fundación Universitaria CEIPA con base en la normatividad vigente en relación con el aseguramiento de la calidad educativa tanto estatal como institucional.

Este documento se desarrolla considerando la denominación y justificación, los aspectos curriculares, la organización de las actividades académicas, la relación con el sector externo y la investigación.

Estado del programa	Activo
Tipo de solicitud	Solicitud de registro único de programa
Nombre del programa	Administración de Negocios Internacionales
Título que otorga	Administrador de Negocios Internacionales
Nivel del programa	Pregrado
Institución	Fundación Universitaria CEIPA, código 2727
Registros Calificados	<p>Presencial:</p> <p>Aprobación: Resol. 4770 de 22 de agosto de 2007.</p> <p>Renovación 26 de junio de 2014 Resol. 10175 / 7 años</p> <p>Virtual:</p>
Acreditación Alta Calidad	24 de octubre del 2018, resol. 017235 presencial y 17739 modalidad Virtual
Ubicación	Sabaneta, Antioquia
Norma interna de creación	Aprobación consejo académico diciembre 2021
Metodología del programa	Presencial y Virtual
Campo amplio	Economía, administración, y afines
Campo específico	Administración

Duración del programa	4 años
Periodicidad de la admisión	bimensual
Número de créditos académicos	160
Responsable del programa	Daniel Bonilla Calle
Dirección	Calle 77 Sur Nro. 40-165, Sabaneta-Antioquia
Fax	4-3011736

1. CONTEXTO INSTITUCIONAL

La Fundación Universitaria CEIPA lleva cerca de 50 años haciendo parte del Sistema de Educación Superior en Colombia, y cerca de 25 años ofreciendo programas de formación en Administración (pregrados) y Gerencia (posgrados). Aportando a la sociedad desde sus programas de pregrado en Administración, cuyo primer registro calificado fue en 1996 y con la especialización de Gerencia en modalidad presencial en 1998 y en modalidad virtual en 2008.

En su trayectoria ha desarrollado la experiencia para formar desde el ámbito de la administración y la gerencia y de las áreas funcionales de la empresa. Esta presencia, ampliamente reconocida tanto en el ambiente empresarial como en el académico, le ha permitido ser líder en la respuesta a las necesidades de la sociedad; pues, con programas orientados desde la visión gerencial, forma personas competentes para la toma de decisiones asertivas y el desarrollo de las organizaciones.

En su relación con el sector empresarial y su enfoque en el emprendimiento, han contribuido para llevar al aula problemas reales, en forma de retos empresariales que el estudiante resuelve con la guía de los profesores. Lo que se convierte en un acompañamiento a todo tipo de organizaciones en el desarrollo de soluciones y capacidades. Apuntando al mejoramiento de sus capacidades competitivas, y fortaleciendo la investigación, la consultoría y la formación empresarial.

Desde sus programas académicos y desde sus actividades de proyección social, extensión e investigación, contribuye al desarrollo de perfiles emprendedores con nuevas actitudes en su actuación profesional. Con sus programas presenciales y virtuales, ofrece una educación diferente, transformando vidas y construyendo país.

Su modelo pedagógico ha ido evolucionando desde la consolidación de los núcleos problemáticos, una forma de abordar el conocimiento desde la inter y transdisciplinariedad que pone al estudiante en el centro del proceso de enseñanza aprendizaje. En 2019, se profundiza dicho modelo y se ponen en marcha Los Océanos Azules, que buscan intensificar las conexiones del currículo con el contexto empresarial del país. Esta innovación es aprobada por el MEN y reconocida como una de las más importantes de Latinoamérica por la firma consultora EQUAA. Reconocimiento que nos hace comprometer aún más en el mejoramiento continuo de los procesos académicos y de las diferentes funciones de la universidad en sus dimensiones de extensión, investigación y docencia (Becerra, Langrafe, & Lisuka, 2020).

1.1 ANTECEDENTES DEL PROGRAMA

En el año 1998 el CEIPA inicia sus actividades académicas con el programa de pregrado presencial de Ingeniería Financiera y de Negocios, con código ICFES 272743326200500111100, respondiendo así a la inserción de Colombia y su economía en el contexto de la globalización que había ya comenzado con la apertura económica y así su participación en un sistema mundial de intercambio de bienes y servicios, dentro de los cuales los financieros jugaban un papel protagónico.

El Ministerio de Educación Nacional de Colombia, mediante la resolución 4770 de 22 de agosto de 2007, otorga el Registro Calificado al programa de Administración de Negocios internacionales, metodología presencial; y en la metodología virtual el

Para el primero, la renovación de dicho registro tuvo lugar el 26 de junio de 2014 mediante Resolución 10175 y la acreditación de Alta calidad por cuatro años es anunciada el 24 de octubre del 2018, mediante la resolución 017235. Convirtiéndose así, en una de las catorce instituciones de educación superior que contaban con una acreditación similar para programas de negocios internacionales a la fecha¹. En su metodología virtual fue creado en el 2007 y cuenta con acreditación de alta calidad de 2019.

Acreditaciones que se toma como un reconocimiento a la pertinencia de su currículo y a su compromiso con la formación de profesionales capaces de identificar de forma oportuna las oportunidades de internacionalización empresarial, de diseñar e

¹ Según datos del CNA que pueden ser validados en: <https://saces.mineducacion.gov.co/cna/Buscador/BuscadorProgramas.php?>

implementar estrategias que permitan maximizar la competitividad a escala regional y global, de dinamizar sus procesos logísticos, cambiarios y aduaneros, de propiciar el desarrollo y de participar en procesos en la mejora de la competitividad empresarial.

Desde que el programa comenzó a ser ofrecido, mas de 350 personas han recibido el titulo de Administradores de Negocios Internacionales. Dichos profesionales, gozan de una excelencia que está por encima del promedio nacional; según lo podemos comprobar en las pruebas Saber PRO, cuyos resultados ubican a los estudiantes del programa por encima de la media nacional, tanto en las competencias genéricas como en las específicas. Demostrando el desarrollo de las capacidades necesarias para graduar profesionales con cualidades sobresalientes que verán incrementadas sus posibilidades de éxito en el mercado laboral.

SECCIÓN UNO

2. ASPECTOS CURRICULARES

La Fundación Universitaria CEIPA inscribe su proyecto educativo dentro del espíritu de la Ley General de Educación (Ley 115 de 1994) la cual -en su artículo primero- define que la educación es un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes.

2.1 GENERALIDADES

En la perspectiva de trascender el hecho educativo, manifestando su compromiso con el contexto histórico y social y los proyectos de vida de sus egresados, CEIPA busca constantemente la excelencia académica y administrativa vinculando teoría y realidad, incorporando los adelantos tecnológicos, relacionándose con el sector privado, oficial y académico nacional e internacional, promoviendo la interculturalidad, la innovación y el emprendimiento; estos aspectos están enmarcados en el principio rector, sus valores y su objetivo de calidad, orientadores de la Misión institucional y constitutivos de la cultura CEIPA.

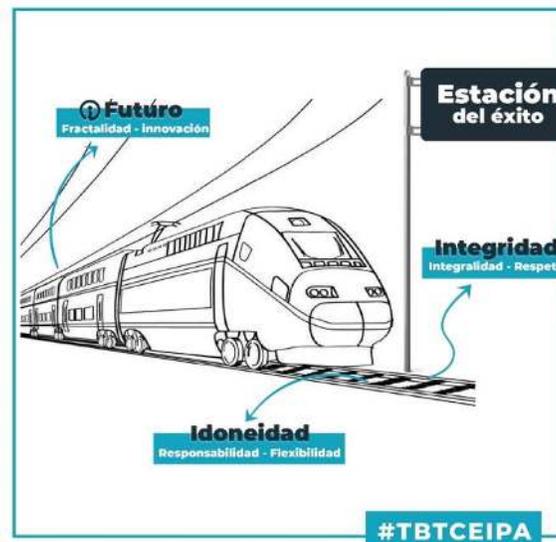
2.1.1 Principio Rector de la Institución

“Somos empresa líder que gestiona el conocimiento gerencial en entornos virtuales, presenciales y globales; comprometida con el desarrollo de las personas y las organizaciones, el fomento del espíritu empresarial y la formación integral. Caminamos con nuestros clientes generando i futro”

Este principio satisface las necesidades propias de una misión o una visión institucionales en términos de definición y proyección, a la vez que constituye el nervio central y definitorio de la cultura CEIPA; es decir, como el eje articulador de las disposiciones y transformaciones históricas de la Institución que encuentra en dicho principio su identidad e impronta, la cual permanece aún en los cambios:

CEIPA no deja de reconocerse como una entidad flexible, dinámica, cambiante, adaptativa y de calidad, lo que no es mutuamente excluyente con esta base identitaria.

Ilustración I Metáfora del Tren CEIPA



Fuente: comunicaciones CEIPA

El Principio Rector, además, está acompañado por la metáfora del tren. En palabras del fundador de la institución, “para llegar a la estación del éxito era necesario que los dos rieles, idoneidad e integridad, estuvieran bien alineados ya que es necesario para una persona ser un excelente ser humano, e idóneo a nivel profesional”.

Así las cosas, *El Tren* va más allá de una mera intención ilustrativa de los principios y naturaleza institucional. El carácter de esta metáfora reside en que es a partir de ella que CEIPA garantiza su trasegar claramente definido más nunca inmóvil, pues a partir de la interacción entre “la teoría, la práctica y la realidad”, se propician diálogos permanentes que renuevan y enriquecen, tanto a la Institución como a la sociedad con la cual se relaciona.

En este orden de ideas estos diálogos nuevos y permanentes, que tal vez genera tensiones y relaciones dialécticas, implican para la Institución que su Principio Rector no es un dogma, sino justamente una “metáfora viva” que, para usar los términos del filósofo francés Paul Ricoeur, “promueve la innovación, la imaginación y el conocimiento”.

Un principio que es presente y futuro

Las instituciones en general, y las de Educación Superior en particular, tradicionalmente declaran su Misión y Visión como aquellos componentes institucionales que definen, en el caso de la Misión la razón de ser y la motivación institucional, en términos de la Visión, una idea o imagen de futuro definida sobre la concepción de posibilidades más o menos realistas. No obstante, para CEIPA estos atributos están contenidos en su Principio Rector, al definirse como una empresa gestora del “conocimiento gerencial en entornos presenciales y virtuales”, se enmarca en un contexto donde el carácter dinámico de la realidad es insoslayable y, por tanto, implica siempre un posicionamiento en realidades diversas, que exigen la generación de dinámicas académicas y administrativas con alta capacidad de respuesta y adaptación.

De esta forma, el Principio Rector es el punto de partida para el devenir institucional y para la gestión académica y administrativa. Al mismo tiempo, funge como faro y elemento esencial que determina cada uno de los procesos de la cultura institucional y, por tanto, se sitúa como el eje a partir del cual se articulan los métodos formativos, investigativos y de relacionamiento con el sector externo.

Así pues, el Principio Rector siempre es presente, ya que define lo que la Institución es: su identidad, naturaleza y marco institucional. Por otro lado, funge como condición de futuro en tanto el desarrollo de las personas, las organizaciones y la sociedad son elementos diferenciadores y definitivos para la generación, la construcción de futuro y el fomento del espíritu empresarial.

Los principios y valores derivados de este principio rector son

Aprender a ser con el valor de Integridad que le permite a la persona formarse desde una perspectiva de totalidad, considerando que el ser humano está en permanente construcción. De este principio se desprende los demás valores bajo las siguientes concepciones:

El capitalismo consciente que considera que el objetivo de la empresa trasciende la rentabilidad; el liderazgo consciente que supera la perspectiva individual y llega a la perspectiva nosótrica; las empresas conscientes que consideran la cultura organizacional como el motor de éxito de las empresas; y la rendición de cuentas en función del beneficio de todos los stakeholders. (Raj Sisodia & John Mackey).

La cuenta de triple resultado considera la empresa como generadora de valor económico, social y medioambiental. Promoviendo, a su favor, inversiones y

procesos, y neutralizando acciones contrarias a este propósito con la disciplina de la cuenta de resultados de sus impactos. Los medios de vida sostenibles no solo permite valorar el desarrollo comunitario y combatir la pobreza, sino que permite comprender la pobreza y ayuda a combatirla, se comprenden como series de posibilidades, activos y actividades para la vida de las generaciones presentes y futuras a partir del capital humano, social, físico y financiero.

Aprender a convivir y el valor de respeto, lleva a considerar a los otros como sujetos de derecho y deberes, con tolerancia activa y comprensión para posibilitar la convivencia pacífica.

Aprender a Aprender con el valor de flexibilidad, que hace de la persona un ser inteligente que busca la verdad mediante una educación permanente que le permite desaprender, pensar, cambiar, decidir, crear, comunicarse, informarse e informar.

Aprender a Hacer con el valor de Responsabilidad, que como ser en el tiempo con potencialidades, está en permanente construcción, porque es en sí tarea que le exige conocimiento y comprensión de los deberes y la capacidad de asumir las consecuencias de sus decisiones y acciones.

Aprender a Metacompetir con el valor de Fractalidad, que le permite ser un profesional competente y un líder competitivo en un amplio espectro perceptivo.

Aprender a Emprender con el valor de Innovación que le permite ser creativo, tomando la iniciativa para resolver problemas, afrontando de forma estratégica los cambios y orientando a la empresa hacia nuevos productos, formas de organización y servicios.

En tanto el objeto de estudio y formación en la Institución Universitaria CEIPA tiene que ver directamente con la generación y administración de la riqueza, y que esta se relaciona con el tener y el bienestar, ésta se concibe como el conjunto de bienes materiales e inmateriales que contribuyen a que el ser humano lleve una vida de crecimiento físico, mental y espiritual de manera armónica consigo mismo, con los demás y con el planeta, conquistando sus plenas potencialidades y libertades para alcanzar la prosperidad individual y colectiva.

2.2 Planeación e hitos institucionales: claridad, agilidad y eficiencia

CEIPA es una institución dinámica, que plantea desde su Principio Rector la clara vocación con el desarrollo y gestión del conocimiento gerencial; que define y

estructura su modelo educativo e institucional sobre la tríada de teoría-práctica-realidad y, en relación con ella, determina como algunos de sus principios el aprender a aprender, emprender, metacompetir, hacer y, además, especifica valores tales como la innovación, la flexibilidad y la fractalidad; por tanto, no puede gestionarse de manera tradicional, es decir, a la manera de un océano rojo.

La planeación y gestión institucional de CEIPA, en atención justamente a su filiación empresarial y a su vocación disruptiva y gerencial, adopta un modelo basado en hitos de largo plazo que buscan la transformación y objetivos de corto plazo con miras al crecimiento y la mejora institucional. Así, la suma de los hitos con los objetivos estratégicos da lugar a los planes operativos que utilizan como herramienta fundamental de gestión el ciclo PHVA (Planificar-Hacer-Verificar-Actuar). Este ciclo plantea, por un lado, formas eficientes de articulación con actores externos a la Institución y, por otro, define una estrategia de crecimiento sustentable y consciente que, concretizada en hitos institucionales, encuentra formas eficientes de planeación, ejecución y evaluación institucional a partir de los planes operativos anuales.

Es entonces como, a la luz del Plan Estratégico 2018-2030, la Institución se plantea los siguientes hitos, entre los que se incluyen la acreditación institucional, resultado de un proceso histórico de mejora continua y, además, el inicio de una ruta de proyección nacional e internacional:

Ilustración II Plan estratégico 2018-2030



Fuente: Planeación y Eficiencia

Objetivo de calidad integral

El objetivo de calidad integral comprende una serie de objetivos que permiten alcanzar la excelencia:

- Preservar la excelencia en sus procesos de enseñanza y de aprendizaje, investigación y proyección social.
- Conservar el reconocimiento de la comunidad académica nacional e internacional para sus investigaciones y distintos programas de formación.
- Atraer al personal académico y administrativo más calificado e idóneo, tanto de la región como del país y del exterior.
- Alcanzar la formación integral de sus estudiantes para que contribuyan positivamente en el desarrollo de la Universidad, de la región y del país.
- Administrar, de manera eficiente, todos sus recursos humanos, físicos y financieros.
- Desarrollar una interacción dinámica con los sectores empresariales, gubernamentales y académicos, de carácter nacional e internacional.
- Formación centrada en el ser humano

Esta propuesta pedagógica centrada en el estudiante busca desarrollar en el educando la capacidad de aprender a aprender e inculcarle el gusto y el placer de hacerlo mediante diversidad de métodos pedagógicos, tiene un diseño sistémico y por núcleos problémicos. Sus elementos son:

- el estudiante como sujeto activo y emprendedor;
- el docente como sujeto provocador, facilitador, animador, colaborador y diseñador de experiencias de aprendizaje;
- el método es de aprender a aprender;
- la metodología posibilitadora de experiencias de aprendizaje significativo y pertinente;
- objetivos de diseño, desarrollo, evaluación y dinamización del trabajo educativo;
- situación de aprendizaje placentero y estimulante;
- proceso educativo para desarrollar el potencial y el sentido de responsabilidad compartida;
- bienestar trascendente;
- el empresario como actor del proceso formativo y del aprendizaje.

La relación de estos actores del proceso de aprendizaje tiene un hilo conductor que es la articulación del problema empresarial con el problema formativo, es decir, la concatenación entre aspiración productiva y objetivos formativos en el sentido del vínculo entre la producción de bienes y servicios con el desarrollo de capacidades profesionales.

Aprender a emprender como el eje axial de la formación del administrador-emprendedor emprendedor-administrador

La cultura global emergente es de la creatividad, iniciativa e innovación; esta cultura emprendedora de los tiempos presentes y futuros basada en las habilidades blandas exige una educación orientada al proyecto de vida personal que trasciende el sentido de la inteligencia comercial y exige la consideración de las inteligencias múltiples y las potencialidades para la autogestión.

2.1.2 Visión integral del egresado CEIPA

CEIPA ha definido un propósito para los profesionales egresados de la institución un propósito de formación que servirá de sombrilla e insumo para estructurar el perfil específico del egresado de Administración de Negocios Internacionales.

El profesional CEIPA es un gestor íntegro del conocimiento, orientado a la solución de problemas organizacionales, comprometido con el desarrollo de la sociedad, de su gente y las organizaciones, apto para desempeñarse en ambientes heterogéneos locales y globales.

Esta declaración puede desagregarse de la siguiente manera:

- *Gestor del conocimiento:* es una persona que sabe encontrar, proteger, diseminar y crear los saberes necesarios para responder a los retos sociales, culturales, económicos y humanos que le presenten los contextos que vive.
- *Íntegro:* es una persona con sólidos valores éticos; un profesional con propósito superior, consciente y visión compartida.

- *Solucionador de problemas*: aplica su capacidad creativa, su inteligencia emocional, su habilidad analítica y su visión prospectiva para ofrecer alternativas viables a los retos que se le presentan.
- *Organizaciones*: grupo de personas y sus recursos que se reúnen bien sea en un contexto social o empresarial buscando alcanzar fines comunes.
- *Comprometido*: no es un simple espectador de su tiempo, sino que se involucra de manera proactiva, ejerciendo liderazgo inspirador para mejorar su vida, la de sus semejantes y su entorno. Este compromiso se expresa en su capacidad emprendedora o su orientación empresarial.
- *Apto*: su idoneidad profesional se caracteriza por estar sustentada en una persona adaptable, autónoma, hábil en el uso de la creatividad, el pensamiento crítico y el trabajo colaborativo, con capacidad de tomar decisiones estratégicas. Posee inteligencia emocional, social y resiliencia ante los retos del siglo 21.
- *Contexto*: está en capacidad de actuar en ambientes caracterizados por su diversidad cultural y geográfica adaptándose a diferentes entornos “glocales”.

2.1.3 Perfil del egresado de Administración de Negocios Internacionales de CEIPA

El perfil del profesional CEIPA obedece a tres variables esenciales que conjugan: a) las necesidades del medio expresadas en los comités curriculares intersectoriales que se realizan periódicamente; b) las particularidades del modelo pedagógico; c) los análisis de pertinencia local, nacional e internacional, los cuales se están actualizando constantemente y que se plasman en la sección dos de este documento.

Profesional con capacidad de comprensión y adaptabilidad al contexto global empresarial. Lo cual, le permite emprender con un liderazgo consciente procesos de internacionalización estratégicos y sostenibles. Utilizando diversas herramientas metodológicas y tecnológicas para la toma de decisiones eficiente y eficaz.

Los tres elementos en los que se divide el anterior perfil demuestran la integralidad del profesional que se proyecta para entregar a la sociedad. En él quedan claras las dimensiones axiológicas, ontológicas y epistemológicas que buscan desarrollarse y reflejarse, como elementos agregados en las declaraciones de los resultados de aprendizaje y las competencias a desarrollar en cada uno de los núcleos.

Es de anotar que este perfil, busca desarrollarse durante los cuatro años de formación propuestos, haciendo especial énfasis en para su refinamiento en el cuarto año específico. También a él aportan, no sólo el núcleo de proyección profesional donde el estudiante tiene un contacto guiado con el sector empresarial; y el requisito de internacionalización, contemplado en el acuerdo 001 del 2020, que busca asegurar idoneidad profesional y desarrollo de la mentalidad global, especial característica de los profesionales CEIPA.

2.1.4 Las competencias del administrador CEIPA

Ser administrador hoy, obliga a redefinir las capacidades que lo llevan a gestionar en las organizaciones, agregando valor y generando competitividad, con atención a la lectura de su entorno y en ello a la identificación de tendencias globales, regionales o locales, para convertirlas en oportunidades de negocios y de crecimiento humano, económico y social.

Por definición CEIPA ha entendido por competencia, las características que presentan las personas con un desempeño superior, compuestas por una integralidad de variables como: conocimientos, aptitudes, actitudes, habilidades, motivación, valores, con lo cual es posible alcanzar el nivel de desempeño antes enunciado.

Dentro de la definición de competencias anteriormente citada, adquiere especial relevancia el componente axiológico (las actitudes y la ética). Como lo plantea Cortina (2000) la profesión va más allá de una ocupación que permite resolver las necesidades económicas y sociales (estatus) de las personas. La profesión es una práctica social que toma sentido en el impacto que produce sobre la sociedad (la comunidad, empresa, la región, el país). Según Hortal (2002), en su formación, el profesional no sólo adquiere conocimientos y habilidades que lo distinguen como tal, sino que adicionalmente acepta el compromiso de esmerarse en una prestación de servicios profesionales con calidad y eficiencia.

En consecuencia, la formación por competencias implica que el graduado no sólo será capaz de ejercer un desempeño laboral fundamentado, sino también comprometido (Hortal, 2002; Cortina & Conill, 2000).

A partir de esta definición se hace necesario reconocer las especificidades profesionales que caracterizan a los componentes de la competencia:

Saber Conocer:

- Destrezas de aprendizaje
- Destrezas de pensamiento
- Comunicación
- Comprensión
- Saberes específicos de la profesión

Saber Ser:

- Valores
- Ética
- Actitudes
- Desarrollo personal

Saber Hacer:

- Aplicación del conocimiento
- Toma de decisiones
- Evaluación
- Actuar en contexto

El carácter holístico de las competencias exige reconocer un elemento integrador que garantice que los conocimientos, las habilidades, valores y actitudes se

desarrollan en una dinámica sistémica. Los componentes de la competencia no existen de manera atomizada sino en una relación dialéctica. Los problemas empresariales que se abordan en los núcleos problémicos se derivan de las competencias profesionales, por ello el estudiante se forma en habilidades que tienen relación directa con el ejercicio profesional. Por lo tanto, por ser una formación teórico-práctica desde el método, la principal responsabilidad del aprendizaje recae en el estudiante.

A pesar de que el estudiante asume un papel protagónico en su formación, los docentes y los empresarios adquieren nuevas responsabilidades para garantizar la eficiencia del proceso. La capacidad de aprendizaje autónomo del estudiante es limitada y para potenciar la Zona de Desarrollo Próximo, planteada por Vigostky (1931) es necesario que docentes y empresarios, como actores de apoyo del proceso, coloquen a su servicio los instrumentos necesarios para desplazarse de forma autónoma en la comprensión de la realidad circundante, su abstracción, construcción mental e implementación material de la propuesta de transformación.

El aprendizaje colaborativo, que tiene su mayor manifestación en el trabajo de aplicación, las visitas a la empresa por parte del estudiante y en las sesiones de asesoría del docente con el estudiante. Elementos que tienen la característica de rotar los roles de los personajes en los procesos de enseñanza y aprendizaje: todos enseñan y todos aprenden. Esta dinámica establece un nuevo vínculo afectivo entre los tres actores: docentes, estudiantes y empresarios con el aprendizaje recíproco.

El hecho de que la formación laboral se centre en el trabajo independiente del estudiante vinculado a la solución de un problema particular de la empresa, no desconoce la existencia del grupo. Un conjunto de estudiantes se halla inmerso en la solución de problemas empresariales de similares características, ya que se encuentran en el mismo nivel de formación y, por lo tanto, sin desconocer sus individualidades, tienen niveles más o menos homogéneos en el desarrollo de sus capacidades profesionales.

La estructura metodológica establece que al final del núcleo, cuando se socializan y verifican los resultados, tanto en términos de formación como de producción, se busca un escenario que permita la retroalimentación entre los estudiantes del grupo. Además de jurados externos, que pueden ser otros docentes, expertos o empresarios invitados a dar sus apreciaciones sobre los resultados de aprendizaje alcanzados por los estudiantes.

Adicionalmente, se puede considerar pertinente que algunas asesorías del docente con los estudiantes se hagan colectivas para intercambiar experiencias, aportando unos a la solución del problema de otros. A la vez, que la solución de un problema empresarial puede ser resuelto por varios equipos de estudiantes, teniendo en cuenta que la realidad muestra como las empresas trabajan en equipos y en redes. En conclusión, el intercambio de experiencias muestra el fortalecimiento del vínculo entre estudiantes, así como su compromiso con el aprendizaje de sus compañeros.

Partiendo de la conceptualización del perfil del egresado planteado y los recientes lineamientos institucionales enfocados en el *Ser, Aprender, Empezar*. Aunado a la complejidad del contexto con la que se enfrentará el egresado del programa de Negocios Internacionales, exige el desarrollo de competencias que lo preparen para asumirla desde las dimensiones ontológicas, axiológicas y epistemológicas.

Las competencias, junto con los objetivos y los saberes deben aportar de manera sistémica al logro de los resultados de aprendizaje. Estas, están diseñadas de acuerdo con la aproximación planteada por Anderson (2001) que actualiza la taxonomía de Bloom (1956) y que contempla lo cognoscitivo, psicomotor y cognitivo. En ellas aparece el uso de verbos que introducen la variación en la secuencia de la taxonomía propuesta, considerando la recordación como primer nivel y la creación como aquel donde el estudiante es capaz de reunir cosas y hacer algo nuevo (Jerez-Yañez, 2011).

Dado lo anterior, se definen los siguientes elementos y principios que apoyan el modelo curricular soportados por el Principio Rector de CEIPA, con la filosofía Institucional y el perfil de egreso del Profesional CEIPA:

Tabla 1 - Competencia 1: Gestión del Conocimiento

PROBLEMA	El siglo 21 se presenta como una época de grandes y rápidos cambios. La obsolescencia o la actualización acelerada del conocimiento general y del disciplinar en particular demandan un profesional capaz de agenciarse de manera autónoma el saber necesario para su mejor desempeño y el de su organización.
DESCRIPCIÓN	Acopiar, generar, entender, transformar, proteger y diseminar de manera ágil y confiable el conocimiento pertinente para sí mismo, la sociedad y la organización en que se trabaja.

ELEMENTOS	Pensamiento crítico, Pensamiento creativo, Pensamiento científico, Emprendimiento.
-----------	--

Tabla 2 - Competencia 2: Idoneidad

PROBLEMA	Para el profesional del presente y el futuro no basta con la capacidad de realizar su labor de manera adecuada. La creciente complejización del mundo del trabajo, los retos sociales y ambientales que enfrenta el planeta, las necesidades productivas de un mundo cada vez más denso, pero frágil, la superposición de eras y paradigmas, exigen profesionales que vayan más allá de la eficiencia y la eficacia del productivismo tradicional.
----------	--

DESCRIPCIÓN	Comprender las variables complejas de la producción humana para transformarlas en soluciones viables para el beneficio de las organizaciones y la sociedad, fundamentándose en una formación sólida y permanente de su saber profesional.
ELEMENTOS	Resolución de problemas, Toma de decisiones, Dominio disciplinar, Trabajo en redes, Lectura prospectiva.

Tabla 3 - Competencia 3: Integridad

PROBLEMA	Producto de los modelos de desarrollo de los últimos siglos, la sociedad enfrenta ahora diversas crisis y múltiples retos, a la par de grandes logros en todas sus dimensiones. Ahora, en estos años de transición, se hace necesario que las organizaciones productivas y sociales apelen a su humanidad para dar el salto hacia modelos de crecimiento que beneficien a todos.
----------	--

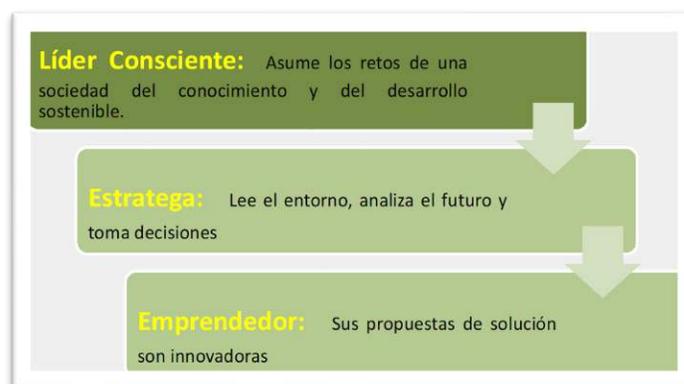
DESCRIPCIÓN	Actuar en consonancia con los valores más elevados de la sociedad, conciliando en la vida y los negocios las múltiples dimensiones humanas, sociales y económicas, procurando siempre el beneficio mutuo.
ELEMENTOS	Integralidad, Liderazgo, Resiliencia, Saber tener, Interacción multicultural.

Todo lo anterior, desarrolla habilidades con un alto enfoque en la gestión estratégica de los procesos financieros organizacionales, que es acorde, según las

tendencias de la profesión, con el perfil que el empresario, el sector y el país en general están necesitando.

Así mismo, Océanos azules se propone generar un graduado con tres características:

Ilustración III Máximas de Formación CEIPA



Por estas razones las competencias se tienen establecidas y declaradas para cada uno de los veinte núcleos problémicos que los estudiantes abordan en el transcurso de los cuatro años de plan de estudios y pueden ser evidenciadas en el ejemplo de la siguiente tabla.

Tabla 4 Declaración de competencias Administración en Negocios Internacionales

	Laboratorio de Ideas 1: Análisis del entorno y Creatividad	Aldea Global 1: Pensamiento Empresarial	Business Intelligence 1: Negocios y mercados	Conciencia Organizacional y Liderazgo 1: el factor humano en las organizaciones	Prospectiva 1: Mercados y Tendencias
Año 1	El estudiante detecta oportunidades a través del análisis del entorno, para formular una propuesta creativa, alineada con su proyecto de vida.	El estudiante explica la realidad de una organización en su relación con el entorno desde la comprensión de la práctica administrativa, para analizar el comportamiento	El estudiante identifica los elementos de la inteligencia de negocios para tomar decisiones estratégicas de marketing en el	El estudiante comprende las realidades personales y organizacionales, para aportar al cumplimiento de los objetivos de la organización y a su desarrollo de liderazgo,	El estudiante entiende los cambios del entorno y el mercado para identificar nuevas tendencias que lo lleve a aprovechar las oportunidades que ofrece la ciencia, la

		empresarial con una visión sistémica.	contexto empresarial.	comunicación y pensamiento crítico.	tecnología, la economía y la sociedad
Año 2	Laboratorio de Ideas de Negocio 2: innovación y viabilidad de proyectos	Aldea Global 2: Business Tools and techniques	Business Intelligence 2: Negocios y procesos	Conciencia Organizacional y Liderazgo 2: Gestión de relaciones	Prospectiva 2: Simulación y modelación empresarial
	El estudiante aplica metodologías para determinar la viabilidad de ideas de negocio y proyectos con enfoques sostenibles	El estudiante propone estrategias de internacionalización para la expansión de los negocios a través del uso de herramientas de selección de mercados desde una perspectiva internacional.	El estudiante desarrolla nuevos productos y procesos para aplicar estrategias de gestión y optimización en la cadena de valor en las organizaciones.	El estudiante diseña a partir de un marco ético, sostenible y de accountability, nuevas formas de relacionamiento y comunicación entre la organización y sus grupos de interés (stakeholders)	El estudiante interactúa con categorías cualitativas y variables cuantitativas para el análisis de múltiples escenarios en la organización y la toma de decisiones empresariales, midiendo su impacto en ambientes de incertidumbre.
Año 3	Laboratorio de Ideas de Negocios 3: Creación de empresas	Aldea Global 3: Multicultural Project	Business Intelligence 3: Negocios y finanzas	Conciencia Organizacional y Liderazgo 3: Gobierno corporativa	Prospectiva 3: Becoming a global manager
	El estudiante gestiona las capacidades y recursos para favorecer su idea/proyecto y aportar a la sostenibilidad.	El estudiante se adapta a los diversos contextos socioculturales globales con el fin de proponer proyectos multiculturales	El estudiante diagnostica la situación financiera de las organizaciones para la generación de estrategias que crean valor	El estudiante aplica los principios de Gobierno Corporativo, a partir de escenarios que permitan la toma de decisiones complejas, para trascender el bienestar organizacional	El estudiante evalúa la multiplicidad de escenarios con miras a la construcción de futuros deseados para la organización, la sociedad y su proyecto de vida, aplicando las herramientas de análisis del entorno y de manejo de la incertidumbre.
	Marco Institucional del Comercio Exterior	Distribución Física Internacional	Global Financial Environment	Global Affairs	Proyección Profesional*

Año 4	El estudiante analiza la normatividad del comercio exterior colombiano para recomendar estrategias de aplicación en los procesos importación, exportación e de interacción con entidades regulatorias nacionales e internacionales	El estudiante elabora estrategias de optimización logística para mejorar la competitividad de la empresa en los escenarios nacionales e internacionales.	El estudiante evalúa el entorno financiero internacional para recomendar las mejores alternativas de inversión.	El estudiante evalúa el entorno político internacional, para proponer estrategias de penetración de nuevos mercados, mitigando los riesgos derivados éste.	El estudiante potencia las organizaciones para agregarles valor y fortalecer el tejido empresarial con un enfoque consciente e intercultural
--------------	--	--	---	--	--

*Continuación de la Tabla 5, con las competencias del núcleo de Proyección Profesional por modalidad.

	Desarrollo Empresarial	Consultorio Empresarial	Práctica Empresarial	Conexión - Emprendimiento Global	Conexión Global -Misión Académica Cultural y Empresarial	Investigación
Año 4	El estudiante prototipa una idea de negocio para validar la viabilidad del emprendimiento y dar solución a una necesidad del mercado.	El estudiante crea soluciones a problemas reales en las organizaciones para potenciar el desempeño de las mismas.	El estudiante genera una propuesta de mejora al área de una organización, a partir de la realización de las funciones asignadas en su práctica.	El estudiante genera una propuesta de mejora al área de una organización internacional para fortalecer los procesos administrativos de esta, a través de la participación directa en la construcción del tejido empresarial global con un enfoque intercultural	El estudiante propone una postura crítica frente a una economía internacional contrastandola con el contexto nacional.	El estudiante genera nuevo conocimiento, llevando implícito el desarrollo de competencias asociadas al uso de las metodologías y técnicas de la investigación, para fortalecer el tejido intelectual del país en terminos administrativos

2.1.5 Resultados de aprendizaje

Por su parte, los resultados de aprendizaje evalúan los impactos del proceso de enseñanza-aprendizaje (RA) en el estudiante y el medio en el cual se desenvuelve como profesional. Estos se van desarrollando en la medida que el plan de estudios

evoluciona en el tiempo, apoyados en las diversas actividades que son propuestas por los actores de la comunidad académica y guiados por el profesor. Evidencian la evolución de la aprehensión de saberes y el desarrollo de las competencias y dan lugar a la toma de acciones de mejora que aseguren la consolidación del perfil profesional y la idoneidad para los campos de aplicación profesional declarados.

En 2021 la institución comenzó la elaboración de una política, siguiendo las sugerencias dadas en el acuerdo 002 del 2020 del CESU y que hace especial énfasis en poder realizar un seguimiento en el largo plazo a los objetivos, competencias y planeación curricular, planteados en su proyecto educativo. Su primera versión fue aprobada por el consejo académico, según acuerdo 009 de diciembre 2021 y puede ser consultada como anexo del presente documento,

Uno de sus pilares, es la comprensión de los RA como eje articulador y meta a lograr dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje. Son declaraciones de lo que se espera que un estudiante sepa, comprenda y/o sea capaz de hacer al final de un periodo de aprendizaje (Jerez-Yañez, 2011; Espinosa-Martín, 2018). Siendo esta una de las razones por las que se realizaron declaraciones por año.

Este proceso se hizo entre los líderes académicos que, a su vez, realizaron consultas participativas con los equipos de profesores por línea y programa. Se tuvo en cuenta la estructura de cada núcleo, los diferentes saberes que en él se desarrollan, el trabajo de aplicación y demás elementos que lo componen; obteniendo el siguiente resultado.

- **Año 1:** El estudiante **explora** su entorno con el fin de identificar oportunidades para la toma de decisiones estratégicas en las organizaciones.
- **Año 2:** El estudiante **transforma** su entorno en contextos nacionales e internacionales para formular y evaluar la viabilidad de los proyectos en un marco ético y sostenible.
- **Año 3:** El estudiante **conecta** capacidades recursos y oportunidades, con mentalidad global, adaptándose a las condiciones del entorno, para crear valor en escenarios futuros en un marco de gobierno corporativo.

- Año 4: El estudiante **potencia** las capacidades organizacionales de comprensión y adaptabilidad del contexto global para crear mejores condiciones en los procesos de internacionalización de sus mercados.

2.1.6 Campos de Aplicación Profesional

De acuerdo con el perfil y toda la estructura curricular diseñada para responder a las necesidades del medio y las expectativas de los estudiantes. El egresado en Administración de Negocios Internacionales CEIPA tendrá los siguientes campos de aplicación:

- Analista o coordinador de procesos importaciones-exportaciones
- Analista o coordinador de procesos de logística internacional, comercio exterior, moneda extranjera, mercadeo internacional, entre otros.
- Analista o coordinador de estrategias de internacionalización
- Asistente en consultorías en áreas de la administración y de los negocios internacionales.
- Creador de empresa con visión global y o born global.

2.2 MODELO PEDAGOGICO CEIPA

Con el objetivo de llevar a la realidad lo descrito anteriormente y teniendo como faro el perfil profesional de nuestros egresados, se estructura un modelo pedagógico dinámico, flexible y adaptable en el tiempo. Tal y como se describe ampliamente a continuación y como se propone en la teoría de la acción derivación. “Así, el sistema de enseñanza debe ser un instrumento útil para responder a las demandas del cambio tecnológico y del sistema productivo” (Alvarez de Zayas, 1997)

Los aspectos curriculares del programa de Administración de Negocios Internacionales están fundamentados en un enfoque constructivista basado en el planteamiento de problemáticas empresariales y sociales y su resolución en el aula. El enfoque busca que, utilizando diversos recursos y metodologías, los actores del proceso enseñanza-aprendizaje encuentren soluciones acordes a lo planteado y puedan hallarle una aplicabilidad a la teoría desde la practicidad.

2.2.1 Referentes conceptuales del modelo pedagógico

La apropiación teórica supone no solamente asumir los conceptos de la Pedagogía y la Didáctica, sino, también, una inmersión reflexiva en las corrientes y enfoques de mayor potencia, que arrojan luces y ofrecen experiencias significativas sobre los procesos de enseñanza y aprendizaje. En esta dirección, la perspectiva constructivista encierra un gran valor conceptual y metodológico para superar viejos esquemas en la mediación pedagógica. Para recurrir a la concepción constructivista es necesario tener en cuenta que existen varios enfoques y diferentes dimensiones de lo que genéricamente se denomina constructivismo. Desde la epistemología y la psicología surgen aportes a las indagaciones sobre la relación de los seres humanos con el conocimiento, dando lugar a múltiples enfoques y posturas sobre la capacidad cognoscitiva de los individuos, las mediaciones pedagógicas para acceder al conocimiento, y el poder transformador del aprendizaje para intervenir el mundo natural, social y cultural. En los enfoques pedagógicos sobre la enseñanza de los saberes se descubre una gran riqueza en conceptos y estrategias didácticas que van más allá de los procesos cognitivos para el logro de los aprendizajes significativos; abordan los objetos propios de dichos saberes y las problematizaciones que hay en su interior, los contextos culturales y sociales específicos, las características personales de los sujetos del aprendizaje desde sus expectativas, motivaciones y saberes previos; todos los procedimientos y recursos que encuentran adecuados para mediar la relación entre el estudiante y el conocimiento en relación con su propia formación.

Para las elaboraciones de los cognoscitivistas actuales ha sido de gran valor las aportaciones de la teoría Genética de Piaget y la teoría sociocultural de Vigotsky. Dos corrientes discrepantes en algunos aspectos sobre la relación entre el aprendizaje y el desarrollo, fundamentalmente entre el carácter individual del aprendizaje (Piaget) el carácter social (Vigotsky) La concepción piagetiana plantea que el aprendizaje sigue al desarrollo a diferencia de la concepción de Vigotsky que plantea que el aprendizaje genera desarrollo mediado social y culturalmente. Ambas corrientes son convergentes en los aportes del aprendizaje al desarrollo de la inteligencia, que han dado lugar a los avances de los enfoques cognitivos, que alimentan la concepción constructivista del aprendizaje.

Tabla 5 Postulados centrales de los enfoques constructivistas

Enfoque	Concepciones y principios con implicaciones educativas	Metáfora educativa
Psicogenético	<ul style="list-style-type: none"> • Énfasis en la autoestructuración • Competencia cognitiva determinada por el nivel de desarrollo intelectual • Modelo de equilibración: generación conflictos y reestructuración conceptual • Aprendizaje operatorio: Sólo aprenden los sujetos en transición mediante abstracción reflexiva • Cualquier aprendizaje depende del nivel cognitivo inicial del sujeto • Énfasis en el currículo de investigación y en el aprendizaje por descubrimiento 	<p>Estudiante: constructor de esquemas y estructuras operatorios</p> <p>Docente: facilitador del aprendizaje y desarrollo</p> <p>Enseñanza: indirecta, por descubrimiento</p> <p>Aprendizaje: determinado por el desarrollo</p>
Cognitivo	<ul style="list-style-type: none"> • Teoría Ausubeliana del aprendizaje verbal significativo • Modelos de procesamiento de la información y aprendizaje estratégico • Representación del conocimiento: Esquemas cognitivos o teorías implícitas y modelos mentales episódicas • Enfoque expertos-novatos • Teorías de la atribución y de la motivación por aprender • Énfasis en el desarrollo de habilidades del pensamiento, aprendizaje significativo y solución de problemas. 	<p>Estudiante: Procesador activo de la información</p> <p>Docente: Organizador de la información tendiendo puentes cognitivos, promotor de habilidades de pensamiento y aprendizaje</p> <p>Enseñanza. Inducción de conocimiento esquemático significativo y de estrategias o habilidades cognitivas: el cómo del aprender</p> <p>Aprendizaje. Determinado por conocimientos y experiencias previas.</p>
Sociocultural	<ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje situado o en contexto dentro de comunidades de práctica • Aprendizaje de mediadores instrumentales de origen social • Creación de ZDP (zonas de desarrollo próximo) • Origen social de los procesos psicológicos superiores • Andamiaje y ajuste de la ayuda pedagógica • Énfasis en el aprendizaje guiado y cooperativo; enseñanza recíproca 	<p>Estudiante: efectúa apropiación o reconstrucción de saberes culturales</p> <p>Docente: labor de mediación por ajustes de la ayuda pedagógica</p> <p>Enseñanza: transmisión de funciones psicológicas y</p>

Enfoque	Concepciones y principios con implicaciones educativas	Metáfora educativa
	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación dinámica y en contexto 	saberes culturales mediante interacción en ZDP Aprendizaje: interiorización y apropiación de representaciones y procesos.

Fuente: Elaboración propia basado en: Gómez Barriaga, 2002

Para precisar de alguna forma lo que se entenderá por constructivismo como fundamento y orientación, para reconstruir el Modelo Pedagógico CEIPA, sería importante retomar la definición de Mario Carretero cuando responde a la pregunta

- ¿Qué es el constructivismo?

Básicamente puede decirse que ... el individuo- tanto en los aspectos cognitivos y sociales del comportamiento como en los afectivos – no es un mero producto del ambiente ni un simple resultado de sus disposiciones internas, sino una construcción propia que se va produciendo día a día como resultado de la interacción entre esos dos factores. En consecuencia, según la posición constructivista, el conocimiento no es una copia de la realidad, sino una construcción del ser humano. ¿Con qué instrumentos realiza la persona dicha construcción? Fundamentalmente con los esquemas que ya posee, es decir, con lo que ya construyó en su relación con el medio que le rodea.

Esta construcción que realizamos todos los días y en casi todos los contextos en los que se desarrolla nuestra actividad, ¿de qué depende? Depende sobre todo de dos aspectos, a saber: de la representación inicial que tengamos de la nueva información, o de la actividad, externa o interna, que desarrollemos al respecto.

En armonía con esta definición es relevante el aporte de Ausubel (1997) y la Psicología cognitiva al constructivismo, específicamente, con los desarrollos a la teoría del aprendizaje significativo que establece como elementos esenciales para tal logro:

- Partir del nivel de desarrollo y los conocimientos del alumno
- Relacionar el conocimiento nuevo con el conocimiento ya existente
- Lograr en el alumno la reorganización y modificación de sus propios esquemas mentales
- La importancia del interés y la motivación de alumno por el conocimiento para el logro de los aprendizajes

- Postulados centrales de los enfoques constructivistas

Otros enfoques cognitivos con desarrollos recientes tienen aportaciones importantes a la concepción constructivista, algunos de ellos son:

- La Enseñanza para la Comprensión, es un proyecto del grupo de investigadores de la Escuela de graduados de Educación de la Universidad de Harvard, dirigido por David Perkins, Howard Gardner y Vito Perrone (1999) con la participación de investigadores de varios grupos y de docentes en ejercicio, con el propósito de enseñar a comprender, para desarrollar en los alumnos habilidades para pensar y actuar con flexibilidad a partir de lo que ya saben. Se consideraron desde los inicios del proyecto unos interrogantes claves a resolver por los docentes como condición para lograr enseñar para la comprensión:

- ¿Qué tópicos vale la pena comprender?
- ¿Qué deben comprender los estudiantes sobre esos tópicos?
- ¿Cómo podemos fomentar la comprensión?
- ¿Cómo podemos averiguar qué es lo que comprenden los alumnos?

Este proyecto, debido a su importancia y a los resultados obtenidos tiene aplicaciones y desarrollos en diferentes países.

- La Modificabilidad Cognitiva Estructural y el concepto de la Experiencia del Aprendizaje Mediado, contenida en los trabajos del profesor Reuven Feuerstein del Centro Internacional para el Desarrollo del Potencial de Aprendizaje, de Israel, merecen estudio y atención, por cuanto plantea alternativas para todos los niveles de desarrollo intelectual.
- La Teoría de las Inteligencias Múltiples, producto de las investigaciones y desarrollos dirigidos por Howard Gardner sobre el carácter de la inteligencia y los métodos de medición, más allá del predominio del solo raciocinio y los aspectos

cognitivos, identifica otros elementos de la personalidad y del entorno que hacen que los seres humanos tengan inteligencias particulares y que existan factores emocionales y culturales conducentes a que se desarrollen de determinada manera. A partir del conocimiento de las estructuras de la mente formula su teoría sobre las inteligencias múltiples que se manifiestan de ocho formas: musical, cenestésico-corporal, lógico-matemática, lingüística, espacial, interpersonal e intrapersonal y naturalista. Las diferencias de mentalidad tienen implicaciones educativas importantes dado que a cada una corresponden modos diferentes de interpretar el mundo real.

Las anteriormente enunciadas y otras corrientes de pensamiento en el campo educativo, lo mismo que los diferentes enfoques pedagógicos, conducentes al aprendizaje significativo, representan para los docentes la oportunidad de allegar un caudal de ideas sustentadas, para construir y afianzar sus concepciones y conceptualizaciones sobre el significado de la práctica formadora, en consonancia con los propósitos del Modelo CEIPA y las alternativas pertinentes para su implementación. Es del acervo del equipo de académicos la apropiación del significado de la formación integral, de la formación de competencias y la construcción de la identidad de los perfiles profesionales que egresan y se vinculan al mundo del trabajo.

La apropiación a profundidad de las teorías de la enseñanza y el aprendizaje y de las concepciones, corrientes y enfoques de la Pedagogía, la Didáctica y la Psicología, se constituye en condición para fortalecer el desarrollo científico y pedagógico de los docentes, para lograr un consenso sobre la concepción constructivista y lo que suponen sus desarrollos conceptuales y prácticos en la Institución.

- Concepto de Formación

A las instituciones comprometidas con el desarrollo del talento humano les exige la adopción de una concepción sobre la formación, “como la expresión del conocimiento que el ser humano tiene de sí mismo y de su relación con el mundo, de los valores que ha construido como sujeto individual y social, los principios y criterios que orientan la vida y su accionar y que le permiten gobernarse a sí mismo y lograr la mayoría de edad.” (María Idilia Urrego y Otra, 1999)

En el contexto de la educación formal e intencionada que es la que nos ocupa, es útil tener en cuenta para su definición la complejidad del origen y utilización del

término formación, que ha dado lugar a múltiples significados de acuerdo con las diferentes corrientes pedagógicas. Pese a la ambigüedad que esto genera, es posible acogerse al concepto de que:

La formación designa el proceso de desarrollo, en que se manifiesta al exterior algo interior. No es, sin embargo, un proceso de desarrollo a manera de una fuerza que se impone hacia fuera sin quedar contrarrestada por una realidad resistente. La formación tiene lugar en un intercambio con el mundo; no es un proceso orgánico que se lleva a cabo por sí mismo, a la manera del crecimiento de una flor, sino que es inconcebible sin educación (Josef Speck y Gerhard Wehle, 1981).

Si la formación involucra el proceso de desarrollo, éste compromete todas las dimensiones de la personalidad en un proceso educativo a lo largo de la vida, y llegará a ser integral cuando tenga expresión en la autonomía. La formación autónoma, por tanto, estructura la subjetividad del individuo en todos los momentos y contextos que le dan significado a su actuar, se valora en sus dimensiones ética, social e intelectual y lo hacen protagonista y responsable de todos sus aprendizajes.

La relación de la formación con la instrucción, expresada por Josef Speck y Gerard Wehle, conserva su vigencia y enriquece las posibilidades de la Pedagogía en la educación superior, para lo cual traen a su discurso la concepción de la Comisión Alemana: “La formación multiplica las oportunidades de instrucción porque hace al hombre más ágil y perspicaz, porque amplía su horizonte y le descubre nuevas posibilidades (...). Si por un lado la enseñanza ha venido a ser un medio imprescindible de formación, en cambio, la formación resultante de la enseñanza protege al hombre contra la estrechez de la especialización.” (...). Y con respecto a los que quieren descartar la formación como concepto pedagógico fundamental, se recalca: “La formación que no puede darse nunca por terminada, no es un suplemento de la existencia humana, al que se pueda renunciar, sino que más bien fundamenta la posibilidad de una existencia en general”. (ibid 864). *Empfehlungen D A*, 880).

En este contexto, las instituciones de educación superior en sus propósitos formativos están llamadas a crear las condiciones para acompañar, apoyar y motivar la disposición de aprendizaje y crecimiento de todos los miembros de su comunidad.

2.2.2 Fundamentos del plan de estudios

El plan de estudios en CEIPA se construye como un tejido de competencias cuya trama es el desarrollo de habilidades emprendedoras y la urdimbre son las competencias del núcleo y los componentes integrados de las áreas de formación que al entrelazarse de manera cíclica van creciendo en complejidad tanto vertical como horizontalmente.

Los programas en CEIPA están constituidos por áreas respondiendo así a la formación integral de los futuros profesionales. Estas áreas deben trabajar de manera entrelazada procurando evitar la parcelación disciplinar o una aproximación temática al conocimiento. En ese orden de ideas, participan a lo largo del currículo, desde las etapas de planeación hasta la ejecución de este. No son simples proveedoras de conocimiento “por encargo”.

- **Área de Fundamentación Administrativa:** Incluye los elementos conceptuales y propios para el desarrollo profesional del Administrador, que le sirven al estudiante como fundamento, para acceder de forma más comprensiva y crítica a los conocimientos y prácticas propias del campo profesional específico.

Se incluyen en esta área el componente de las ciencias legales, contables, económicas y financieras y los fundamentos gerenciales que contribuyen a la formación del estudiante, proporcionándole las herramientas metodológicas para su actividad académica, las cuales constituyen un eje transversal del plan de estudios.

- **Área de formación socio-humanística:** Les aporta a nuestros egresados las herramientas, conocimientos y sensibilidad necesarios para comprender el entorno en que se moverán e interactuar de manera integral e íntegra. De igual forma, les proporciona las herramientas para reflexionarse y construirse como ser íntegro e integral.

En esta área se incluye la formación en pensamiento lógico verbal, pensamiento crítico, comprensión social, cultural e histórica de la realidad, ética, compromiso y responsabilidad socioambiental y competencias interculturales y comunicativas. También contempla la formación integral del ser respondiendo a sus inquietudes

estéticas, espirituales y culturales. Estimula el autocuidado mental, emocional y físico; la construcción de su proyecto de vida y la conciliación de éste con las múltiples dimensiones del individuo.

- Área de formación en ciencias básicas: Pensamiento STEM (Ciencia, tecnología, ingeniería, matemática) Desde esta área los estudiantes adquieren las capacidades de razonamiento y operación lógico – matemática, investigación, manejo de datos, pensamiento ingenieril, pensamiento sistémico, pensamiento ecológico.
- Área de formación en innovación y emprendimiento: Esta área, en tanto eje axial de la formación del estudiante, se encuentra en el corazón de nuestra actividad formadora, aportando las competencias necesarias para desarrollar el pensamiento creativo, innovador, propositivo y proactivo. De igual manera se ocupa de aportar las herramientas necesarias para la formulación y ejecución de los proyectos de emprendimiento y empresarismo.

2.2.2.1 El tejido: La Trama

Dado que el PEI considera que la innovación y el emprendimiento “son la materialización de la voluntad creativa y de progreso de nuestra comunidad educativa”, estas competencias deben atravesar horizontalmente el currículo desde el primero hasta el último año. Es así como todos los núcleos se deben fundamentar en problemáticas que pongan en acción los saberes y actitudes emprendedoras o empresariales de estudiantes y docentes.

Para el efecto, se proporciona una herramienta procedimental y una metodológica. En cuanto a la procedimental, desde el principio de cada año y a lo largo del programa, el estudiante debe pasar por ciclos cada vez más complejos de Exploración, Transformación, Conexión y Potenciación, comprendidos de esta manera:

Explora

El estudiante se mira a sí mismo y a su mundo haciendo preguntas trascendentales e identificando dónde se cruzan las necesidades identificadas con sus intereses y motivaciones.

Transforma

El estudiante elabora un plan para transformarse a sí mismo (automejoramiento) y transformar su entorno (resolver los problemas o aprovechar las oportunidades identificadas).

Conecta

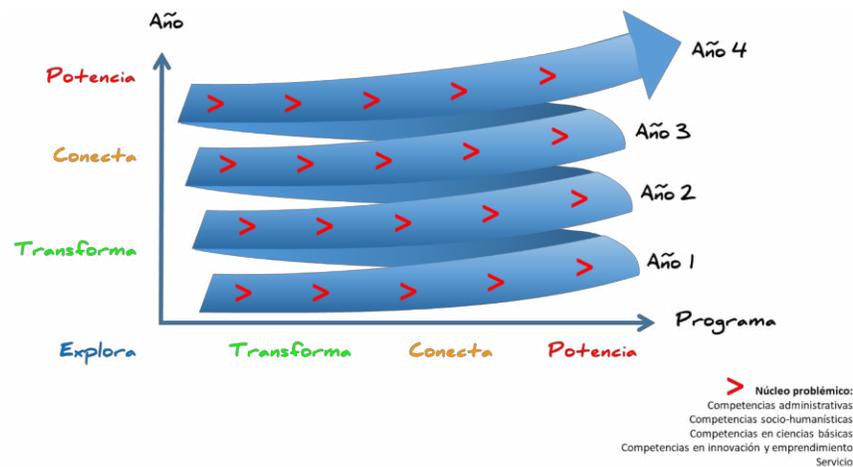
El estudiante pone en acción sus planes; identifica y genera relaciones sociales, comerciales, ambientales, culturales, económicas y académicas entre él y su entorno para favorecer su proyecto, el medio ambiente y a otras personas.

Potencia

El estudiante fortalece e incrementa el alcance social y comercial de su proyecto.

Estos ciclos deben ser flexibles, dependiendo del nivel previo o el alcanzado por los estudiantes, de tal manera que su profundidad y complejidad se adapten no sólo al grupo, sino a los individuos, así como favoreciendo que sus productos o proyectos, según el grado de madurez, puedan avanzar sin obstáculo o pasar rápidamente por la parte del proceso ya superada. Esta flexibilidad también permitirá que se pueda trabajar sobre problemas o necesidades de empresas de diferente naturaleza o magnitud.

Ilustración IV Procedimiento vertical y horizontal



Como herramienta metodológica se proporciona el modelo de innovación CEIPA, cuyo procedimiento se puede consultar en el documento del 2017.

2.2.2.2 La Urdimbre: formación por núcleos problémicos

En la Institución Universitaria CEIPA asumimos la formación por núcleos problémicos² como el método de aprendizaje, comprendiendo el núcleo como:

“...una unidad básica y dinámica de análisis, planeación, integración y construcción continua y mejorada de conocimientos administrativos, relacionados con la solución de problemas de la organización; es, además, la articulación de saberes para dar soluciones integradas a los problemas sociales y empresariales, desde diferentes perspectivas. (...) Permite una visión integral del saber administrativo y evita la fragmentación de los saberes para la solución de los problemas que concentran las actividades del núcleo para el logro de las competencias...” (CEIPA, 2012, p.21,22).

El núcleo, entonces, no puede considerarse ni una suma de contenidos, ni un agregado de materias, ni un listado de temas para alcanzar objetivos, sino una

² Para profundizar en los fundamentos teóricos e históricos del concepto de Núcleo problémico, el lector puede remitirse al PEI CEIPA 2018.

conurrencia de disciplinas para analizar y solucionar problemas y desarrollar competencias.

El núcleo problémico es, en consecuencia, un método y una metodología alternativa a un plan de estudios por asignaturas; se planea y desarrolla en el marco de la realidad socioeconómica del campo de intervención profesional. Desde el punto de vista estructural y metodológico, el currículo CEIPA se construye en su totalidad por núcleos problémicos.

2.2.3 La estructura por núcleos problémicos

Cada año se compone de cinco núcleos problémicos consecutivos cuya interconexión configura el carácter del graduado CEIPA. Cada núcleo está compuesto por tres o cuatro objetos de aprendizaje que le brindan las herramientas teóricas para la solución del problema empresarial planteado. Además, se le ofrece un abanico de objetos electivos que le ayudaran a reforzar tanto los cuestionamientos teóricos, como las habilidades duras y blandas para alcanzar las competencias planteadas.

Los tres primeros años son el tronco común que desarrolla las capacidades de todo profesional en Administración de CEIPA y el último año es de carácter especializado, que enfoca al Administrador en la gestión de los Negocios Internacionales.

Al igual que el año y el programa, el núcleo integra el procedimiento de *Exploración, Transformación, Conexión, Potenciación*. De igual manera, a lo largo del año, los núcleos podrán concentrarse en esta táctica más no restringirse a ella. Así, el primer núcleo del año puede ser exploratorio; los dos siguientes, transformacionales, y así sucesivamente. Mientras que el primer año es exploratorio, el segundo transformacional, el tercero conector y el último potenciador.

Al diseñar los núcleos, su conexión al interior de su año, así como la de un año al otro, debe ponerse particular atención en mantener el equilibrio que aportan las diferentes áreas de formación, lo cual no implica una división exacta. Así, deben construirse núcleos integrados, enfocados al desarrollo de competencias de acuerdo con los retos que se formulen y al nivel de profundidad requerido por el avance del estudiante, evitando centrarlos en temas específicos.

Los núcleos deben ser diseñados colegiadamente, acordando cuáles competencias serán integradas en cada año. La siguiente tabla permitirá el diseño y al tiempo mantener el equilibrio de créditos, así como identificar analíticamente los saberes específicos que conformarán los objetos de los diferentes núcleos:

Tabla 6 Ejemplo de herramienta de diseño de la estructura interna del núcleo

Núcleo	Problema	Competencia	Área disciplinar	Saberes	Créditos Académicos	Créditos totales	Horas de trabajo académico (2)			Áreas o Componentes de Formación del Currículo (1)			
							Horas de trabajo directo	Horas de trabajo independiente	Horas de trabajo totales	Básica	Específica	Investigación	Complementaria
Marco Institucional de Comercio Exterior	Importancia del estudio de temas de tipo legal y aduanero sobre el comercio exterior, dada su importancia en el desarrollo de competencias que faciliten a la alta gerencia en las organizaciones, así como al personal operativo de estas, actuar en función de las circunstancias de su entorno profesional.	Nueva:	Negocios Internacionales	Régimen Aduanero IMPORTACIONES	5	8	128	256	384				
				Régimen Aduanero EXPORTACIONES							x		
				Régimen Cambio/Sancionatorio									
			Finanzas	Costos Logísticos INCOTERMS	2							x	
			Matemáticas	Liquidación de Impuestos	1					x			

En este caso, no habría un núcleo, por ejemplo, de métodos cuantitativos, sino que sus objetos se diseminarían en el programa de estudios. Aunque en términos formales podrían agruparse en uno o dos núcleos, hacerlo de esta manera dificultaría el enfoque integrador del currículo.

Para evidenciar como se realizar el diseño de un núcleo puede consultarse la guía de diseño que se tiene estipulada para ello. **Ver Anexo 1: Guía de Diseño.**

2.2.4 flexibilización e interdisciplinariedad

Dado que el currículo cruza toda la vida institucional y no se agota en el plan de estudios, se hace necesario la institucionalización de espacios que soporten adecuadamente los ambientes de aprendizaje, favorezcan la interdisciplinariedad, la formación integral y ofrezcan posibilidades de flexibilización curricular, como se verá a continuación.

2.2.4.1 Flexibilidad del currículo

Si bien el principio de flexibilidad es inherente a todo el subsistema de educación superior, la verdad es que esta categoría tiene manifestaciones diversas según la institución que la desarrolle. Cada una toma manifestaciones puntuales, propias de

su identidad y de la forma como una comunidad concreta asume sus retos en materia de formación de profesionales.

Implementar estrategias de flexibilidad no es una tarea sencilla, ya que ello implica romper con estructuras consolidadas, cambiar comportamientos e incluso transformar la cultura de una organización, sin embargo, en CEIPA se ha asumido la flexibilidad como un reto que pretende facilitar y enriquecer, de forma oportuna e integradora, el proceso de formación de sus estudiantes.

Las estrategias de flexibilización del currículo se concretan en los siguientes ámbitos:

- **Flexibilidad curricular:** el currículo en CEIPA se adapta fácilmente a las necesidades y particularidades de aprendizaje del grupo en cada núcleo; se amolda a las dinámicas de la sociedad del conocimiento; aprovecha las oportunidades que ofrecen esas particularidades, así como las nuevas tecnologías y estrategias pedagógicas; su diseño y componentes pueden ser reemplazados o cambiados de forma expedita y estimula en los aprendientes la Flexibilidad como valor fuente.
- **Prerrequisitos y Correquisitos:** de acuerdo con el nuevo plan de estudio en CEIPA no se tiene correquisitos y los prerrequisitos se establecen por líneas de formación 1:1, es decir, si el estudiante desea ver el núcleo # 2 de una determinada línea, previamente debe haber cursado y aprobado el núcleo # 1. Sin embargo, el estudiante puede iniciar su proceso de formación por cualquier línea. CEIPA le propone al estudiante la ruta ideal de formación, pero el estudiante define su propia ruta. Con relación al año específico, el estudiante puede seleccionar el orden para cursar los núcleos.
- **Objetos de Aprendizaje Electivos:** el estudiante tendrá opciones de elegir dentro de una gama de objetos electivos dentro de una oferta que se le hace. Esto tiene como propósito no sólo posibilitarle moverse por conocimientos de su interés, sino formarlos en la toma de decisiones, la autonomía y el desarrollo de competencias en el manejo de diversas herramientas ofimáticas y administrativas.
- **Retos (trabajos de aplicación):** a lo largo de los núcleos el estudiante pasará por una serie de retos empresariales, los cuales, tienen la posibilidad de elegir la

empresa o emprendimiento, así como el sector económico que se ajuste a la problemática planteada.

- **Ambientes de aprendizaje:** para abordar el currículo propuesto, CEIPA se apoya en su modelo pedagógico, que es implementado ambiente de aprendizaje presenciales y virtuales. Para los estudiantes de Administración de Negocios Internacionales de la metodología presencial, este ambiente está representado en la asistencia a clases, las actividades y los encuentros con los docentes en diferentes momentos del núcleo; el ambiente virtual mediante el uso del campus virtual CEIPA, en el cual, el estudiante tiene a su disposición contenidos, recursos, materiales y espacios de interacción con el docente, que apoyan su formación y su trabajo independiente. En fin, en CEIPA se proponen diferentes estrategias presenciales o virtuales, para cumplir con el propósito de formación.
- **El Universo – laboratorio de aprendizaje:** El núcleo acontece en cualquier lugar y en cualquier momento; por lo tanto, este aspecto se refiere a la intención de superar el espacio y el tiempo tradicionalmente destinado a clase como aquellos exclusivos para concretar el proceso pedagógico.

Tomando en consideración este enfoque y la cualidad curricular de la flexibilidad, la ciudad, sus calles, las empresas, los hogares, el concierto, el espectáculo deportivo, los museos, el gimnasio, todo en general, debe ser considerado como un laboratorio de aprendizaje viviente donde se aproxima a los estudiantes a oportunidades de aprendizaje.

- **Articulación proceso de formación – realidad:** Los ambientes de aprendizaje deben ser una metáfora, una simulación o de ser posible, una expresión real de la vida. Si queremos preparar a nuestros estudiantes para cierto tipo de vida y de trabajo y estos acontecen de manera participativa, cocreativa, dinámica, fortuita y multidireccional, no tiene sentido que el aprendizaje se realice de forma lineal, rígida, pasiva, constrictiva o autoritaria.

Por tal razón, los ambientes presenciales y virtuales en CEIPA se configuran año tras año y núcleo tras núcleo, de forma que semejen el tipo de interacción laboral, social y cultural que aspiramos a construir, estimulando la experimentación creativa, el aprendizaje colaborativo y cooperativo, el aprendizaje basado en proyectos, el emprendimiento y el trabajo autónomo; que a la vez sean suficientemente flexibles como para incorporar formas innovadoras de facilitar el aprendizaje y generar conocimiento.

- **Co-creación con el Entorno Empresarial:** siguiendo el principio rector y el fortalecimiento del modelo pedagógico institucional, el programa ofrece a sus estudiantes actividades como: visitas empresariales, visita de expertos empresariales al aula de clase, y el más importante el desarrollo de retos empresariales. Con estos, las empresas retan a los estudiantes a proponer soluciones integrales e innovadoras frente a problemáticas organizacionales.
- **Redes Internacionales:** en aras de asegurar la calidad, no solo nacional sino internacional, de la escuela de negocios CEIPA es miembro de asociaciones como CLADEA, AACSB y EFMD, AIB, con las cuales se produce una transferencia de conocimiento. Útil para el fortalecimiento de los diferentes programas académicos y las capacidades institucionales y del programa.
- **Movilidad estudiantil:** I) entre modalidades de formación (presencial y virtual) y jornadas (diurna y nocturna); II) entre programas, un estudiante en el cuarto año puede cambiar de programa y su trayectoria académica será válida en su totalidad teniendo en cuenta que los 3 primeros años en CEIPA son comunes; y, III) cursos en otras universidades y países, los cuales son homologados con los núcleos del plan de estudios y que son previamente aprobados por la dirección del programa.
- **Pasantías nacionales e internacionales; presenciales o virtuales:** buscan generar una movilidad académica que forma parte de las estrategias de internacionalización de la Institución, con el objetivo de ampliar la formación de sus estudiantes y posibilitar la interculturalidad de sus programas. Así mismo promover el entrenamiento específico o actualización de conocimientos tanto teóricos como prácticos en áreas puntuales bajo la supervisión de un docente.
- **Titulación:** un graduado nuestro de un programa de pregrado podrá optar por realizar otro pregrado en CEIPA, cursando solo el año específico, teniendo en cuenta que los 3 primeros años son comunes y ya los cursó.
- **Núcleos simultáneos:** cuando el estudiante después de su primer año mantiene un promedio académico superior a 4.0 podrá cursar núcleos de forma simultánea; esta estrategia busca reducir barreras de tiempo y espacio para el estudiante e incentivar su rendimiento.
- **Proyección Profesional:** como complemento al proceso de formación del estudiante, se ofrece el núcleo de Proyección Profesional con varias modalidades, donde el estudiante podrá seleccionar una, según sus intereses: plan de negocio, fortalecimiento empresarial, investigación, práctica empresarial, misión académica y empresarial a nivel nacional e internacional.

- **Validación de conocimientos:** es el reconocimiento que se hace a quien no habiendo participado regularmente en un núcleo problémico, demuestra que ha logrado los objetivos y competencias respectivas. Se puede validar por suficiencia, hasta el 40% del número total de créditos del plan de estudios. Para el caso del núcleo de Aldea 3, cuyos objetivos y resultados de aprendizaje apuntan al descubrimiento del mundo y el desarrollo de la empatía hacia lo diferente, se generan múltiples estrategias para que el estudiante tenga una variedad de escenarios donde alcanzarlos.
- **Homologación por transferencia:** es el reconocimiento que se hace a quien procede de un programa de educación superior de otra Institución de Educación Superior (Transferencia Externa) y de otro programa de CEIPA (Transferencia Interna), cuando a juicio de la institución, se demuestra que se han alcanzado los objetivos y competencias de los núcleos problémicos. Esta homologación se hace por una sola vez durante la admisión y se reconoce hasta el 50% del total de créditos del plan de estudios del programa.
- **Segunda Lengua:** el acuerdo 001 de 2020 del consejo académico, determina como requisito de grado, la certificación en un nivel B2 según MCER de uno de los siguientes idiomas: portugués, italiano, francés, inglés o alemán. Adicionalmente, los estudiantes tienen la opción de realizar los cursos de inglés en el centro de Idiomas de la Institución cumpliendo con el reglamento de éste y de esta manera cumplir con dicho requisito.

2.2.4.2 Interdisciplinariedad del currículo

La administración de negocios internacionales, por definición es una disciplina interdisciplinaria en cuyo ejercicio intervienen diferentes saberes como la economía, la sociología, las relaciones internacionales, las ciencias básicas, entre otras, que permiten crear en el profesional la visión sistémica de las organizaciones y el contexto internacional para la toma de decisiones emprendedoras; asimismo en CEIPA se puede evidenciar la interdisciplinariedad en los siguientes ámbitos:

- **Docentes:** CEIPA cuenta con un amplio número de docentes de diferentes disciplinas y especialidades, con formación sólida en su saber profesional, con formación pedagógica suficiente para realizar una mediación con calidad de los procesos de aprendizaje y lo suficientemente apropiados de la filosofía institucional

y del modelo pedagógico, que contribuyen al enriquecimiento del currículo y su desarrollo. Lo anterior estimula la convergencia de saberes en torno a la solución de problemas propios del objeto de formación y el campo de intervención del programa académico.

- **Los núcleos problémicos:** privilegian la inter y la transdisciplinariedad por encima de los conocimientos disciplinares. La forma como se articulan los contenidos de diferentes disciplinas la define el carácter problémico de los núcleos. En otras palabras, los conocimientos disciplinares se organizan en función de problemas reales o simulados de las empresas, de modo tal que el carácter transdisciplinar apunte a la formación profesional de los administradores de negocios internacionales CEIPA.

La perspectiva de los núcleos problémicos y sus diferentes componentes refuerzan aún más la interdisciplinariedad, teniendo en cuenta que buena parte de los estudiantes del programa trabajan, especialmente aquellos matriculados en la jornada nocturna. Dicha experiencia laboral enriquece aún más los procesos formativos y la perspectiva interdisciplinaria en la medida en que los aportes de los estudiantes son diversos dependiendo de sus trayectorias laborales. Esta es una manera de traer la realidad empresarial al aula de clase.

- **Plan de estudios:** los tres primeros años del plan de estudios de Administración de Negocios Internacionales son comunes para los todos los programas académicos de pregrado ofrecidos por la institución. Lo cual, sumado al ingreso de los estudiantes en períodos académicos de dos meses durante cuatro años para cumplir con los 160 créditos que conforman el plan de estudios del programa, permite la interdisciplinariedad e interacción de estudiantes y profesores de los programas académicos de Administración Financiera, Administración Humana, Administración de Empresas y Administración de Mercadeo, con los del programa.

- **Los saberes comunes:** aparecen áreas transversales como lo matemático o lo humanístico, pero éstas se complementan con el estudio transversal de las organizaciones en general y las empresas en particular. Los diferentes núcleos

comunes permiten que el estudiante tenga una visión que va más allá de lo estrictamente disciplinar y permite contextualizarlo en una perspectiva de formación mucho más amplia y trascendente.

Los saberes específicos: también existe la transversalidad; las competencias específicas se trabajan en núcleos que aportan a la solución de problemáticas concretas relacionadas con las organizaciones. En este contexto, los saberes representados en los diferentes núcleos específicos o de último año, integran el conocimiento y el aprendizaje disciplinar de manera participativa y colaborativa.

- **Investigación:** el programa académico promueve con el proceso de investigación la participación de los docentes y estudiantes de Administración de Negocios Internacionales con otros estudiantes con profesiones afines, en actividades curriculares y extracurriculares de investigación, en los cuales, se fomenta la cultura investigativa. Igualmente, profesores de ciencias básicas, de administración, gestión humana, mercadeo, finanzas y economía participan en el grupo de Investigación ORYGEN, cuyos productos permiten el enriquecimiento del programa académico.

También se **evidencia** interdisciplinariedad en la interacción e integración de los diferentes procesos de CEIPA en la formación de los estudiantes del programa: estrategia de emprendimiento y empresarismo, Retos PHI, Retos Empresariales, Plus Language, Insight Lab, Learning by Doing, Laboratorio Financiero, entre otros.

- *El encuentro pedagógico:* el docente no puede seguir concibiéndose como un transmisor de conocimientos, ni ese debe ser su fin último. El trabajo del docente es facilitar el aprendizaje integral mediante el diseño e implementación de experiencias de aprendizaje en las que el estudiante, como socio consciente de sus responsabilidades en el aprendizaje recíproco, asume un papel cooperativo, activo, participativo y autónomo (CAPA). Esto se lleva a cabo mediante encuentros pedagógicos presenciales o virtuales, sincrónicos o asincrónicos, con asistencia permanente o transitoria de sus docentes facilitadores y otros agentes formadores. Dictar clase, aunque no se desdeña, no puede ser, en consecuencia, la única ni la más deseable estrategia.

- *El servicio:* Desde muchos años antes de que se sistematizara en un cuerpo teórico bajo el denominativo de Capitalismo consciente, CEIPA consideraba que el saber tener (para qué y cómo se tiene) debía convertirse en constitutivo de todo ciudadano. De igual manera, consideraba que el servicio era la manera en que se le daba un propósito elevado a aquellos bienes espirituales y materiales que, al ser compartidos con nuestros congéneres, elevaban también nuestra existencia. Materializado en el estudio y la práctica de la responsabilidad social y ambiental, el servicio a la comunidad se integra al mayor número posible de acciones formativas en la institución y, por consiguiente, forma parte del plan de estudios.

2.2.4 Plan de Estudios

A continuación, se presenta el plan de estudios para el programa, el cual, consta de 20 núcleos, cada uno de 8 créditos educativos. Se debe tener en cuenta que durante los tres primeros años, los estudiantes de los distintos programas en administración de la escuela tienen el mismo plan de estudios. El año cuatro, contiene los cuatro núcleos específicos que aportan a consolidar el perfil de salida del egresado.

Ilustración V Plan de estudios del programa de Administración de Negocios Internacionales



2.2.4.1 Líneas de formación

Como se puede evidenciar en el nuevo plan de estudios, se logra identificar las cuatro líneas de formación transversales a los programas de administración de la escuela y la cuarta línea vertical, específica para el programa.

Línea de formación laboratorio de ideas de negocio:

Uno de los grandes desafíos que presenta Colombia es la necesidad de desarrollo de una cultura profesional del proceso emprendedor, es el multipropósito de la creación empresarial. Dado que el fenómeno de estructuración está directamente relacionado a la contribución al crecimiento económico, al rejuvenecimiento del

tejido socioproductivo, al relanzamiento de los espacios regionales, a la dinamización del proceso innovador y la generación de nuevos puestos de trabajo. ((Nuez & Górriz, 2008)

Según el informe Fintech del BID (2018), 9 de cada 10 emprendimientos no terminan su tercer año de éxito. Como lo señala el mismo BID, actualmente se vincula el futuro empresarial con la Inteligencia Artificial y el desarrollo de instrumentos para la automatización de los procesos. Pero, detrás de estos avances siempre hay un proceso de creatividad e innovación desarrollado por personas que hacen uso de su ingenio para transformar la realidad. En el caso colombiano, los niveles de agregación de valor han disminuido, particularmente en la producción de bienes, algo que se evidencia en la balanza comercial, la cual refleja una creciente dependencia de exportaciones no manufacturadas (*commodities*) (CNC, 2018). En consecuencia, se hace necesario estimular la dinámica innovadora de las empresas colombianas.

Según la categorización que hace el DANE, una empresa es no innovadora cuando no obtuvo innovaciones y que además no reportó ningún proceso o proyecto asociado a la obtención de innovaciones, es decir, ni siquiera lo intentó. Las encuestas analizan los obstáculos que tienen las empresas para innovar. Algunos de estos obstáculos están asociados al entorno, otros a los riesgos y la incertidumbre de la innovación y otros a la información y las capacidades internas.

En consecuencia, la línea Laboratorio de Ideas de Negocio busca que el estudiante desarrolle la capacidad de detectar oportunidades en el entorno, susceptibles de una propuesta innovadora para emprender, con visión local y global de los mercados y entornos, que sean sostenibles, gestionando y valorando la viabilidad financiera, ambiental y social, con un enfoque humanista y administrativo, que se conecte con su proyecto de vida.

- **Objetivos**

Los objetivos de la Línea buscan desarrollar competencias en los estudiantes que permitan:

- a) Detectar oportunidades en el entorno, susceptibles de una propuesta innovadora para emprender, acorde con su proyecto de vida los estudiantes.
- b) Formular y modelar ideas de negocio/proyectos sostenibles a partir de una visión global y local del entorno y del mercado.

- c) Gestionar las capacidades/recursos propios y del sistema para favorecer las ideas

Línea de formación en aldea global:

Las transformaciones sociales derivadas del constante incremento de los medios de comunicación y el uso de herramientas tecnológicas han producido un cambio trascendente, caracterizado por la interconexión en tiempo y en espacio entre diversas personas, culturas y organizaciones. Estas consecuencias socioculturales se asocian a las condiciones y hechos que pueden darse en una aldea global, en la que los acontecimientos pequeños generan impactos en grandes masas mundiales, y en la que los medios han cambiado la forma de relacionarse.

En este sentido, las organizaciones actuales se ven enfrentadas a contextos, económicos, políticos y sociales cada vez más complejos, que exigen una mayor capacidad de cambio y de respuesta. Lo cual, hace que requieran profesionales con habilidades de adaptación y flexibilidad para dar solución a los retos derivados de este nuevo paradigma.

La línea Aldea Global se presenta como un conjunto de tres núcleos problemáticos que tienen el propósito de brindar herramientas para resolver los desafíos que enfrentan las organizaciones en sus procesos de crecimiento y expansión global. Partiendo desde el desarrollo de una visión sistémica y estratégica de los diversos contextos a través de la sensibilidad social y ambiental en un entorno local; para posteriormente facilitar el desarrollo de estrategias integrales que van encaminadas a resolver problemas de planeación y preparación para la expansión y la competencia internacional generando empatía transcultural e involucrando saberes multidisciplinares

De esta manera, Aldea Global contribuye a la formación de profesionales capaces de comprender el entorno organizacional de manera consciente, que formulan estrategias locales e internacionales en ambientes globales complejos y diversos, y que responden a las problemáticas que se pueden suscitar dentro y fuera de las organizaciones.

- **Objetivos**
 - a) Comprender la importancia de multiculturalidad en la gestión contemporánea.
 - b) Conocer diferentes técnicas y herramientas para el análisis y la solución de problemas en los negocios.

- c) Desarrollar proyectos transversales teniendo en cuenta la complejidad de la organización actual

Línea de formación en business intelligence:

Desde el punto de vista de la innovación como indicador de competitividad, las empresas colombianas todavía tienen un largo camino por recorrer en comparación a sus homólogas en otros países del mundo (Departamento Nacional de Planeación, 2021). No se trata de una competencia técnica per se, sino de un importante elemento para el desarrollo económico de las personas en cada nivel social que compone el Estado. Ante una realidad tan apremiante, los estrategas organizacionales y emprendedores de todas las industrias están llamados a prestar especial atención a las dinámicas que aporten a dicha competitividad. Entonces, la competitividad en una organización termina involucrando la integralidad de esta, por lo tanto, se hace necesario que los estudiantes de administración se acerquen a los conceptos y herramientas de gestión desde diferentes ópticas y perspectivas.

Se propone una mirada en tres dimensiones de las organizaciones:

- I) La primera dimensión es la del mercado, encontrando oportunidades y riesgos que enmarquen su accionar desde el punto de vista comercial (Best, 2007) (Kotler P. B., 2015). En tal sentido, es fundamental que los administradores tengan la capacidad de comprender los flujos del mercado y adaptarse rápidamente a dichas realidades con la conciencia de los recursos de capital necesarios para maniobrar hacia la capitalización de oportunidades comerciales. Un reto que implica analizar los entornos de la organización, las características del consumidor, los sistemas de información, las estructuras de costos y presupuestos y las decisiones más importantes en materia de marketing estratégico.
- II) La segunda dimensión, que propone una mirada más hacia el interior de la organización, es la gestión de la producción, de bienes o servicios, partiendo del análisis de las restricciones que se presentan y la aplicación de herramientas y modelos logrando aprovechar las oportunidades que presenta el mercado logrando una mayor productividad y desempeño.
- III) Como tercera dimensión se encuentra la gestión financiera y de control, que busca identificar las necesidades financieras de la organización y sus

capacidades, y a partir de ellas lograr generar el mayor valor posible para todos los grupos de interés de la organización.

Así se alcanza una aproximación holística a los diferentes factores que inciden en la competitividad organizacional y se lograría una adecuada gestión integral de las organizaciones a partir del cumplimiento de los siguientes objetivos.

- a) Analizar las estrategias de mercadeo al servicio de las ideas de negocio y las empresas que compiten en distintos mercados.
- b) Diseñar y gestionar los procesos de la organización con visión sistémica, articulada a los objetivos y estrategia.
- c) Diagnosticar la situación financiera de la compañía para proponer acciones de permanencia y crecimiento con generación de valor.

Línea de formación en consciencia organizacional y liderazgo:

El siglo XXI es sinónimo de desafíos frente al sentido del empleo, la transformación digital, la eliminación, creación y redefinición de nuevos oficios y, relaciones laborales. La línea de formación orientada a la conciencia organizacional y el liderazgo cobra importancia en el currículo en el momento en que el ser humano es concebido desde la integridad. El ser humano como sujeto de la cultura, de las formas sociales, de la búsqueda de sentido por su vida en conexión con los otros y su entorno.

Es así, como el profesional CEIPA en este recorrido adquiere herramientas para conocer y transformar su realidad desde la cultura, las relaciones, lo ético, las formas de liderar y dirigir, de plantear propósitos organizacionales con una visión consciente, sostenible e integradora. Esta línea está compuesta por tres núcleos que promueven el desarrollo de las siguientes competencias:

- Comprendo las realidades organizacionales y el aporte de las personas al cumplimiento de los objetivos de ésta y al desarrollo de la persona en su liderazgo, comunicación y pensamiento crítico
- Diseño, a partir de un marco ético, sostenible y de accountability, nuevas formas de relacionamiento y comunicación entre la organización y sus grupos de interés (stakeholders)
- Comprendo la realidad del gobierno corporativo, a partir de la dirección organizacional, sus miembros y dinámicas propias de relacionamiento con

el resto de stakeholders; los posibles conflictos de interés que allí se pueden presentar y sus alternativas de solución, desde un marco ético que trascienda al bienestar común.

Línea de formación en prospectiva:

La línea de Prospectiva es un subsistema de núcleos en el plan de estudios que busca dotar al estudiante de las competencias requeridas para hacer una gestión proactiva de los procesos y recursos de las organizaciones. El carácter proactivo hace referencia a la necesidad de anticipar los cambios venideros y proponer estrategias y decisiones de mediano y largo plazo.

La dinámica de globalización –apertura e integración de mercados y sociedades- y la sociedad del conocimiento –canales abiertos para el acceso, generación y difusión de conocimiento-, provocan cambios acelerados en todas las dimensiones del entorno –social, política, económica, tecnológica, etc.-; en consecuencia, sólo el dominio de metodologías asociadas a la disciplina de la prospectiva puede permitir planear con coherencia los desarrollos organizacionales de mediano y largo plazo, sin tener que estar reaccionando constantemente a las vicisitudes coyunturales.

Con el auge de las TIC, el desarrollo tecnológico en diferentes ramos de la vida social y económica y la globalización de los mercados, los cambios del entorno se han hecho constantes y complejos. Por lo anterior, el estudiante necesita de metodologías y herramientas tecnológicas de uso profesional, que le permitan monitorear constantemente al entorno, anticipar riesgos y oportunidades y así, tomar decisiones con menor nivel de incertidumbre.

- **Objetivos:**

Los objetivos de la Línea buscan desarrollar competencias en los estudiantes que permitan:

- Explicar la realidad de una organización en su relación con el entorno desde la comprensión de la práctica administrativa analizando el comportamiento empresarial con una visión sistémica.
- Proponer estrategias de internacionalización para la expansión de los negocios a través del uso de herramientas de selección de mercados desde una perspectiva internacional.

- Inferir las oportunidades que representan las diferencias culturales para los negocios y la sociedad a partir de la ejecución de proyectos con una mentalidad global.

Línea de formación del año específico:

La línea específica es el resultado del proceso de formación inductivo que va de lo general a lo particular. En este último año, se pretende que los estudiantes inscritos en el programa de Administración de Negocios Internacionales profundicen sus conocimientos en saberes específicos como lo son los relacionados con la comprensión del contexto normativo nacional e internacional, de los procesos de importación y exportación, así como los marcos políticos, sociales y económicos en los cuales los negocios internacionales se desenvuelven.

Esta línea cuenta con cuatro núcleos: marco institucional del comercio exterior (MICEX), *global financial environment*, distribución física internacional (DFI) y Global Affairs. El primero, contextualiza los procesos de im-po-expo y la normativa a la cual se ve sometido el comercio internacional. Por su parte, DFI profundiza en los saberes relacionados con la logística del transporte internacional, los términos en los cuales se realizan las transacciones comerciales desde el momento en que se realiza la compra hasta la entrega del producto en las condiciones pactadas.

Por su parte, *global financial environment* explora el contexto financiero internacional, la institucionalidad y el entorno económico en el cual las tracciones comerciales son realizadas. Es por esto que durante el desarrollo de este núcleo se indagan por los diferentes sistemas y mercados internacionales, métodos de pago, operaciones de cobertura, entre otros saberes que le darán al participante una clara idea de las consecuencias que implican la toma de decisiones financieras a escala internacional. Finalmente, el núcleo de *global affairs* prepara a los participantes a leer el contexto político internacional, en el cual las estructuras y la configuración del orden internacional tienen un impacto directo a nivel organizacional.

Este ciclo se ve terminado por proyección profesional en el cual, al estudiante se le facilita una experiencia académica-laboral que lo catapulta a la práctica de los negocios internacionales en múltiples contextos.

Es de tener en cuenta que los núcleos: *global affairs* y *global financial environment* son desarrollados enteramente en inglés buscando el perfeccionamiento de este

idioma y facilitar la interacción de los estudiantes con un entorno global. Los objetivos de este último año son:

- Profundizar en los conocimientos necesarios para la toma de decisiones en contextos internacionales.
- Formular estrategias de internacionalización de todo tipo de organizaciones. Sensibilizar al estudiante de las múltiples variables políticas, sociales y económicas que tienen impacto en los contextos internacionales.

2.2.5 Microcurrículos

El resultado del proceso de planeación curricular y de la interacción con diferentes estamentos de la comunidad académica, enmarcados en los fundamentos teóricos de nuestro modelo pedagógico son planes de estudio o microcurrículos de cada uno de los núcleos. No son elementos estáticos, están en permanente evolución y su actualización más evidente está en material virtual de aprendizaje o AVA. En el anexo 2: Microcurrículos. Se puede evidenciar la estructura general de los mismos mostrada en la tabla 4. Los elementos que contiene son: El problema que aborda el núcleo, la competencia que pretende desarrollar en los estudiantes, las áreas de formación que son abordadas, así como las áreas disciplinares y los saberes. En el anexo se puede encontrar además los enlaces del material AVA para cada uno de ellos.

2.3 POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE PLANEACIÓN Y EVALUACIÓN CURRICULAR

La planeación y evaluación curricular se presenta como un proceso continuo, el cual, dada nuestras características metodológicas y de calendario académico exige una periodicidad constante. Para esto se realizan varios escenarios como se describe a continuación:

2.3.1 Consejo de Escuela

con una periodicidad quincenal, este espacio donde se planean y se evalúan los aspectos curriculares que dan la hoja de ruta al programa. Entre sus actividades se encuentra la aprobación de reformas parciales o estructurales a los diferentes núcleos problémicos reflejados en el material AVA y la configuración de estos. La

revisión periódica de la aplicación del modelo en las diferentes líneas y años específico. Además, de proyectos transversales que impacten, no sólo el programa, si no toda la escuela. Está integrador por los líderes de los diferentes programas académicos, vicerrectoría academia, dirección de proyección profesional y otros invitados de instancias académicas y administrativas según los aspectos a abordar.

2.3.2 Comité curricular de línea

Con una periodicidad bimensual, en este espacio se realiza la planeación, implementación, evaluación y mejora de los procesos académicos del programa. Es así como se realiza la planeación de las actividades a realizar durante el periodo, la evaluación de pertinencia de contenidos, objetivos y otros aspectos curriculares de los diferentes núcleos; seguimiento a las socializaciones de los resultados de aprendizaje de los núcleos. Sus objetivos son: asegurar la materialización del Modelo Pedagógico en los núcleos; mantener actualizados los materiales de los núcleos del área; evaluar y fortalecer el desempeño del claustro docente. Está integrado por los docentes del año cuatro del plan de estudios y otros profesores invitados según los temas a abordar. Fue estructurado bajo la resolución rectoral 008 de 2018

2.3.3 Comité curricular de pregrado

Con una periodicidad semestral, es el espacio donde se encuentra la comunidad académica en su conjunto. Se revisan la pertinencia del currículo, las tendencias del entorno y la satisfacción que tienen los diferentes actores de los procesos académicos del programa. Estará integrado por el líder de Área y de Programa, dos docentes que brinden clases en la carrera profesional, el director de Modelo Pedagógico, un egresado, un estudiante del programa en modalidad virtual, un estudiante del programa en modalidad presencial y dos empresarios. Fue estructurado bajo la resolución rectoral 008 de 2018.

2.3.4 Evaluaciones periódicas

Mediante instrumentos diseñados para realizar seguimientos al desarrollo de los núcleos y la finalización de estos. Se monitorean diferentes dimensiones de la experiencia académica que el estudiante experimenta. Dando como resultado tres evaluaciones por periodo académico. A partir de ellas, se toman acciones correctivas inmediatas o ajustes para el siguiente periodo. La obtención de la información se realiza mediante encuestas realizadas a los estudiantes, de las cuales los docentes son retroalimentados de manera pertinente. En el caso de que

la evaluación del núcleo, en la sección docente sea inferior a 4.2 se realiza un plan de mejora, el cual queda consignado en el respectivo formato administrado por gestión docente.

Con la articulación de estos tres escenarios aseguramos el seguimiento y mejoramiento de los diferentes procesos académicos que aseguren la actualización y pertinencia del currículo y sus diferentes componentes. Es un ciclo de gestión que cuenta insumos de entrada, provenientes de diferentes áreas de la institución, el medio local, nacional e internacional que se convierten en resultados tangibles para mejorar la experiencia académica de los estudiantes, el ejercicio docente y en soluciones para el entorno.

2.4 ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS

En cada núcleo temático se plantean objetivos y resultados de aprendizaje, además de las competencias que se propone el estudiante debe desarrollar durante su proceso académico. En CEIPA los créditos académicos correspondientes a cada núcleo se determinan según la estimación del tiempo que un estudiante debe dedicar para alcanzar los objetivos propuestos.

El crédito académico se entiende como la unidad de medida del trabajo académico del estudiante, en donde el aprendizaje se constituye en la unidad central del proceso formativo y el estudiante asume responsabilidades mucho más evidentes como agente y protagonista de su formación.

Un crédito equivale a 48 horas de trabajo académico del estudiante, que comprende las horas con acompañamiento directo del docente y demás horas que el estudiante deba emplear en actividades independientes de estudio, prácticas, u otras que sean necesarias para alcanzar las metas de aprendizaje, sin incluir las destinadas a la presentación de las pruebas finales de evaluación” (Artículo 11, Decreto 1295 de abril 20 de 2010 del Ministerio de Educación Nacional).

El trabajo académico del estudiante, tanto en el tiempo de acompañamiento docente (TP) como en el de trabajo independiente (TI) se soporta en la guía del núcleo, la cual permite el seguimiento y control de las diferentes actividades académicas.

La definición sobre la intensidad de los diferentes núcleos y la distribución del tiempo entre actividades con acompañamiento docente y trabajo independiente son

el resultado de un proceso de discusión y acuerdos de índole académica entre directivos y profesores, consultando también la opinión de la comunidad y la experiencia a través de expertos y egresados.

- 2 **Horas de acompañamiento docente:** está conformada por el tiempo dedicado a la participación de actividades sincrónicas presenciales y/o virtuales, según la jornada e intensidad establecida.
- 3 **Horas de trabajo independiente:** se entiende como tiempo de trabajo independiente del estudiante, el período adicional al de acompañamiento, dedicado a revisar la guía del núcleo, realizar trabajos y actividades prácticas, revisar y estudiar el material para Ambientes Virtuales de Aprendizaje –AVA– del campus, realizar lecturas obligatorias y sugeridas (relación de texto guía y material organizado en el campus en archivos aula o en otros espacios). En definitiva, actividades relacionadas con la autonomía del aprendizaje.

- Núcleos de 8 créditos: 8 semanas, 128 horas con acompañamiento del docente, 256 horas independientes.

Conviene recordar como se mencionó atrás, que la planeación académica de la Institución, a nivel de pregrado, está organizada en periodos académicos de dos meses u ocho semanas de duración. Normalmente, en cada periodo académico el estudiante cursa un núcleo temático. Uno de los diferenciales de la propuesta curricular de CEIPA transcurre alrededor de núcleos sucesivos y no simultáneos.

Por último, las actividades evaluativas desarrolladas dentro de los núcleos obedecen a un trabajo de planeación liderado por el coordinador de núcleo, el líder y los docentes que lo facilitan. De esta manera se asegura que el proceso de formación y de aprendizaje que reciben todos los estudiantes del programa sea similar.

2.4.1 Componente Evaluativo

- El proceso evaluativo del aprendizaje es un proceso permanente, compuesto por un conjunto de actividades conscientemente diseñadas por el equipo docente del área, para verificar el gradual desarrollo de las competencias por parte del estudiante, en el marco de un núcleo problémico.

- Según el artículo 26º ponderación del proceso evaluativo del reglamento estudiantil.

La ponderación del proceso evaluativo para pregrado será la siguiente:

* *Seguimiento 50%*: Es el conjunto de evaluaciones realizadas a lo largo del núcleo que evidencian el proceso gradual de aprendizaje.

- Debe ser enfocado a la apropiación gradual de la competencia, aportando al desarrollo del trabajo de aplicación.
- Puede incluir entregas parciales del trabajo de aplicación.
- En cada núcleo debe hacerse al menos una prueba evaluativa con cuestionarios tipo pruebas de estado
- Debe incluir evidencias de evaluación individual y del trabajo en equipo. Cada prueba debe tener un peso máximo del 15% de la nota total.

* *Trabajo de aplicación - 30%*: el trabajo de aplicación es el eje alrededor del cual gira el proceso de desarrollo y la evaluación de la competencia. Este debe estar alineado a la solución de un problema organizacional y se desarrolla a lo largo del núcleo.

* *Sustentación del trabajo de aplicación - 20%*: la sustentación del trabajo de aplicación será un momento central de la evaluación. En ella, los docentes verificarán la capacidad argumentativa del equipo y de cada uno de sus integrantes, con respecto a la construcción del trabajo, su fundamentación, las metodologías utilizadas y la aplicabilidad de este.

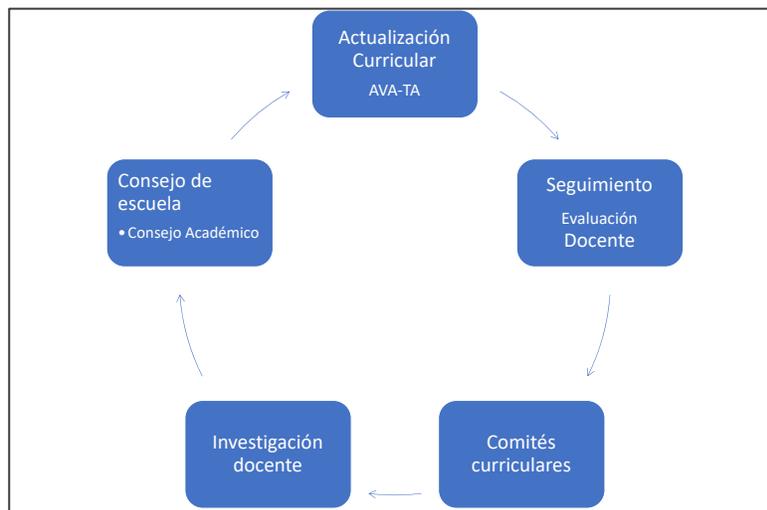
En todos los casos, el trabajo entregado debe tener una actividad de sustentación evaluable con un componente mixto de verificación individual y de grupo. Generalmente son espacios de coevaluación donde jurados externos y sus propios compañeros de clase pueden realizar preguntas y valorar el desempeño y la aprehensión de la competencia. Para ello, se deben realizar guías y/o rubricas al respecto y con las cuales, como las demás actividades, se dará claridad sobre el proceso en si mismo.

2.5 MEJORAMIENTO CONTINUO

El programa cuenta con un proceso de mejoramiento continuo que se tiene su mejor evidencia en la actualización del material AVA y los trabajos de aplicación de cada núcleo. Para ello, actúan en consonancia todos los estamentos descritos en la

planeación curricular, los cuales tienen dos grandes insumos que son: la evaluación docente por parte de los estudiantes y los procesos de investigación realizados por los docentes y que son socializados en los comités curriculares de línea. Luego, dichas modificaciones son socializadas en el consejo de escuela, en donde los líderes aseguran que las modificaciones se encuentran alineadas con los diferentes programas y líneas de aprendizaje.

Ilustración VI Proceso de mejoramiento continuo del programa



Fuente: Elaboración propia

SECCIÓN DOS

3. RELEVANCIA ACADEMICA Y PERTINENCIA SOCIAL DEL PROGRAMA

El programa en Administración de Negocios Internacionales ofrecido por nuestra institución cuenta con bases teóricas y de contexto que soportan su justificación y pertinencia. El compromiso con la alta calidad, nos obliga a estar siempre en sintonía con las necesidades del contexto y las expectativas de los diferentes actores que se ven beneficiados por el currículo propuesto, el desarrollo de las competencias de nuestros estudiantes y el perfil de nuestros egresados.

3.1 JUSTIFICACIÓN Y PERTINENCIA

Hablar de Negocios Internacionales puede resultar redundante. Hoy todos los negocios en mayor o menor proporción se ven avocados a intercambios internacionales de todo tipo. Desde la provisión o la entrega de insumos o el producto terminado en un país diferente al lugar de producción, hasta la influencia que reciben los clientes y consumidores de tendencias internacionales que impactan directamente en la estructuración de las soluciones que ofrecen las empresas.

La mundialización de los negocios es un fenómeno que ha sido facilitado por los avances tecnológicos y científicos presentado en las telecomunicaciones y los medios de transporte. Es a partir de los años ochenta cuando comienza el aumento del comercio internacional que más tarde ve reforzado por dinámicas políticas impulsadas por las potencias económicas. Como se puede ver con la apertura de China al comercio mundial y su rol como gran productor de manufacturas, que desembocaría más tarde en su ingreso a la Organización Mundial del Comercio; Mientras tanto Estados Unidos y Europa se concentrarían en los servicios y el mercado financiero. Este fenómeno impulsó así el intercambio de mercancías a nivel planetario como nunca en la historia.

Este fenómeno fue el comienzo de una revolución protagonizada por el dinamismo y la constante del cambio en todas las esferas de las interacciones humanas. Es así, como la educación superior debe dejar de preparar estudiantes en modelos basados en acumulación de datos y pasar a unos dinámicos que permitan la

construcción de un conocimiento de manera más participativa. La interacción academia y entorno empresarial debe ser la protagonista. Lo anterior, permitirá preparar profesionales que observen de manera más proactiva su entorno y que sean capaces de enfrentar la incertidumbre que acompaña la globalización de todas y cada una de las esferas de la empresa.

Sin duda, hoy los estudiantes cuentan con grandes posibilidades de conexión en red. Lo anterior, no hace referencia solamente al acceso a la web, si no a las posibilidades que la internet les ofrece para contactar, desarrollar y tener experiencias con personas, culturas y organizaciones de cualquier parte del mundo. A su vez, este fenómeno produce una rápida obsolescencia del conocimiento, con grandes implicaciones para las organizaciones. Estas, dependen de un reconocimiento oportuno y asertivo de las oportunidades, acompañado de gran capacidad de análisis y gestión para su acceso y permanencia en el mercado.

En tal sentido, la administración debe desarrollar habilidades específicas desde las cuales comprenda el todo organizacional y contribuya al desarrollo de estrategias coherentes con la realidad competitiva y en ese pilar se sustenta la existencia del programa académico de Administración de Negocios Internacionales el cual, no conforme con suministrar saberes específicos en torno al tema asume el reto de la proactividad centrándose en problemas prácticos que el estudiante puede encontrar en cualquier escenario laboral.

3.1.1 Justificación

Ofrecer el programa de Administración en Negocios Internacionales por parte de CEIPA, se puede justifica desde tres aspectos clave, que son considerados los retos y los desafíos que nuestra sociedad enfrenta en la actualidad: la cuarta revolución industrial, como la dimensión más internacional de la profesión. Segundo, La internacionalización de los mercados y sus dinámicas de comercio exterior nacional. Por último, la importancia de la PYME en los procesos de internacionalización, al ser esta la principal fuente de empleo y con la cual los emprendedores comenzarían su carrera como profesionales emprendedores.

La internacionalización de los mercados y de las empresas ha sido uno de los fenómenos más interesantes de analizar desde diversas disciplinas como la economía, la sociología, la política, las ciencias administrativas, etc. Ya que ha venido generando profundas transformaciones en prácticamente todos los ámbitos de la vida humana y sus interrelaciones. Lo que ha de impactar la formación de

cualquier profesional. pero muy especialmente aquellos que han escogido como profesión los negocios internacionales por tener esa visión administrativa de las organizaciones que ansían comprender la complejidad de ese entorno para alcanzar con éxito sus mercados (Campos, 2019; Bonilla-Calle, 2021).

La globalización económica ha hecho que el concepto de economía internacional se complejice en la medida que la interdependencia de las naciones aumenta y los efectos ocasionados por las medidas tomadas en una se reflejen en la otra con gran rapidez e impacto. Así mismo, aparecen fenómenos a escala planetaria que resultan imposibles ser ignorados y deben ser abordados con la cautela necesaria para disminuir los riesgos que pudieran ocasionar. Esta óptica contribuye a refundar conceptos de los negocios que se ven urgidos por tener una visión amplia que traspasa sus fronteras con mayor facilidad (Barron, 2015) .

Este panorama económico mundializado se ve contrastado por una mirada local que lucha por no desaparecer ante las presiones exteriores, produciendo maniobras de adaptación e hibridación entre lo local y lo foráneo, casi siempre exitosas. Esto produce que las grandes corrientes estratégicas de la administración tomen una visión internacional: El mercadeo, la gestión humana, la logística, entre otras. Dicho fenómeno se concentra principalmente en las ciudades, las cuales se han convertido en el centro de las operaciones económicas y financieras. Este fenómeno ayuda a la consolidación de clúster que hacen más fácil la gestión de cadenas y redes globales-regionales de valor (Kano, Tsang, & Yeung, 2020).

Algunos de los fenómenos que aportan a la internacionalización de los negocios son:

- La profundización en las relaciones comerciales bilaterales y multilaterales, traducidas en acuerdos comerciales, adhesión a organizaciones internacionales como la Organización mundial del comercio.
- El crecimiento económico del Asia basado en la producción de manufacturas y su dinámica exportadora.
- Los avances en los acuerdos de facilitación del comercio internacional.
- Incremento de trabajo en redes y de asociatividad internacional.
- Desarrollo las TIC y su impacto en las relaciones productor-consumidor, que influye directamente en el comportamiento de las cadenas de valor.
- Aumentos en los flujos de inversión extrajera directa e indirecta en todas las direcciones.

- Aumentos en los flujos migratorios de profesionales, inversionistas y mano de obra no calificada.

Estos fenómenos han impactado a los jóvenes profesionales y empresarios, quienes finalmente internacionalizan los negocios, desarrollando una mentalidad más global que les ha permitido tomar más riesgos con sus emprendimientos laborales y empresariales. El mundo ha reducido su tamaño, la Aldea Global que Macallan planteaba en los años 70s, se ve cada vez más materializada y con ella, las exigencias de consumidores que demandan productos que los ubiquen en un contexto global (Botello, 2014; Betancur, 2021; Gonzalez-Perez, y otros, 2020) .

3.1.1.1 La Cuarta Revolución Industrial

Aún no son claras todas sus consecuencias, pero lo cierto es que estamos narrando, como si fuera un partido de futbol como todos los aspectos de los negocios y de la vida diaria están cambiando y dando cabida a practicas totalmente nuevas. Transformando nuestros entornos en espacios híbridos donde la interdependencia de las maquinas y los humanos se está profundizando. Un fenómeno que nos asiste como sociedad y que transformará la manera de negociar, de comprar, de invertir, de conocer a nuestros clientes y en general de relacionarnos (Delgado-Vásquez, 2021) .

Este desafío desconocido nos obliga a prepararnos para algo incierto. A preparar profesionales para la incertidumbre, en competencias que ayuden a resolver problemas de preguntas que aún no han sido planteadas. Las ciencias administrativas, los escenarios de planeación a largo plazo, los márgenes de ganancias, los potenciales competidores, los canales de comercialización, la distribución y ventas están aún por definir y lo que hemos estructurado hasta hoy esta siendo o a punto de ser reevaluado.

Según Schwab (2016), la Cuarta Revolución Industrial está caracterizada por la primacía tecnológica que desvanece las líneas entre el mundo físico, digital y biológico, alterará las formas de interacción entre las sociedades actuales debido a su alcance, velocidad e impacto. La respuesta a ella implica la participación de diferentes grupos de interés desde actores públicos y privados, hasta la academia y la sociedad civil (Schwab K. &, 2007; Schwab K. , 2016).

De manera que, las oportunidades que se presentan con la Cuarta Revolución están vinculadas con el incremento en el nivel de ingresos y la calidad de vida de las personas a nivel mundial. Adicionalmente, a largo plazo, esta innovación

tecnológica resultará en mejoras de eficiencia y productividad a nivel organizacional. Sin embargo; la Cuarta Revolución también puede representar grandes retos para la humanidad, como el incremento de la desigualdad y la disrupción en el mercado laboral a nivel global. En este sentido, no es posible conocer con exactitud el verdadero resultado de este fenómeno; no obstante, se hace necesario reconocer ambos escenarios para desarrollar competencias que lleven a las personas y a las organizaciones a lograr su supervivencia y ser beneficiarios de la innovación.

En efecto, la interconexión creada por las tecnologías digitales y las dinámicas de la información como consecuencia de la globalización, han permitido a la población mundial conectarse, aprender y compartir información sin límites de espacio ni tiempo. Esta realidad afecta a las organizaciones en la medida en que la innovación tecnológica crea nuevas formas de suplir necesidades y ocasiona cambios en las cadenas de valor a través del uso de las plataformas digitales globales. Como consecuencia, se evidencian modificaciones en la demanda, mayores presiones competitivas, y nuevos comportamientos del consumidor, que obligan a las organizaciones a ser flexibles, y adaptarse a la nueva realidad internacional con una mayor velocidad y calidad en sus operaciones; lo que conlleva a concluir que La Cuarta Revolución Industrial también necesita una revolución social” (Cottam, 2018).

En general, el paso de la Tercera Revolución Industrial, de la simple digitalización, a la Cuarta, basada en las combinaciones de tecnologías (inteligencia artificial, internet de las cosas, robótica, vehículos autónomos, impresiones 3D, biotecnología, nanotecnología) lleva a las empresas a repensar su forma de hacer negocios, para lo cual, sus líderes deben comprender este entorno cambiante e innovar de manera continua en el escenario global (Khanna & Khanna, 2021) .

De igual manera, este fenómeno también plantea retos a los negocios internacionales en todas sus esferas, cuestionamientos que aún gozan de poca teorización pero que marcan pautas para realizar seguimientos con mucha más atención. Entre ellos se plantean:

El futuro de la inversión extranjera directa. Como ha ocurrido en las últimas décadas, los flujos de IED que llegaba a los países del sur se traducían en nuevas plantas de producción o fortalecimiento de las existentes con el objetivo de reducir los costos del producto final y facilitar su comercialización. Pues bien, con la robotización de procesos productivos completos, dichos costos se verán impactados a la baja y ya no serían necesarios procesos de offshoring. Trayendo

beneficios económicos para los productores y consumidores. Por su parte, los países menos desarrollados se verán avocados a una demanda de materias primas y una presión para desarrollar proyectos de fortalecimiento de la industria nacional que le permita participar de los mercados globales (Feinberg, 2021).

Incremento de la demanda en servicios: al incrementar la digitalización de la industria y el comercio, la demanda por servicios de todo tipo profundizará una división del trabajo que impactará negativamente las regiones poco preparadas para asumir el reto. Sus impactos se evidenciarán en la reconfiguración de las cadenas de valor y el incremento por servicios con alto valor agregado y especializados, en lugar de productos de retail (García, López, & Ons, 2021). Prueba de ello son las estrategias que tienen los gobiernos locales y regionales para impulsar la recepción de flujos de inversión que se concentren en empresas de la cuarta revolución industrial. Como lo contemplan políticas públicas, de orden nacional, departamental y de diversas alcaldías del valle del Area Metropolitana del Valle del Aburra (Prieto, 2019).

3.1.1.2 La internacionalización de los mercados

Como pudimos observar en los párrafos anteriores, las dinámicas actuales de los negocios exigen una preparación del Negociador Internacional con visión en la misma escala. No obstante, hoy lo local juega un rol que parece profundizarse. Tanto Nuestra ciudad, como el departamento y el país se han visto avocados a una internacionalización de sus empresas que ha traído tantos beneficios como perdidas a los diversos actores del mercado. Es esta dinámica que va a ser leída e interpretada por los profesionales CEIPA y enfrentar para sacar los mejores resultados acordes a su formación profesional y ética.

Tratados de Libre Comercio (TLC): Los acuerdos comerciales fueron uno de los principales factores de expansión comercial después de la segunda guerra mundial, comenzando por la hoy Unión Europea y que dio paso a la profundización de las relaciones comerciales entre países con el animo de mejorar el clima político y social de las partes. No en vano, se negociaron y firmaron acuerdos regionales que se convirtieron en foros de discusión de diversos temas y preocupaciones. Mientras tanto, se pretendía profundizar el rol de la OMC y sus objetivos multilaterales más allá de la reducción de aranceles, fue en esa ambición que la última ronda de Doha, se ha visto paralizada, ya que las ambiciones están relacionadas con derechos humanos, seguridad alimentaria y otros aspectos de índole geoeconómico y geopolítico.

Para contrarrestar dicho freno, grandes acuerdos comerciales se han comenzado a negociar, con resultados dudosos. Como el caso del Acuerdo Transpacífico (TPP) que incluía grandes economías de la cuenca del Pacífico. Detenido, por el aumento en las tensiones entre los Estados Unidos y China. Por su parte, el Acuerdo Transatlántico (TPA), incluía los Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea, sin embargo, la salida de Reino Unido o Brexit, dio una estocada sin precedentes al acuerdo que ya comenzaba a ser ratificado por las partes.

No cabe dudas que los TLC representan un apalancamiento a la de las economías, sin embargo, con la madurez del comercio internacional de la actualidad dichos acuerdos se dan por sentado y la internacionalización se mueve en lo local con un enfoque global.

A continuación, se presentan los diferentes acuerdos suscritos que a la fecha tiene Colombia. Conocer sus beneficios y aprovecharlos, constituyen un reto y una oportunidad inmensa para las empresas colombianas y para los Administradores de Negocios Internacionales del CEIPA:

Tabla 7 . Acuerdos comerciales vigentes de Colombia 2021

Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción	Vigencia
Miembro de la OMC	30 abril 1995 (Parte contratante del GATT 1947 desde 03 octubre 1981)	
Uniones aduaneras		
Comunidad Andina	26 mayo 1969	
Acuerdos de libre comercio		
Alianza del Pacífico	10 febrero 2014	01 mayo 2016
Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) Asociación Europea de Libre Comercio	25 noviembre 2008	01 julio 2011
Canadá	21 noviembre 2008	15 agosto 2011
Chile	27 noviembre 2006	08 mayo 2009
Corea	21 febrero 2013	15 julio 2016
Costa Rica	22 mayo 2013	01 agosto 2016
Estados Unidos	22 noviembre 2006	15 mayo 2012
Israel	30 septiembre 2013	11 agosto 2020
MERCOSUR AAP.CE N° 72	21 julio 2017	
México	13 junio 1994	

Acuerdo/Parte(s) signataria(s)	Fecha de suscripción	Vigencia
Triángulo del Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras)	09 agosto 2007	
Unión Europea	26 junio 2012	
Acuerdos comerciales preferenciales		
CARICOM (AAP.A25TM N°31)	24 julio 1994	
Colombia - Ecuador - Venezuela - MERCOSUR (AAP.CE N° 59)	18 octubre 2004	
Costa Rica (AAP.A25TM N°7)	02 marzo 1984	
Nicaragua (AAP.AT25TM N° 6)	02 marzo 1984	
Panamá (AAP.AT25TM N° 29)	09 julio 1993	18 enero 1995
Venezuela (AAP.C N° 28)	28 noviembre 2011	19 octubre 2012
ACUERDOS COMERCIALES SUSCRITOS aún no vigentes		
Acuerdos de libre comercio		
Panamá	20 septiembre 2013	
Reino Unido	15 mayo 2019	

Fuente: Sistema de información de comercio exterior SICE – OEA.

Comercio exterior colombiano y balanza comercial: de acuerdo con las estadísticas del DANE, la balanza comercial en Colombia durante los últimos años ha registrado comportamientos ambivalentes, sin una tendencia clara. Con varios años de superávit, pero a partir del 2014 el déficit la constante. Demostrando la necesidad de impulsar las exportaciones nacionales con productos de valor agregado. Es así como queda claro con la misión de internacionalización impulsada por el gobierno nacional y que tiene, entre otros, el objetivo de impulsar la competitividad nacional con miras a globalizar más la economía del país (Misión de Internacionalización, 2021).

Para situarnos en la realidad actual, tenemos que mirar como ha sido afectada la economía mundial, con unos años de desaceleración económica en un gran número de países, y un incremento en la demanda de productos asiáticos, los cuales fueron factor clave para jalonar las compras internacionales de bienes y servicios; cabe resaltar que han aumentado las exportaciones de petróleo y sus derivados, y de carbón y ferróníquel; sin embargo existe una tendencia en la reducción de exportaciones de café, especialmente debido a la especialización del consumo interno y los cambios en las dinámicas del sector. Adicionalmente, y, a

pesar del déficit de la balanza comercial anual de Colombia, el comportamiento de esta es diferente cuando se analiza por grupo de países, donde con algunos latinoamericanos contamos con superávit, tal como se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 8 Balanza comercial por grupos económicos y principales países 2021p

DANE		El futuro es de todos		Sistema de Colombia							
INFORMACIÓN PARA TODOS											
Balanza Comercial											
Colombia, balanza comercial según grupos económicos y principales países 1995 - 2021 ^p											
Millones de dólares FOB											
Origen	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 ^a
Total balanza comercial/1	5 358,4	4 023,0	2 206,0	-6 231,1	-15 580,5	-11 081,1	-5 950,4	-7 039,9	-10 781,6	-10 129,6	-8 165,8
Grupos comerciales											
Alia di	-2 157,6	-1 276,8	368,7	167,7	-122,9	-1 168,1	1 144,3	1 269,6	-451,9	-696,5	-469,1
Comunidad Andina	1 184,8	1 393,1	1 185,7	631,8	696,4	460,2	1 097,6	1 340,5	1 324,5	706,7	485,6
MERCOSUR	-1 629,7	-1 399,7	-277,7	0,7	-390,3	-967,9	-991,4	-1 314,8	-2 108,7	-1 365,0	-884,9
Unión Europea	1 414,0	1 513,9	1 053,3	476,2	-2 076,0	-1 147,1	-1 098,7	-2 310,1	-3 115,5	-1 959,4	-1 783,3
Principales países											
Estados Unidos	8 991,0	8 244,0	2 780,3	-3 185,6	-4 773,6	-1 007,0	-802,5	-1 669,1	-1 079,7	-992,7	-856,9
Venezuela	1 190,9	2 053,4	1 846,1	1 567,1	789,3	443,9	116,4	229,8	154,6	170,0	120,0
Perú	334,6	688,9	436,2	15,3	239,8	392,2	496,6	438,8	425,7	200,0	183,3
Chile	1 358,5	1 283,6	726,1	116,0	1,5	-15,0	373,9	497,3	347,9	204,3	225,6
Ecuador	867,6	846,8	1 119,3	995,1	710,9	419,9	772,6	1 066,1	1 154,9	706,7	498,5
Japón	-831,7	-1 224,7	-1 011,5	-1 018,8	-633,9	-628,6	-611,8	-750,4	-704,2	-431,7	-398,9
Alemania	-1 646,7	-1 783,7	-1 339,4	-1 815,7	-1 701,8	-1 172,4	-1 335,9	-1 656,6	-1 626,7	-1 086,8	-655,3
México	-5 144,2	-5 398,9	-4 436,0	-4 176,8	-2 806,0	-2 361,3	-1 788,5	-2 188,2	-2 344,8	-1 671,6	-1 262,3
Canadá	-273,4	-599,5	-542,4	-416,9	-393,4	-316,7	-208,7	86,9	-374,8	-273,5	-180,0
Brasil	-1 322,4	-1 428,6	-866,7	-742,2	-807,6	-1 034,5	-835,1	-1 149,1	-1 566,1	-1 053,8	-592,6
China	-5 676,5	-5 859,8	-4 737,6	-5 397,5	-7 259,0	-6 870,5	-6 106,4	-5 907,3	-5 913,6	-7 053,9	-4 490,2
Resto de países	7 510,7	7 201,5	8 231,8	7 828,8	1 053,4	1 068,9	3 978,8	3 962,1	745,2	1 153,4	-756,9

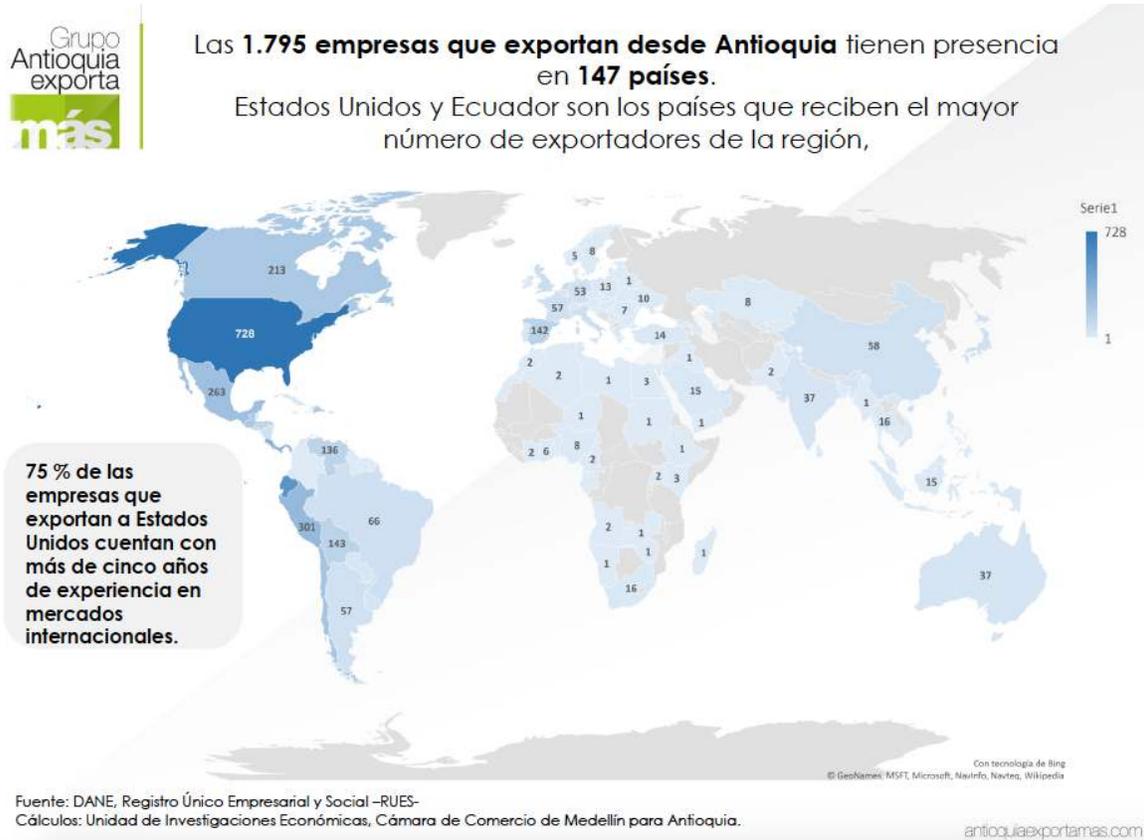
1/ La suma de los parciales no es equivalente al total de la balanza comercial
Fuente: DIAN- DANE (MPO)
Nota: La balanza para la Unión Europea corresponde a los 27 países integrantes actualmente. Se incorporan desde la información de 1995 con el fin de garantizar la comparabilidad de las series estadísticas.
* Corresponde hasta el mes de julio
Actualizado el 17 de septiembre de 2021

Fuente: DANE – tomado el 29 de septiembre de 2021 de www.dane.gov.co

De manera más detallada, si se analiza el comportamiento de las exportaciones colombianas, se evidencia, que el Departamento de Antioquia tiene una participación de 12,4% en el total de exportaciones del país para el año 2020, lo cual la convierte en la región más exportadora del país según datos del Banco de la República y de la Cámara de Comercio de Medellín. Con respecto al destino de las exportaciones de la región, se puede ver como el principal a Estados Unidos, seguido por Ecuador, Perú, México y Canadá.

La misma ilustración informa además del número de empresas antioqueñas que exportan: 2.589 en total y basadas en Antioquia 1.795. Estas, representan el 1% de la base empresarial del departamento y son a su vez sus embajadoras, posibilitando contactos comerciales con más 147 países.

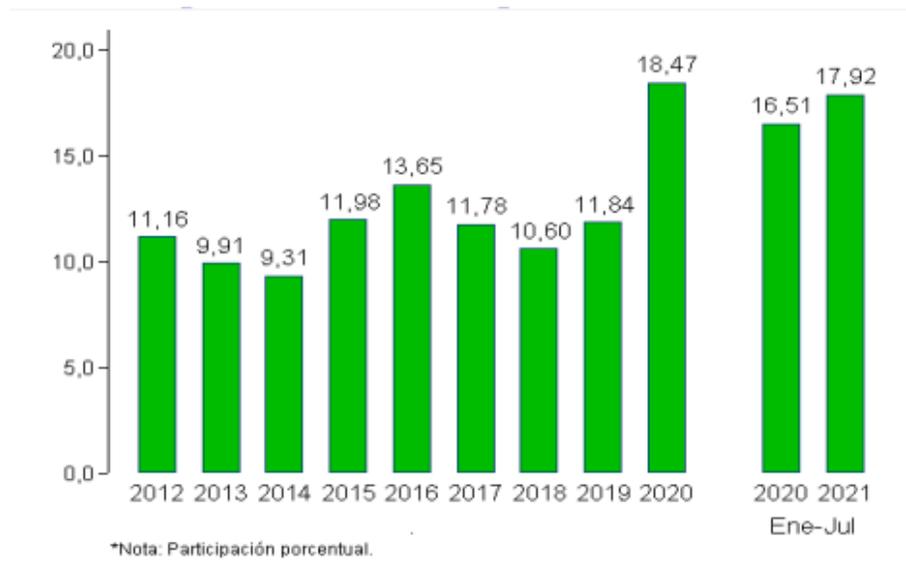
Ilustración VII Ilustración 1 Distribución geográfica exportaciones Antioquia



Como es la dinámica normal de los mercados, las PyMES tienen en porcentaje la mayor participación en volumen, aunque no necesariamente en ventas. En la Ilustración 2, se puede observar el perfil de las empresas exportadoras de Antioquia: su naturaleza, tamaño y año de creación. En ella se evidencia una tendencia a la permanencia de las empresas en los mercados internacionales, lo que puede ser considerado a su vez una evidencia del potencial de la región.

Adicionalmente, y de manera contraria a lo que ocurre a nivel nacional, desde el año 2018, se nota un incremento de las exportaciones de la región de manera constante, tal como se observa en la Ilustración 2. Esa movida ha sido facilitada por el compromiso de las políticas públicas en la promoción de las exportaciones y que ha hecho crecer el número de empresas y de productos con participación en mercados foráneos.

Ilustración VIII Participación de Antioquia en las exportaciones totales del país 2012-2021p



Fuente: DANE 2021

El departamento se presenta entonces como excelente laboratorio, donde diversas entidades e instituciones de todo orden, pueden poner a prueba diversas herramientas técnicas, procedimentales, académicas, entre otras, que le aporten a la competitividad y potencial exportador. Es por eso que CEIPA hace parte del grupo de apoyo Antioquia Exporta Más que nace de dicha necesidad y junto con más de diez instituciones presta apoyo a las empresas que presentan dichas necesidades. Otras instituciones con las cuales aunamos esfuerzos son: Procolombia, cámaras de comercio de Medellín, Aburra Sur, Oriente, Uraba, Ministerio de Comercio, Gobernación de Antioquia, Esumer, EAFIT entre otras.

El programa hace esfuerzos por estar conectado con todos los actores del ecosistema de internacionalización del departamento, Por este motivo, constantemente presenta e implementa proyectos académicos y científicos con el animo de convertirse en punto de referencia en la materia.

3.1.1.3 El rol de la pyme como dinamizador de los procesos de internacionalización

Para la economía mundial, las MiPymes son actores fundamentales para dinamizar el crecimiento económico y la generación de empleo. Sin embargo, hay matices a la hora de explicar lo que es una pequeña empresa y su rol en la dinámica económica de diferentes países.

En general, los países determinan la diferencia entre microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas a partir de la medición del número de empleados, el valor de sus activos o el valor de las ventas. Sin embargo, en Colombia este último indicador aún no se implementa, a pesar de que la ley 1450 de 2011 así lo establece. Esta ausencia es crítica ya que nos aleja de un indicador clave para diferenciar el músculo de unas empresas con respecto a otras. Para los expertos, las ventas dan una idea de la capacidad dinámica de las empresas, mientras que el número de empleados y el valor de los activos se circunscriben a la dimensión del desempeño potencial.

La legislación colombiana reconoce como microempresas a aquellas que tienen hasta 10 empleados, las pequeñas hasta 50 empleados y las medianas no superan los 200 trabajadores. A partir de 201 empleados, se trata de grandes empresas. Ahora, lo más relevante es reconocer que, se considera que el 35% del PIB de Colombia lo producen las Pymes, generan el 80% del empleo total en el país y el 90% del generado por el sector industrial (Brother International Corporation, 2018).

De otro lado, el BID señala que las MiPymes latinoamericanas tienen una menor participación relativa en el comercio global si se le compara con otras regiones del planeta. Así, por ejemplo, sólo 13% de las pymes de América Latina exportan, mientras que en Corea son el 19%, en Tailandia el 47% y en Malasia el 55% (Gorden & Suominen, 2014).

Esta situación muestra grandes y particulares retos para los gerentes y estrategas preparados para liderar empresas en Colombia. De un lado es claro el hecho que los mercados de referencia señalan un gran potencial asociado al fortalecimiento de la gran empresa como generadora de empleo y, del otro, también es evidente que la Mipyme juega un papel más que trascendental y que requiere de gerentes capaces de comprender el aporte estratégico requerido para fortalecer la participación en los mercados locales y globales.

Incluso, reconocer la existencia de una nueva y más profunda división internacional del trabajo, en la cual las factorías no elaboran productos sino tareas en una cadena interempresarial de producción de bienes y servicios, hace necesario repensar el

objeto de trabajo de los gerentes, quienes deberán gestionar organizaciones encadenadas; en el caso colombiano se abre camino la posibilidad de desarrollar clústeres regionales que conecten a la gran empresa con las MiPymes que puedan ensamblar y producir con eficiencia y calidad componentes necesarios en la cadena de valor.

Por otra parte, la internacionalización de empresas de economías emergentes, y en especial empresas de América Latina, es un fenómeno que comienza a ser cada vez más documentado en la literatura científica y empresarial. Lo que aporta que, a cada vez más, los tomadores de decisiones basen sus escogencias con modelos propios adaptados a los contextos locales, como lo demuestran diversos trabajos de algunos de los profesores del programa como Ana Gómez, Juan Vélez Ocampo, Jose Jaime Baena, Daniel Bonilla, entre otros. (Gonzalez-Perez, y otros, *Strategic Capabilities of Colombian Firms*, 2020; Baena-Rojas & Fernández-Pons, 2016; Bonilla-Calle, 2021; Gonzalez-Perez & Velez-Ocampo, 2014; Gomez-Trujillo & Gonzalez-Perez, 2020)

En este sentido, es pertinente una formación en la administración de negocios internacionales que rete las teorías clásicas de internacionalización originadas en países desarrollados y que podrían resultar inadecuados para explicar las características específicas y la dinámica de la internacionalización de las empresas de los mercados emergentes (Axinn & Matthyssens, 2002). La nueva complejidad de la economía global requiere nuevas percepciones teóricas o una extensión de estas que explique las dinámicas propias de las empresas de estas regiones, como es el caso de las colombianas (Cuervo-Cazurra & Ramamurti, 2014; Luo & Tung, 2007; Mathews, 2006; Ramamurti, 2009).

Dado que las multinacionales de los mercados emergentes (EMNE) se diferencian de las multinacionales de los países desarrollados (EMN) en sus procesos y decisiones de internacionalización (Gammeltoft, Pradhan y Goldstein, 2010), es necesario que los estudiantes reconozcan e identifiquen estas características en su proceso de formación profesional, dado que esto influirá en su desenvolvimiento profesional.

3.1.2 Pertinencia

Las carreras afines a los negocios y al comercio internacional, aparecen como una de las 20 más demandadas y con mejor proyección a futuro, según el Observatorio Laboral estudiantil del MEN (Semana, 2021). Dicha proyección se da por las grandes posibilidades de expansión global de la economía colombiana y la

necesidad de las empresas de contar con profesionales calificados para afrontar los retos de la internacionalización de las empresas. Durante el año 2020 estaban inscritos en programas de negocios aproximadamente 17,500 estudiantes en toda Colombia. De esos, 2,200 en el departamento de Antioquia y de los cuales en CEIPA se tuvieron alrededor de 400. Cifra que no sufrió grandes cambios durante el 2021 principalmente por causas relacionadas con la pandemia del COVID-19, pero la cual, a pesar de las adversidades, tampoco denotó una reducción significativa. Esta cifra aumentó en un 10% durante el inicio del 2022, según estimaciones oficiales (SNIES, 2022).

Según estudios recientes realizados por la Universidad Javeriana, sólo el 39% de los bachilleres ingresan a la educación superior y menos de la mitad a instituciones acreditadas en alta calidad (El Espectador, 2021). Tendencia que se puede corroborar con información consignada en el SNIES, donde se evidencia que, de los 125 programas relacionados con los Negocios Internacionales con registro calificado activo en Colombia, en modalidad presencial y/o virtual 19 tienen la acreditación en Alta calidad. En Antioquia, de los 22 registrados sólo 6 alcanzamos dichos estándares. Siendo CEIPA la única institución con dos de esos reconocimientos en sus modalidades virtual y presencial (SNIES, 2022).

En el país tan sólo el 10% de las instituciones de carácter oficial ofertan programas relacionados con el área de negocios internacionales. El 90% restante obedece a instituciones privada, las cuales están concentradas en Bogotá con 38 instituciones, seguido por Antioquia con 22, Atlántico con 12 y el Valle con 7. Evidenciando falta de oferta en el resto del territorio nacional, la cual, nuestro programa acreditado en alta Calidad en su modalidad virtual ayuda a cubrir con excelentes características de pertinencia y adaptabilidad.

Si son considerados los 20 programas ofrecidos, por el mismo número de instituciones, encontramos que sus sedes se encuentran concentradas en la ciudad de Bogotá. Sólo dos de ellas en Medellín y su área metropolitana como nuestro caso; y cuatro en distintas regiones del territorio nacional. Es de resaltar, que tan sólo dos ofertas cuentan con acreditación en alta calidad, una de ellas es la nuestra. Evidenciando no solamente los impactos de sus innovaciones pedagógicas, si no, el compromiso con la calidad educativa.

Las cifras presentadas, muestran que paulatinamente nuestra institución se posiciona como una de las líderes en la región. Producto de una gran labor de contacto con los diferentes públicos y la comprensión de sus necesidades. Lo que

se ve reflejado en el incremento en el número de estudiantes, equivalente a ser el programa con número uno en Antioquia.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aaker, D. (1996). *El éxito de tu producto esta en la marca*. Mexico: Prentice Hall.
- Aburdene, P. (2006). *Megatendencias 2010*. Bogotá: Norma.
- Agudo, L. F. (2000). *La historia de la teoria de las decisiones financieras*. Madrid, España.
- Alba, J., & Lynch, J. (1997). Interactive Home Shopping: Consumer, Retailer, and Manufacturer Incentives to Participate in Electronic Marketplaces. *Journal of Marketing*, 38-53.
- Alonso A, M. (2012, 06 11). *Puromarketing*. Consulté le 09 26, 2012, sur Continúa aumentando el uso de los códigos QR: <http://www.puromarketing.com/21/13358/aumentando-codigos.html>
- Alvarez de Zayas, R. (1997). *Hacia un currículum integral y contextualizado*. La Habana: Editorial Academia.
- Anderson, L., & Krathwohl, D. (2001). *A taxonomy for learning, teaching, and assessing: A revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives*. New York: Pearson.
- Axinn, C. N., and Matthyssens, P. (2002). Limits of internationalization theories in an unlimited world. *International Marketing Review*, 19 (5), 436-449
- Ayala, Y., & Vargas, L. (2019). Implicaciones de la revolución 4.0 en las operaciones logísticas propias de los negocios internacionales. Universidad Cooperativa de Colombia, Recuperado de: https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/16010/1/2019_implicaciones_revoluci%C3%B3n_operaciones.pdf
- Baena-Rojas, J., & Fernández-Pons, X. (2016). Aproximaciones a la inserción de Colombia en el sistema multilateral de comercio en 1995-2015. *Revista Análisis Político (ANPOL)*, 29(87), 114-131.
- Barron, J. (2015). Introducción. Dans A. Diaz, *En complejo entorno de las organizaciones* (pp. 9-27). Mexico.

- Becerra, G., Langrafe, T., & Lisuka, E. (2020). *Casos de innovación en educación superior*. Lima: EQUAA.
- Best, R. J. (2007). *Marketing estratégico* (éd. 4). Londres: Pearson Education.
- Betancur, E. (2021). Prologo. Dans D. Bonilla-Calle, *Entorno Global de las Organizaciones. Estrategias para la internacionalización empresarial* (pp. 11-18). Sabaneta: Fundacion Universitaria CEIPA.
- Blacwell, R., Miniard, P., & Engel, J. (2002). *Comportamiento del consumidor* (éd. Novena Edición). Mexico: Thomson.
- Bloom, B. E. (1956). *Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals*. New York: Longmans, Green.
- Bolsa de Valores de Colombia. (2011 йил 23-11). *Bolsa de Valores*. Retrieved 2012 йил 20-01, from www.bvc.com.co: www.bvc.com.co
- Bonilla-Calle, D. (2021). Entorno global de las organizaciones: estrategias para la internacionalización empresarial. Dans D. E. Bonilla-Calle, *Entorno global de las organizaciones: estrategias para la internacionalización empresarial*. Sabaneta: Fundación Universitaria CEIPA.
- Botello, H. A. (2014). Condiciones y determinantes de la internacionalización de las empresas industriales latinoamericanas. *Apuntes*, 41(75), 47-78.
- Brealey, R., Myers, S., & Marcus, A. (2007). *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. Madrid: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA.
- Brother International Corporation. (2018, febrero 23). *Visión Pyme 2018*. Récupéré sur <https://canalnewsecuador.com/wp-content/uploads/2018/07/Tabla-de-Resultados-2018-esp.pdf>: <https://canalnewsecuador.com/wp-content/uploads/2018/07/Tabla-de-Resultados-2018-esp.pdf>
- Calderón, G., Arrubla, J., Castaño, G., Gutiérrez, L., Posada, R., Ruiz, A., . . . Vivares, J. (2010). *La investigación en administración en Colombia. Condiciones para la generación de conocimiento, investigadores, institucionalización y producción científica*. Medellín: ASCOLFA.

- Cali, U. S. (2010). *Estudio de contextos internacionales en la Oferta Académica de los Programas de Contaduría Pública*. Santiago de Cali: Universidad Santiago de Cali.
- Campos, R. R. (2019, Dec 03). Formación de profesionales en administración de negocios internacionales de cara a la Cuarta Revolución Industrial. *Revista Nacional de Administración*, 10(2), 103-118.
- Castañeda, J. G. (1998). La Union Monetaria Europea. *Universidad Complutense de Madrid, Política y Sociedad*, 41 a 53.
- Castelló Taliani, E. (1991). *Los nuevos desafíos de la contabilidad de gestión*. Consulté le Abril 12, 2012, sur Boletín AECA N° 25 1er Cuatrimestre: <http://www.observatorio-iberoamericano.org/paises/Spain/Art%C3%ADculos%20diversos%20sobre%20Contabilidad%20de%20Gesti%C3%B3n/INDICE.htm>
- Ceipa. (2008). *Sistema de Investigaciones*. Sabaneta.
- CEIPA. (2013). *Estudio de factibilidad para el CEIPA de un programa de contaduría pública en la modalidad presencial*. Sabaneta.
- Clavijo Vergara, S. (2000). Las Multilaterales y la Crisis Asiática. La visión de un país usuario (Colombia). *Informes Banco de la República*, 46.
- Confecámaras. (2011). *48° Asamblea nacional. Impacto de la formalización empresarial en Colomabi*. Consulté le Noviembre 25, 2012, sur http://www.confecamaras.org.co/Documentos/Asambleas/Memorias_asamblea_48/1J_Impacto_de_la_Estrategia_de_Formalizacin_en_Colombia.pdf
- Constantinides, G., Harris, M., & Stulz, R. (2003). *The Handbook of the Economics of Finance (vols. 1A y 1B): vol. 1A: Corporate Finance y vol. 1B: Financial Market and Asset Pricing*. North-Holland: Elsevier.
- Copeland, T., Weston, J., & Shastri, K. (2004). *Financial Theory and Corporate Policy*. New York: Addison Wesley.
- Cortina, A., & Conill, J. (2000). *10 Palabras Clave en Ética de las Profesiones*. Navarra: Código Deontológico de los abogados de la Unión Europea.

- Cruz, C. A. (2003). *Sistema Nacional de Innovación: Una aproximación teórica para la agricultura, el caso del cultivo de aguacate en Michoacán, México* (Vol. 7). México: UTM.
- Cubides, H. (1999). Evolución de la capacitación y formación de los contadores públicos. En H. Cubides, E. Gracia, M. Machado, F. Visbal, & A. Maldonado, *Historia de la contaduría pública en Colombia siglo XX* (pág. 496). Bogotá: Universidad Central.
- Cuervo-Cazurra, A., and Ramamurti, R. (2014). *Understanding Multinationals from Emerging Markets. Understanding Multinationals from Emerging Markets*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107587632>
- Davos, F. (2011 йил 24-12). *World Economic Forum*. Retrieved 2012 йил 14-01, from World Economic Forum: <http://www.weforum.org/>
- Delgado-Vásquez, A. (2021). La prospectiva en la cuarta revolución industrial: retos para Medellín, Colombia. En D. Bonilla-Calle, *Entorno Global de las Organizaciones: Estrategias para la internacionalización empresarial* (págs. 337-360). Sabante: Fundiación Universitaria CEIPA.
- Departamento Nacional de Planeación. (09 de 09 de 2021). *Anuario Mundial de Competitividad (AMC) 2021*. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación.
- Economist Intelligence Unit. (2009). *Tesis CIVETS*.
- El empleo.com, siempre hay un empleo mejor. (s.d.). <http://www.empleo.com/>. Consulté le Diciembre 2, 2012
- El Espectador. (2021, 08 19). *Solo el 39% de bachilleres en Colombia continúa con estudios superiores*. Récupéré sur El Espectador : <https://www.elespectador.com/educacion/solo-el-39-de-bachilleres-en-colombia-continuan-con-estudios-superiores/>
- Espinosa-Martín, M. (2018). Resultados de Aprendizaje por Niveles en la Educación Superior. *2nd Virtual International Conference on Education, Innovation and ICT* (págs. 448-454). Eindhoven: Adaya Press.
- Fabozzi, F., & Modigliani, F. (2008). *Capital markets: institutions and instruments*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Fama, E. (1976). *Foundation of Finance*. New York: Basic Book, Inc. Publishers.
- Feinberg, R. (2021). *Widening the Aperture: Near Shoring in our near abroad*. Woodrow Wilson International Center for Scholars. Washington: Woodrow Wilson International Center for Scholars.
- Flynn, M. C. (2004). Responsabilidad Social Corporativa en America Latina: Una visión empresarial. (N. U. CEPAL, Ed.) *Medio Ambiente y Desarrollo*, 85.
- Friend, I. (1973, Mayo). Mythodology in Finance. *The Journal of Finance* , 257-272
- Gammeltoft, P., Pradhan, J. P., and Goldstein, A. (2010). Emerging multinationals: home and host country determinants and outcomes. *International Journal of Emerging Markets*, 5(3/4), 254–265.
<https://doi.org/10.1108/17468801011058370>
- Garcia S, M. (2008). *Manual de marketing*. Mexico: ESIC Editorial.
- García, P. M., López, A., & Ons, Á. (2021). *Las políticas hacia la inversión extranjera directa*. Wasinghton: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Gilmore, J., & Pine II, B. (2005). *Marketing 1 x 1*. Bogotá: Norma.
- Gitman, L., & McDaniel, C. (2006). *El futuro de los negocios*. Mexico: Cengage.
- Godin, S. (2009). *Meatball Sundae: is your marketing out of sync?* New York: Penguin Group.
- Goldman Sachs. (2004). *Tesis BRIC. Dreaming with the BRICs*.
- Gomez-Trujillo, A. M., & Gonzalez-Perez, M. A. (2020). What do we know about organizational sustainability and international business? *Management of Environmental Quality*, 31(2), 292-305.
- Gonzalez-Perez, M. A., & Velez-Ocampo, J. F. (2014). Targeting one's own region: internationalisation trends of Colombian multinational companies. *European Business Review*, 26(6), 531-551.
- Gonzalez-Perez, M., Gomez-Trujillo, A., Manotas, E., Pérez Restrepo, C., Velez-Ocampo, J., Uribe Jaramillo, M., & Duque-Ruiz, V. (2020). Strategic Capabilities of Colombian Firms. Dans *Building Strategic Capabilities in*

- Emerging Economies* (pp. 286-398). Cambridge: Cambridge University Press.
- Gonzalez-Perez, M., Gomez-Trujillo, A., Manotas, E., Pérez-Restrepo, C., Uribe-Jaramillo, V., Velez-Ocampo, J., & Duque-Ruiz, V. (2020). Strategic Capabilities of Colombian Firms. En *Building Strategic Capabilities in Emerging Markets*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gorden, R., & Suominen, K. (2014). *Going Global: Promoting the Internationalization of Small and Mid-Size*. Washington, D.C.: Inter-American Development Bank.
- Gracia, E. (2002). Estado actual de la educación contable en Colombia. Dans O. Quijano, E. Gracia, G. Martinez, E. Ariza, & W. Rojas, *Del hacer al saber. Realidades y perspectivas de educación contable en Colombia* (p. 210). Popayán: Universidad del Cauca, CCINCO.
- Haugen, R. (2002). *The inefficient stock market: what pays off and why*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hortal, A. (2002). *Ética General de las Profesionales*. Bilbao: Desclée.
- Instituto Ecuatoriano de Economía Política. (2011). *La Crisis Subprime en Estados Unidos*. Quito.
- Jerez-Yañez, O. (2011). Los Resultados de aprendizaje en la educación superior por competencias. Granada, España: Universidad de Granada.
- Joao Lunkes, R. Ripoll Feliu, V., & Silva da Rosa, F. (2012, ene-jun). *Un estudio de artículos sobre contabilidad de gestión en revistas de lengua española*. Consulté le Abril 12, 2012, sur Revista Interamericana de Contabilidad de Gestión 10 (19): <http://www.observatorio-iberoamericano.org/RICG/Portal.htm>
- Kano, L., Tsang, E., & Yeung, H. (2020). Global value chains: A review of the multi-disciplinary literature. *Journal of International Business Studies*, 577-622.
- Kerin, R., Berkowitz, E., Hartley, S., & Rudelius, W. (2003). *Marketing*. Mexico: McGraw Hill.

- Khanna, P. (2019). *The Future is Asian*. New York: Simon & Schuster.
- Khanna, P., & Khanna, A. (2021). *Hybrid Reality: Thriving in the Emerging Human-Technology Civilization*. Londres: TED Conferences.
- Kohler, C., Rohm, A., de Ruyter, C., & Wetzels, M. (2011). Return on Interactivity: The Impact of Online Agents on Newcomer Adjustment. *Journal of Marketing*, 93-108.
- Kotler, P. B. (2015). *Marketing turístico* (éd. 6). Madrid: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing Versión para latinoamérica*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, K. L. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Krasnikov, A., Jayachandran, S., & Kumar, V. (2009). The Impact of Customer Relationship Management Implementation on Cost and Profit Efficiencies: Evidence from the U.S. Commercial Banking Industry. *Journal of Marketing*, 61-76.
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2006). *Fundamentos de Marketing*. México: Thomson.
- Loaiza Robles, L. (2011). Producción académica sobre educación contable en Colombia 2000-2009: incidencia de la pedagogía crítica. *Lúmina*, 172-194.
- López, R. (2001). Crisis Financieras Internacionales y Mercados Emergentes. *Contribuciones a la Economía*.
- Luo, Y., and Tung, R. L. (2007). International expansion of emerging market enterprises: A springboard perspective. *Journal of International Business Studies*, 38(4), 481–498. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400275>
- Manpower. (s.d.). <http://manpower.com.co>. Consulté le Diciembre 2, 2012
- Mathews, J. A. (2006). Dragon multinationals: New players in 21st century globalization. *Asia Pacific Journal of Management*, 23(1), 5–27. <https://doi.org/10.1007/s10490-006-6113-0>

- Merca2.0. (2010, Diciembre 01). Consulté le 9 28, 2012, sur Merca2.0:
<http://www.merca20.com/tendencias-en-investigacion-de-mercados/>
- Merton, R. (1975). Theory of Finance from the Perspective of Continuous Time. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 659-674.
- Ministerio de Educación Nacional. (2012). *Resultados de las condiciones laborales de Iso graduados de la educación superior 2002-2011*. Consulté le Noviembre 25, 2012, sur www.graduadoscolombia.edu.co
- Miranda, J. M. (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación : financiera-económica-social-ambiental* (3 ed., Vol. xxii). Bogotá, cundinamarca, Colombia: MM Editores.
- Mobile Marketer. (2010, November). Consulté le 9 27, 2012, sur <http://www.mobilemarketer.com/cms/lib/12311.pdf>
- Montoya Aldawe, G. (2011, 1 24). Al fin ¿Qué con el dólar? Parte 2. *Ágora Economía*.
- Munuera Alemán, J., & Rodríguez Escudero, A. I. (2007). *Estrategias de marketing*. Madrid: ESIC Editorial.
- Naisbitt, J., & Aburdene, P. (1990). *Megatendencias 2000*. Bogotá: Norma.
- Nuez, M. J., & Górriz, C. G. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones sociales*, 26, 5-44.
- Observatorio Laboral. (2012 йил 30-01). *Observatorio Laboral para Colombia*. Retrieved 2012 йил 30-01, from Observatorio Laboral para Colombia: www.graduadoscolombia.edu.co/html/1732/channel.html
- Payne, A., & Frow, P. (2005). A Strategic Framework for Customer Relationship Management. *Journal of Marketing*, 167-176.
- Portafolio.co. (2010, Noviembre 18). Consulté le 9 27, 2012, sur Empresa colombiana recibe premio mundial de Marketing Móvil:
<http://www.portafolio.co/economia/empresa-colombiana-recibe-premio-mundial-marketing-movil>

- Portafolio.co.* (2011, 9 6). Consulté le 9 27, 2012, sur http://www.portafolio.co/detalle_archivo/DR-24113
- Prahalad, C. (2005). *La oportunidad de negocios en la base de la pirámide*. Bogotá: Norma.
- Prieto, E. (2019). *Informe para proceso de empalme 2020-2023*. Medellín: Area Metropolitana Valle de Aburra.
- Proexport Colombia. (2011 йил 24-09). *www.proexport.com.co*. Retrieved 2012 йил 15-01, from *www.proexport.com.co*: *www.proexport.com.co*
- Público, M. d. (2001 йил 23-09). Comunicado de Prensa 45. *Comunicado de Prensa 45*. Bogotá, Colombia.
- Puromarketing.* (2012, 09 25). Consulté le 09 26, 2012, sur <http://www.puromarketing.com/21/14071/optimizacion-para-moviles-preocupa-empresas.html>
- Quijano, O. (2002). Nuevos tiempos, nuevas competencias. De las monocompetencias a la policognición. Dans O. Quijano, E. Gracia, G. Martinez, E. Ariza, & W. Rojas, *Del hacer al saber. Realidades y perspectivas de la educación contable en Colombia* (p. 210). Popayán: Universidad del Cauca, CCINCO.
- Ramamurti, R. (2009). What Have We Learned About Emerging-Market MNEs? In R. Ramamurti & J. Singh (Eds.), *Emerging Multinationals in Emerging Markets* (pp. 399–426). Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1029/2007JD009719>. Dankers
- Real Academia de la Lengua. (2001 йил 11-08). *Diccionario Real Academia de la Lengua*. Retrieved 2011 йил 11-08, from *Diccionario Real Academia de la Lengua*: http://buscon.rae.es/drae/srvltconsulta?TIPO_BUS=28&LEMA=finanzas
- Restrepo A, N. (2007). *Estrategia de Precios. Un enfoque de mercadeo para los negocios*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Revista Dinero.com.* (2009, 10 30). Consulté le 9 27, 2012, sur Mas que mensajitos: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/mercadeo/articulo/mas-mensajitos/85841>

- Ries, A., & Trout, J. (1992). *Posicionamiento*. Mexico: McGraw Hill.
- Rivas Morales, J. (2012, Mayo-Julio). El marketing digital. Del vértigo de la tecnología a los resultados. *Tiempo de Mercadeo*, 9(33), 27-33.
- Roberts, K. (2012). *Lovemarks: El Futuro Mas Alla De Las Marcas*. Urano.
- Rosales, A. (2012 йил 05-02). *Portafolio*. Retrieved 2012 йил 05-02, from Portafolio: www.portafolio.co/economia/cruel-realidad-economica-un-egresado-colombia
- Rosario, U. d. (2008). Desafios de las empresas colombianas. *Universidad, ciencia y Desarrollo*, 1-8.
- Rua, A. B. (2009). Responsabilidad Social Empresarial . Compromiso con la comunidad o estrategia de mercadeo. *Revista Mercatec*, 70-71.
- Sánchez Chinchilla, W. (2011). La docencia en el lugar equivocado. *Lúmina*, 240-259.
- Santos, J. M. (2011 йил 22-05). *Redes Colombia*. Retrieved 2011 йил 10-12, from Redes Colombia: <http://redescolombia.com/2010/05/29/propuesta-plan-de-gobierno-de-juan-manuel-santos/>
- Schwab, K. (2016). *La cuarta revolución industrial*. Londres: Debate.
- Schwab, K. &. (2007). *The Global Competitiveness Report*. Palgrave Macmillan.
- Semana, R. (2010 йил 07-07). Que son los Civets. *Revista Semana*.
- SENA. (s.d.). *Observatorio SENA*. Consulté le Diciembre 2, 2012, sur <http://observatorio.sena.edu.co>
- Sharpe, W. (2000). *Portfolio Theory and Capital Markets* . New York: McGraw-Hill.
- SNIES. (2021, 08 20). *Consulta de programas*. Consulté le 2021, sur Ministerio de Educación Nacional: <https://hecaa.mineducacion.gov.co/consultaspublicas/programas>
- Solomon, M., & Stuart, E. (2001). *Marketing, personas reales, decisiones reales*. Bogotá: Pearson Educación de Colombia.
- Soto, H. d. (2004). *El Ministerio de Capital* . Bogotá: Planeta.

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (1999). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: McGraw Hill.

Superintendencia financiera de Colombia. (2010 йил 22-08).
www.superfinanciera.gov.co. Retrieved 2012 йил 17-01, from
www.superfinanciera.gov.co:
www.superfinanciera.gov.co/nuestrasuperitendencia/historia.doc

Trabajando, Ofertas de empleo. (s.d.). <http://co.trabajando.com/>. Consulté le
Diciembre 2, 2012, sur <http://co.trabajando.com/>

Universidad de Antioquia. (1994). *Estatuto General*. Consulté le julio 1, 2011, sur
Universidad de Antioquia:
<http://gemini.udistrital.edu.co/comunidad/dependencias/congreso/texto/propuestas/otrasu/udeantioquia.pdf>

Varadarajan, P., & Menon, A. (1988). Cause-Related Marketing: A Coalingment of Marketing Strategy and Corporate Philanthropy. *Journal of Marketing*, 52(3), 58-74.