

Primera década en el mundo de la academia (2008-2018)

Profesional en Comercio Internacional de la Universidad Francisco de Paula Santander - UFPS, Cúcuta



Johanna Milena Mogrovejo Andrade
Liliana Marcela Bastos Osorio
Nelson Emilio García Torres
César Augusto Panizo Cardona
William Rodrigo Avendaño Castro

**PRIMERA DÉCADA EN EL
MUNDO DE LA ACADEMIA
(2008-2018)**

PROFESIONAL EN COMERCIO
INTERNACIONAL DE LA
UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA
SANTANDER - UFPS, CÚCUTA

JOHANNA MILENA MOGROVEJO ANDRADE
LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO
NELSON EMILIO GARCÍA TORRES
CÉSAR AUGUSTO PANIZO CARDONA
WILLIAM RODRIGO AVENDAÑO CASTRO

Mogrovejo Andrade, Johanna Milena -

Primera década en el mundo de la academia (2008-2018), Profesional en Comercio Internacional de la Universidad Francisco de Paula Santander - UFPS, Cúcuta / Johanna Milena Mogrovejo Andrade, Liliana Marcela Bastos Osorio, Nelson Emilio García Torres, César Augusto Panizo Cardona, William Rodrigo Avendaño Castro. -- 1a ed. -- Cúcuta: Universidad Francisco de Paula Santander; Bogotá : Ecoe Ediciones, 2021.

144 p. – (Ciencias empresariales y educación. Comercio y negocios internacionales)

Contiene reseña de los autores en la pasta. -- Incluye bibliografía.

ISBN 978-958-503-189-0 -- 78-958-503-190-6 (e-book)

1. Comercio Internacional, 2 Negocios internacionales, 3. Comercio exterior, 4 Educación universitaria. 5 Formación universitaria

CDD: 370.5 Ed. 23



Área: Ciencias empresariales y educación

Subárea: Comercio y negocios internacionales



**Universidad Francisco
de Paula Santander**

Vigilada Mineducación

© Johanna Milena Mogrovejo Andrade
© Liliana Marcela Bastos Osorio
© Nelson Emilio García Torres
© César Augusto Panizo Cardona
© William Rodrigo Avendaño Castro

► Universidad Francisco
de Paula Santander
Avenida Gran Colombia
No. 12E-96 Barrio Colsag
San José de Cúcuta - Colombia
Teléfono (057)(7) 5776655

► Ecoe Ediciones Limitada
Carrera 19 # 63C 32
Bogotá, Colombia

Primera edición: Bogotá, agosto del 2021

ISBN: 978-958-503-189-0

e-ISBN: 978-958-503-190-6

Directora editorial: Claudia Garay Castro

Corrección de estilo: Andres Caro

Diagramación: Magda Rocio

Carátula: Wilson Marulanda Muñoz

Impresión: Carvajal Soluciones de
comunicación S.A.S

Carrera 69 #15 -24

*Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio
sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.*

Impreso y hecho en Colombia - Todos los derechos reservados

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	XV
CAPÍTULO 1. EL INICIO DE UNA OPORTUNIDAD: CREACIÓN DEL PROGRAMA COMO RESPUESTA A LAS OPORTUNIDADES GENERADAS POR EL CONTEXTO DEPARTAMENTAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	3
1.1 Coherencia del programa de comercio internacional	21
1.2 Información básica de inicio del programa	23
1.3 Marco normativo del programa de Comercio Internacional	24
1.4 Plan de estudios	25
1.5 Distribución de asignaturas por área de conocimiento	26
1.6 Misión del programa desde su año de creación	30
1.7 Visión del programa desde su año de creación	30
1.8 Propósitos del programa	30
1.9 Objetivos del programa	31
1.10 Perfil profesional	31

1.11 Perfil ocupacional	31
1.12 Estudiantes	32
1.13 Articulación con el medio.....	35
CAPÍTULO 2. EL FORTALECIMIENTO: CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD ACADÉMICA POR MEDIO DE LA AUTOEVALUACIÓN (2011-2014).....	11
2.1 Conformación del equipo de trabajo.....	39
2.2 Información y sensibilización.....	40
2.3 Recopilación de la información documental y fuentes de información..	42
2.4 Principales resultados de las condiciones de la primera autoevaluación - renovación del registro calificado del programa de Comercio Internacional.....	45
2.5 Avances del programa de Comercio Internacional a partir de los resultados de los procesos de evaluación y autorregulación	57
2.6 Resultados de autoevaluación de algunas condiciones.....	62
2.7 Síntesis de la calidad del programa.....	65
CAPÍTULO 3. EXTENSIONES: EGRESADOS EMPRESARIOS DEL SECTOR GUBERNAMENTAL, EL OBSERVATORIO EN COMERCIO INTERNACIONAL Y FRONTERAS OCIF.....	11
3.1 Egresados del programa de Comercio Internacional 2018-2019.....	89
3.2 Observatorio en Comercio Internacional y Frontera (OCIF)	113
CAPÍTULO 4. LA INVESTIGACIÓN EN EL PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN, GRUPOS DE APOYO Y REVISTA INSTITUCIONAL	
14.1 Investigación.....	117
BIBLIOGRAFÍA.....	137



PRÓLOGO



Me complace presentar este libro de investigación resultado de la exploración y de los alcances que ha tenido el programa de Comercio Internacional ufps en sus primeros años de ejercicio a la comunidad. El aporte del estudio contribuye al crecimiento y a la formación del programa, así como también en el quehacer práctico para todos los estudiantes relacionados con las áreas de las ciencias económicas, administrativas y de negocios internacionales.

La importancia en este libro es que se pudo plasmar las experiencias académicas, de extensión e investigación que ha tenido el programa en su primera década, en el proceso de autoevaluación llevado a cabo tanto en la renovación interna del programa (cada dos años) como de su renovación de registro calificado. Es satisfactorio que este trabajo sea parte del esfuerzo de profesores del programa y de las directivas que han estado impulsado y han estado de manera permanente en el desarrollo de este.

Esta es una temática muy poco explorada en la literatura colombiana sobre la historia de crecimiento de los programas de pregrado en universidades públicas, por tanto, son pocos los trabajos de investigación o cartillas que orienten el quehacer académico del Comercio Internacional. Es así, que se convierte en un pilar y aporte

fundamental al sector académico de la región que pueda acceder al acontecer del desarrollo de este programa.

Liliana Marcela Bastos Osorio

Directora del Plan de Estudios de Comercio Internacional

Universidad Francisco de Paula Santander

Investigadora con categoría Asociada según MinCiencias 2018, integrante del Grupo de Investigación para el Desarrollo Socioeconómico (GIDSE), UFPS, Categoría A. y directora del grupo de investigación gilocni categoría B.

AGRADECIMIENTOS

Nuestro agradecimiento principal es a Dios por darnos las habilidades y competencias tanto humanas como profesionales y ponerlas al servicio de la comunidad académica y empresarial de la región.

Un agradecimiento especial a los profesores del programa de Comercio Internacional por sus aportes y sugerencias en la estructura de nuestro trabajo.

A las estudiantes del programa de Comercio Internacional: Julieth Estefanía Pabón León, Andrea Margarita Molina Vera y Greys Hernández, quienes de manera voluntaria han acompañado este proyecto con el deseo de conocer más sobre la temática de este libro. Además, por su apoyo en la recolección de la información.

A nuestro programa de Comercio Internacional de la Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS) que ha permitido la inspiración de nuestras temáticas de estudio. A los grupos de investigación, constituidos como soportes académicos e investigativos de este proyecto.

A nuestras familias por su espera, apoyo, paciencia y acompañamiento en la investigación y en el desarrollo de este libro.

Johanna Milena Mogrovejo Andrade
Liliana Marcela Bastos Osorio
Nelson Emilio García Torres
César Augusto Panizo Cardona
William Rodrigo Avendaño Castro



INTRODUCCIÓN



En el presente documento de investigación se identifican los aspectos más relevantes del proceso de creación y desarrollo del programa de Comercio Internacional de la Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS). Su principal finalidad es mostrar la ruta que se lleva a cabo en la construcción de un programa como logro de una cultura de calidad y de mejoramiento continuo hacia la excelencia académica.

La metodología empleada responde a una investigación con fuentes primarias para identificar el sentir real de los actores del proceso; igualmente, el estudio se fundamenta en la información secundaria que se ha generado en el programa, desde las estadísticas e información hasta la disciplina en el contexto.

Los aspectos relacionados en esta versión responden a los factores que evidencian la calidad académica desde el fortalecimiento de las funciones sustantivas de docencia, investigación, extensión e internacionalización.

La razón de ser de las universidades como instituciones de formación superior está enfocada en la docencia, investigación y extensión; es así como estos tres pilares constituyen la Misión de la Universidad Francisco de Paula Santander. De esta misma forma, ha establecido políticas institucionales para incentivar la investigación no solo en el cuerpo profesoral sino también en los estudiantes de pregrado y postgrados, de tal manera que puedan generar aportes científicos a la academia, al sector productivo y al sector gubernamental.

La Universidad Francisco de Paula Santander diseña y organiza la estructura del programa de Comercio Internacional alineada al progresivo cambio a través del tiempo en aspectos tanto económicos como sociales, migratorios, tecnológicos, políticos y culturales. De esta forma, se fundamenta su quehacer académico hacia la construcción de sociedades de proyección e interacción mundial con diversos matices, con base en la profundización de áreas básicas, disciplinares y de desarrollo humano, formando profesionales con comprensión global de los procesos y continuos cambios a escala nacional y mundial, aprovechando las oportunidades que esta situación genera.

El Proyecto Educativo Institucional de la UFPS describe el quehacer general de la Universidad Francisco de Paula Santander en el desarrollo de cada una de las funciones en docencia, extensión e investigación, generando espacios que permiten que el ser humano se desarrolle en un ambiente laboral de manera más competitiva en organizaciones empresariales o entidades del sector público.

En este sentido, la UFPS reconoce la participación de la formación profesional en Comercio Internacional en la generación de iniciativas que permitan la formación de profesionales integrales en un ámbito de “nuevas realidades”; profesionales con las competencias para analizar la actividad empresarial, industrial y de servicios desde una perspectiva que aborde el alcance, significado, importancia y evolución de los diversos procesos de internacionalización y globalización de la economía y los efectos que producen en el desarrollo de la región fronteriza y en el ámbito nacional (Universidad Francisco de Paula Santander, 2007)

Este trabajo se encuentra estructurado inicialmente a través de unos antecedentes del comercio internacional en los ámbitos externos, nacional y regional. Seguido de esto, se presenta el desarrollo de cuatro capítulos: el primero “El inicio de una oportunidad: creación del programa como respuesta a las oportunidades generadas por el contexto departamental, nacional e internacional”; el segundo es “El fortalecimiento: construcción de la identidad académica por medio de la autoevaluación (2011-2014)”; el tercero es “Extensiones: egresados empresarios sector gubernamental, el observatorio en comercio internacional y fronteras OCIF”; y por último, “La investigación en el comercio internacional: las líneas de investigación, grupos de apoyo y la revista institucional”.

ANTECEDENTES. EL COMERCIO INTERNACIONAL EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL

El comercio de bienes y servicios entre países o estados se considera como una manera en la que ellos se desarrollan en busca del crecimiento económico; este proceso permite que, aprovechando las relaciones internacionales a escala política, económica empresarial o cultural, se genere intercambio comercial satisfaciendo a cada uno de los intervinientes. Todo este proceso comercial consiste en el aprovechamiento de los factores de producción, los bienes, las materias primas y los servicios de un país, intercambiando dichas mercancías con otro país o países y así permitiendo beneficios económicos y desarrollo de manera equitativa; aunque, en algunos procesos comerciales, también pudieran verse afectados algunos sectores (Osorio, 1993).

Por ello es importante que, para efectos económicos, existan fronteras abiertas al comercio internacional, por medio de políticas que parcial, gradual o totalmente eliminen las diversas barreras arancelarias y no arancelarias y, junto a ello, se generen cada una de las prácticas derivadas de las relaciones internacionales, que resultan en firma de acuerdos, convenios y/o tratados de índole comercial; ya sea de tipo unilateral, bilateral o multilateral, desarrollando a los países en una diversidad de prácticas comerciales que permitan el crecimiento económico con dichos intercambios. Cada una de estas políticas son arbitradas y promovidas por organismos económicos internacionales o también llamados organismos multilaterales o supranacionales; ejemplo de ellos: el Banco Mundial (BM) (en inglés World Bank, [WB]), el Fondo Monetario Internacional (FMI) (International Monetary Fund

[IMF]), la Organización Mundial del Comercio (OMC) (World Trade Organization [WTO]), entre otros; que permiten el crecimiento de procesos comerciales a nivel internacional, por medio de la compra-venta de bienes y servicios con países del exterior, aumentando de una manera gradual el crecimiento sostenible interno de cada uno de los países que participan en el comercio internacional (Osorio, 1993).

Durante los últimos diez años, un promedio del 80 % del dinero invertido de forma directa se ha distribuido entre las 500 empresas que están dentro del listado de las más grandes del mundo y que, a su vez, representan más de un 50 % del comercio internacional a nivel global (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2019). Es por ello que el comercio internacional está liderado en gran parte por las grandes empresas multinacionales o transnacionales que participan con sus procesos comerciales y que tienen sedes en varios países dentro de la geografía mundial; empresas que, a su vez, llevan a cabo operaciones de producción o comercial en varios países.

La tendencia del comercio internacional actualmente es desarrollar procesos comerciales en países considerados “en vías de desarrollo” o también llamados “países emergentes”. Un ejemplo particular se da en los países de Europa Oriental, convirtiéndose estos en mercados atractivos para la inversión extranjera, por medio del aprovechamiento de las políticas que los gobiernos promuevan para el desarrollo de la región, su economía y las sociedades. Este mismo ejemplo podría también considerarse en América Latina, convirtiéndose en otro mercado que es atractivo para los inversionistas a nivel mundial (Bonifaz y Mortimore, 1999).

Otro elemento de análisis se basa en procesos y tendencias que, gracias a la revolución tecnológica, tanto de la información como de las comunicaciones, el transporte y sus diversos tipos, dinamizan la gran movilidad de culturas, productos, servicios, conocimientos y un sin número de mercancías que, gracias al comercio internacional, traspasan geografías. La globalización es ahora un elemento convertido en el sistema de negocios que integra a los proveedores de materias, productores de bienes y desarrolladores de servicios y tecnologías que se expanden desde territorios locales a niveles regionales y globales, participando a escala mundial de oportunidades que hace unos 50 años no eran posibles.

La mayoría de las empresas pequeñas generan un número significativo de los empleos; sin embargo, las grandes empresas multinacionales influyen en el desempeño de las empresas pequeñas porque les compran bienes y servicios. Mantener relaciones equilibradas con el sector externo es característico del desempeño macroeconómico de una nación y básico para el estudio del comercio internacional.

En cuanto a los países de Latinoamérica y en los territorios de los Estados Unidos, nuestro país Colombia se destaca por ser un mercado competitivo que de manera agresiva ha crecido en los últimos años, convirtiéndose en un exportador innato de productos de gran diversidad. Las exportaciones desde

Colombia son en gran parte de productos considerados tradicionales, aunque las exportaciones de productos no tradicionales han venido ganando terreno en Colombia. Lideran estas exportaciones productos como: petróleo y sus derivados, diversidades de tipo de carbón y ferroníquel, entre otros *commodities*; mientras que, para las exportaciones no tradicionales, están conformadas por productos agrícolas y agropecuarios, como: banano, flores, diversidad de frutas con las que cuenta el país, algodón, tabaco, productos cárnicos y pescados. De igual manera, en el sector industrial se destacan productos como: alimentos procesados, bebidas, productos manufacturados, plásticos y sus derivados, productos hechos de madera y la industria química, que también se ha destacado en los últimos años. Sin embargo, a su vez, el sector minero energético participa en este tipo de exportaciones no tradicionales con productos como: piedras preciosas y diversidad de minerales diferentes al carbón, con proyección de consumo y uso internacional en industrias, principalmente tecnológicas y manufactureras en países europeos, asiáticos o en los Estados Unidos de América. (Bonifaz y Mortimore, 1999, p. 16)

La estructura económica colombiana durante el periodo 2000-2010 descansó sobre la actividad agrícola e industrial, representada en un 10 % y un 15,5 % del PIB, respectivamente (DANE, 2000); situación que orientó la actividad externa hacia la exportación de productos tradicionales, con alguna participación en la industria manufacturera y productos industriales. No obstante, la introducción del modelo de apertura en la década de los noventa cambió sustancialmente la dirección económica del país para insertarse al mercado internacional, con una gran transformación en materia de política económica, reorganización de la estructura del estado y la redefinición de lineamientos, desde su agenda externa, su política externa y la reglamentación interna en todos los sectores con miras a diversificar el portafolio de productos en los mercados internacionales.

Estados Unidos siempre se ha destacado como el principal socio comercial para Colombia; durante los 90, su participación se acrecentó mientras que en los otros países de la región disminuyó. Es por esto que, como lo afirma el informe de Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en la serie de desarrollo productivo:

Estados Unidos de América es uno de los países que se ha caracterizado en la historia económica actual como el líder principal en la relación comercial con Colombia. Su participación económica ha estado fluctuando entre un 35 % y un 40 % durante lo corrido de las últimas décadas. De igual manera, en el orden de importancia, otros de los socios comerciales de Colombia serían: países que hacen parte de la Región Andina y a su vez, en menor proporción, los países del resto de América Latina con una participación comercial de un 25 %; siguiéndole los países de la Unión Europea con un 20 %; y finalizando, el mercado asiático se ha convertido en socio comercial de manera creciente, junto a algunos otros países del resto del mundo. (Bonifaz y Mortimore, 1999, p. 16)

En las importaciones, Colombia se ha destacado a lo largo del tiempo como comprador de materias primas y bienes de capital. Con la apertura económica se generó la compra de estos bienes a pesar de que, con el proteccionismo, estas compras estaban prohibidas; es por esto que con la política económica de liberalización se generaron incentivos a la importación de bienes de capital, disminuyendo el costo y generando la industrialización de los sectores productivos.

En los últimos años el dinamismo de la inversión volvió a ser importante. Los registros históricos de la ied presentados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo permiten observar una participación significativa de las actividades relacionadas con la industria, el comercio, el sector inmobiliario y el transporte (Banco de la República, 2010). En cuanto al aumento del empleo, este ha sido superior al 3 % en los últimos años.

Es necesario que el PIB aumente de manera dinámica para que la economía colombiana crezca de forma sostenida; si no se tiene en cuenta el PIB, entonces habrá obstáculos para permitir la sostenibilidad de su crecimiento. Por este motivo es que no existe un aumento de la productividad total de modo dinámico; es importante conservar una posición competitiva, sin dejar a un lado el mejoramiento en los ajustes internos, para que exista una dinámica externa que aproveche los factores básicos.

Colombia, frente a una nueva visión de su participación en el comercio internacional, debe estar enmarcada por una "heterogeneidad e intercambio comercial entre empresas de distintos países", adaptando sus productos a las necesidades de mercados internacionales. En Colombia existen algunas empresas que se han preparado para participar en mercados internacionales con una alta productividad, pero otras aún siguen rezagadas. Hay empresas que exportan y lo convirtieron en un hábito, pero existen empresas que solo se han preocupado por mantener abastecido el mercado local (Wengel *et al.*, 2007)

El estudio de la microestructura de la exportaciones e importaciones se puede concluir en que la mayoría de las empresas no son exportadoras, ya que sus ventas al exterior tienen una baja capacidad de producir para la demanda obtenida, sin importar al sector en que pertenezcan.

Por consiguiente, la estructura económica actual y por tanto el libre comercio se ven favorecidos particularmente por parte de la gran empresa. Das *et al.* (2007) subraya el hecho de que los costos de entrada para exportar son altos y, por ende, la pequeña empresa no tiene acceso a los mercados internacionales. Por consiguiente, hay que buscar un balance entre las exportaciones e importaciones sin descuidar la pequeña empresa. Para ello el compromiso del gobierno con el sector productivo es vital para la economía, de manera que permita gestionar un modelo que beneficie a la pequeña empresa y promueva las exportaciones de las mismas, sobre la base de un incremento de la productividad.

En el marco del modelo de desarrollo económico implementado en Colombia, la condición fronteriza de las ciudades y la experiencia en inversión extranjera representan las ventajas competitivas que les permite a estas posicionarse respecto a otras ciudades y regiones del país. El crecimiento demográfico, producto del flujo migratorio que se ha intensificado durante los últimos años, la estructura de las ciudades y la composición poblacional motivan a la educación para atender esta realidad. Los desafíos y coyunturas para el país en el siglo XXI han permitido la orientación de programas de educación superior que han brindado las herramientas adecuadas para el desarrollo profesional de las personas y el avance general del país en un modelo generador de valor en el largo plazo, un modelo que logre satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer las generaciones futuras.

Como consecuencia de lo anterior, tanto en la frontera colombo venezolana como las otras fronteras del país, la demanda de personal con formación académica y profesional en comercio internacional resulta importante para atender los retos y desafíos del sector productivo, desde la esfera pública y privada.

Conscientes de que la interdependencia entre países afecta el desarrollo productivo de otras naciones, especialmente las que actúan como socios comerciales, la Universidad Francisco de Paula Santander realizó estudios con el propósito de analizar la viabilidad de ofrecer un programa en áreas relacionadas al comercio internacional, el cual complementara tanto los conocimientos en finanzas internacionales como en negocios internacionales y que, de manera formal e integral, permitiera un acercamiento hacia las fronteras del conocimiento y una convergencia de las disciplinas en el campo de las ciencias sociales (Waldamn Mitnick, 2003).

Tabla 1. Instituciones de Educación Superior que ofertan el pregrado de Comercio Internacional en el exterior

IES	Programa	Ciudad	Link
Universidad de Palermo	Comercio Internacional	Buenos Aires, Argentina	https://www.palermo.edu/
Universidad de Campinas	Gestión de Comercio Internacional	Sao Paulo, Brasil	https://www.unicamp.br/unicamp/
Escuela Superior de Comercio Internacional	Licenciatura en Negociación y Comercio Internacional	París, Francia	https://www.hec.edu/fr
Kadir Has University	Licenciado en Comercio Internacional y Finanzas	Estambul, Turquía	https://khas.edu.tr/en
Yasar University	BA Comercio Internacional y Finanzas Yasar University	Izmir, Turquía	www.yasar.edu.tr/en/
Atilim University	BSc en el departamento de comercio internacional y logística	Ankara, Turquía	https://www.atilim.edu.tr/en

IES	Programa	Ciudad	Link
Formasup Campus	Licenciado en Marketing y Comercio Internacional	Bordeaux, Francia	https://www.formasup-campus.com/
Universidad Bahcesehir	Licenciado en Comercio Internacional	Estambul, Turquía	https://www.masterstudies.co/universidades/Turquia/Bahcesehir-University/
Ozyegin University	Licenciatura en Negocios Internacionales y Comercio	Orman Sokak, Turquía	https://www.ozyegin.edu.tr/en
Zhejiang Wanli University	Licenciatura en Economía Internacional y Comercio	Ningbo, China	https://www.masterstudies.co/universidades/China/ZWU/
Universidad Internacional de Xi'an	Licenciado en Economía y Comercio Internacional	Xi'an, China	https://www.bachelorstudies.co/universidades/China/Xian-International-University/
Hunan University of Science and Technology	Licenciatura en Comercio Internacional y Economía	Changsha, China	https://www.bachelorstudies.co/universidades/China/HNUST/
Universidad Tecnológica de Liaoning	Licenciado en Economía y Comercio Internacional	Jinzhou, China	https://studyinchinas.com/es/university/universidad-de-tecnologia-de-dalian/
Hangzhou Dianzi University	Licenciado en Economía y Comercio Internacional (en inglés)	Hangzhou, China	http://hdu.admissions.cn/
BFSU Solbridge International School of Business	Licenciado en Economía y Comercio Internacional	Beijing, China	https://solbridge.bfsu.edu.cn/academics/bachelor/international-business
Ming Chuan University	Licenciatura en Negocios Internacionales y Comercio	Taipei, Taiwán	https://web.mcu.edu.tw/en
Ocean University of China	Licenciatura en Economía y Comercio Internacional	Qingdao, China	http://eweb.ouc.edu.cn/
Qingdao Technological University Qindao College	Licenciatura en Economía y Comercio Internacional	Qingdao, China	http://english.qtech.edu.cn/
Universidades de Caxias do Saul	Comercio Internacional	Caxias do Sul, Brasil	https://www.ucs.br/site

Fuente: Bachelors Studies (2020)

En función del contexto internacional y la globalización. Los países pueden crecer económicamente de manera interdependiente por medio del intercambio de bienes y servicios, dando como resultado el flujo internacional de capitales y trayendo un alto nivel de volumen comercializado entre los países del mundo. La movilidad en las áreas de finanzas y tecnología, entre otras, permiten una integración de los agentes económicos permitiendo la expansión y crecimiento de las esferas de la sociedad y aumentando el nivel económico del país o de la región, donde también interactúan criterios políticos. En este sentido, el Comercio Internacional cuenta con referentes conceptuales que han permitido analizar los aspectos relacionados con la enseñanza de la disciplina en el ambiente internacional.

El Comercio Internacional en el contexto nacional

La evolución de los pensamientos en materia de Comercio Internacional ha venido presentando un conjunto de aproximaciones teóricas que fortalecen al conocimiento de las ciencias sociales. Desde los pensamientos liberales como los de Smith y Ricardo hasta los pensamientos neoclásicos modernos, se presentan diversas teorías que al estudiarlas se evidencia que los intercambios comerciales son de gran importancia para que los mercados internacionales y los países internamente se dinamicen, aprovechando las bondades de sus economías nacionales y otros factores. Por otro lado, y en total contravía, existen teorías como la de Marx, que relacionan y explican la evolución del capitalismo mundial y lo bien llamado imperialismo de Lenin. Ya para finalizar, se presentan también visiones realistas, como la teoría alternativa permitiendo analizar la importancia de la separación de la realidad objetiva y la realidad deseada, comprendiendo así el poder de las relaciones y los intercambios comerciales internacionales. (Albrow, 1997, p.8)

Evidentemente, los debates académicos han estado matizados por la historicidad del pensamiento económico, la evolución de la economía internacional y los lineamientos generales de la política comercial.

En este orden de ideas, el Comercio Internacional en Colombia encuentra su razón de ser al inicio de la vida republicana; durante el siglo xix, las guerras, los conflictos políticos y la naciente estructura socioeconómica del país no fueron favorables para su inserción en el escenario internacional. Durante el periodo entre 1850 y 1882, la estructura del comercio exterior estaba representada por las exportaciones de tabaco, algodón, añil, cueros, oro y café. A partir de la Guerra de Secesión de Estados Unidos, ocurrida entre 1861 y 1865, el precio del algodón aumentó, situación que permitió para Colombia la apertura al mercado europeo y la consolidación del café como columna vertebral del comercio exterior (Anderson, D. M., 2000).

Consecuente con la construcción de un modelo del país, las guerras de 1885 y la Guerra de los Mil Días imposibilitaron cualquier progreso. Las exportaciones y

las importaciones disminuyeron notablemente, obstaculizando la incipiente industrialización de la economía.

En términos generales, el siglo XIX no fue definitivo para la inserción de la economía colombiana en el contexto internacional, pero sí permitió sentar las bases hacia la implementación de un modelo económico basado en la riqueza generada por el dinamismo externo.

A finales del siglo XIX, el café se consolidó como el sector más importante de la economía del país y, por tanto, el gremio de los cafeteros consolidó el poder económico y político de la nación a través de las instituciones creadas por este gremio. El gobierno se convirtió en representante y soporte de la Federación Nacional de Cafeteros. En defensa de su precio interno, dispuso medidas arancelarias y líneas de productos de prohibida importación; todo esto con el propósito de proteger la balanza comercial y fomentar la industria nacional.

Entre 1939 y 1945, el país experimentó una balanza comercial y de pagos favorables. Esto fue una respuesta al desempeño del sector exportador y el modelo proteccionista, el cual se intensificó con mayor profundidad tras la Segunda Guerra Mundial con las medidas sugeridas por el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el surgimiento de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), a la que se encomendó el diseño de un modelo de desarrollo económico basado en el proteccionismo.

El desempeño económico del país y la reciente evolución del comercio exterior permite observar que este ha estado acompañado de grandes esfuerzos para el estímulo a las exportaciones y el manejo prudente de las importaciones. Para tal efecto, la iniciativa estatal se ha orientado particularmente por la existencia de una institucionalidad que garantiza el cumplimiento de tales propósitos:

- Fondo de Promoción de Exportaciones: mediante el Decreto 444 de 1967, cuyo fin es asesorar a los exportadores, estudiar los mercados, otorgar créditos a fin de incrementar las exportaciones y manejar los CAT y el CERT. Con la Ley marco del Comercio Exterior, Ley 7 de 1991, esta entidad se dividió en Bancoldex y Proexport.
- Plan Vallejo: propuesto en 1968 con el fin de fomentar la producción de bienes, mercancías y/o servicios para exportación, consiste en permitir que las empresas colombianas que hacen productos para exportar no tengan que pagar la totalidad de los impuestos o solo deban pagar parte de estos al Gobierno por importar artículos que necesiten desde otros países.

En términos generales, el modelo proteccionista funcionó bien aproximadamente durante 25 años, con una correspondencia frente al modelo auspiciado por la CEPAL. Sin embargo, a partir de los años noventa, el comercio internacional en

el país encuentra su razón de ser con un modelo aperturista; sobre la base de la Constitución Política de Colombia de 1991, se reconoce la producción de riqueza generada por el comercio, promoviendo y garantizando expresamente la libertad de las actividades económicas y la iniciativa de comerciar libremente, dentro de los límites del bien común (Constitución Política de Colombia, 1991, Art. 333).

Justamente, las normas constitucionales soportan las facultades de las autoridades estatales para establecer una política comercial, particularmente a través de los regímenes aduaneros, como la Ley 6 de 1971 (Congreso de la República de Colombia, 1971), permitiendo obtener preferencias arancelarias que se determinan en los tratados internacionales para estimular la incorporación en los sectores económicos, sociales y políticos con otros países. En consecuencia, el Gobierno estableció la Ley Marco del Comercio Exterior, posibilitando la creación de organismos para el manejo del comercio exterior colombiano, entre ellos el Consejo de Comercio Exterior, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la Dirección de Cambios Internacionales del Banco de la República, para apoyar al sector exportador, promulgando la Ley 7 de 1991 (Congreso de la República de Colombia, 1991).

Así las cosas, el sector exportador privado-público continúa con el mejoramiento de la productividad, en aras de una mayor competitividad frente a la búsqueda y posicionamiento de nuevos mercados internacionales.

Uno de los objetivos de planeación económica a largo plazo es que el sector externo llegue a representar el 40 % del PIB para el año 2019. Para tal efecto, el país debe aprovechar su posición geográfica, representada en el acceso al mar Caribe y al Océano Pacífico, y su importancia estratégica para el tránsito y logística de mercancías a los principales mercados del mundo, por su cercanía al Canal de Panamá.

Actualmente, Colombia se encuentra vinculado como miembro del GATT y la OMC, a partir de la expedición de la Ley 170 de 1994, y por tanto es un mercado atractivo para los negocios internacionales, ya garantiza que sus relaciones comerciales estén reguladas por el marco multilateral vigente. Igualmente, es miembro de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI); por lo tanto, los productos colombianos tienen acceso preferencial a los mercados latinoamericanos de los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), Ecuador, Perú y Bolivia. Por otro lado, Colombia tiene Acuerdo de Libre Comercio con México, Canadá, Estados Unidos y Chile; además, cuenta con acuerdos con los estados de la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), Suiza y Liechtenstein; cuenta con acuerdos de Complementación Económica con Cuba; con países miembros del mercosur y con los países del Triángulo Norte de Centroamérica (El Salvador,

Guatemala y Honduras); y cuenta con acuerdos de alcance parcial con CARICOM¹, Venezuela. Todo esto representa un amplio acceso a los mercados más dinámicos a nivel mundial, además de contar con un marco regulatorio reconocido en sus tratados internacionales, de promoción y protección a la inversión. Por último, Colombia cuenta con una población joven, con formación profesional en crecimiento, con una diversidad cultural y heterogeneidad productiva y espacial para el comercio y la inversión.

Colombia presenta un Plan de Desarrollo con importantes recursos para educación, infraestructura y modernización de puertos y vías de comunicación. Con el puesto número 68 entre 139 países, según datos el Informe de Competitividad Global del Foro Económico Mundial, ha sido uno de los pocos países que, tras la crisis financiera mundial, logró recuperar su desempeño económico, al punto de presentar un clima favorable a la inversión, a los negocios internacionales y con significativas perspectivas de crecimiento en los próximos años.

Programas de pregrado de Comercio Internacional en Colombia

A través de una revisión documental y descriptiva en la página web del Ministerio de Educación Nacional de Colombia (MEN) y de las Universidades en Colombia, públicas y privadas, que ofertan y que tienen vigente el programa de Comercio Internacional (en algunos casos viene acompañado por otro nombre), se encontró que existen 16 universidades, incluyendo la UFPS, que ofrecen el programa de Comercio Internacional.

De estas universidades, existen cuatro programas vinculados a instituciones públicas, entre los cuales se encuentra la Universidad Francisco de Paula Santander; tres de ellas con el nombre de Comercio Internacional y una de ellas se llama Finanzas y Comercio Internacional. Del resto de las universidades, 12 pertenecen al ámbito privado; dentro de estas doce instituciones superiores privadas, existe una universidad, la Antonio Nariño, que tiene 21 sedes a nivel nacional, las cuales ofrecen el programa de Comercio Internacional.

En suma, en Colombia hay un total de 40 ofertas de pregrado a nivel nacional, ofertadas en 16 universidades reconocidas ante el MEN y con registro calificado vigente a mayo de 2018, siendo la Universidad Antonio Nariño a nivel nacional quien más oferta el pregrado de Comercio Internacional.

1 Son doce los países miembros de CARICOM que participan como Signatarios del AAP. Estos son: Trinidad y Tobago, Jamaica, Barbados, Guyana, Antigua y Barbuda, Belice, Dominica, Granada, Monserrat, San Cristóbal y Nieves, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas

Tabla 2. Instituciones de Educación Superior que ofertan el pregrado de Comercio Internacional en Colombia

	Universidades	Programa	Ubicación	Link
1	Universidad Jorge Tadeo Lozano	Comercio Internacional y Finanzas	Bogotá	https://www.utadeo.edu.co/es/facultad/ciencias-economicas-y-administrativas/programa/layout-1/comercio-internacional-y-finanzas
2	Universidad Jorge Tadeo Lozano	Comercio Internacional y Finanzas	Cartagena	https://www.utadeo.edu.co/es/tadeo-caribe/facultad/ciencias-economicas-administrativas/programa/layout-4/comercio-internacional-y-finanzas
3	Universidad Cooperativa de Colombia	Comercio Internacional	Bogotá	http://www.ucc.edu.co/programas-academicos/bogota/Paginas/pregrado-comercio-internacional.aspx
4	Universidad Cooperativa de Colombia	Comercio Internacional	Santa Marta	http://www.ucc.edu.co/programas-academicos/santamarta/Paginas/pregrado-comercio-internacional.aspx
5	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Bogotá	http://www.uan.edu.co/comercio-internacional
6	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Cali	http://www.uan.edu.co/cali-programas/cali-pregrado/cali-pregrado-norte
7	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Ibagué	http://www.uan.edu.co/ibague-programas/ibague-pregrado
8	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Neiva	http://www.uan.edu.co/neiva-programas/neiva-pregrado/neiva-pregrado-altico
9	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Santa Marta	http://www.uan.edu.co/santa-marta-programas/santa-marta-pregrado
10	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Tunja	http://www.uan.edu.co/tunja-programas/tunja-pregrado
11	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Villavicencio	http://www.uan.edu.co/villavicencio-programas/villavicencio-pregrado
12	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Cúcuta	http://www.uan.edu.co/comercio-internacional

	Universidades	Programa	Ubicación	Link
13	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Manizales	http://www.uan.edu.co/comercio-internacional
14	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Medellín	http://www.uan.edu.co/comercio-internacional
15	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Armenia	http://www.uan.edu.co/comercio-internacional
16	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Roldanillo	http://www.uan.edu.co/comercio-internacional
17	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Puerto Colombia	http://www.uan.edu.co/comercio-internacional
18	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Bucaramanga	http://www.uan.edu.co/comercio-internacional
19	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Guadalajara de Buga	http://www.uan.edu.co/comercio-internacional
20	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Cartago	http://www.uan.edu.co/comercio-internacional
21	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Pereira	http://www.uan.edu.co/comercio-internacional
22	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Riohacha	http://www.uan.edu.co/comercio-internacional
23	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Valledupar	http://www.uan.edu.co/comercio-internacional
24	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Popayán	http://www.uan.edu.co/comercio-internacional
25	Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Pasto	http://www.uan.edu.co/comercio-internacional
26	Universidad Sergio Arboleda	Comercio Internacional	Bogotá	http://www.usergioarboleda.edu.co/carreras-universitarias/comercio-internacional
27	Universidad del Rosario	Finanzas y Comercio Internacional	Bogotá	http://www.urosario.edu.co/Programa-de-Finanzas-y-Comercio-Internacional/Inicio/

	Universidades	Programa	Ubicación	Link
28	Universidad Tecnológica y Pedagógica de Colombia	Finanzas y Comercio Internacional	Sogamoso	http://www.uptc.edu.co/facultades/f_sogamoso/pregrado/finanzas/inf_general/index.html
29	Universidad de La Salle	Finanzas y Comercio Internacional	Bogotá	http://ceys.lasalle.edu.co/finanzas-comercio-internacional
30	Universidad de Nariño	Comercio Internacional	Pasto	http://facultades.udenar.edu.co/facultad-de-ciencias-economicas-y-administrativas/programa-de-comercio-internacional/
31	Universidad de Nariño	Comercio Internacional	Ipiales	http://facultades.udenar.edu.co/facultad-de-ciencias-economicas-y-administrativas/programa-de-comercio-internacional/
32	Universidad ecci	Comercio Internacional	Bogotá	https://www.ecci.edu.co/es/Bogota/comercio-internacional-271
33	Universidad ecci	Comercio Internacional	Medellín	https://www.ecci.edu.co/es/Medellin/profesional-en-comercio-internacional-569
34	Universidad Popular del Cesar	Comercio Internacional	Valledupar	http://www.unicesar.edu.co/index.php/es/comercio-internacional
35	Corporación Universitaria Republicana	Finanzas y Comercio Internacional	Bogotá	https://urepublicana.edu.co/pages/programas/Profesional/finanzas_y_comercio_internacional
36	Universidad Simón Bolívar	Comercio y Negocios Internacionales	Cúcuta	http://www.unisimoncucuta.edu.co/es/comercio-y-negocios-internacionales
37	Universidad Simón Bolívar	Comercio y Negocios Internacionales	Barranquilla	http://www.unisimon.edu.co/pregrados/comercio-y-negocios-internacionales/2
38	Unidad Central del Valle del Cauca	Comercio Internacional	Tuluá	http://facultades.uceva.edu.co/index.php/inicio-comercio-internaional
39	Fundación Universitaria Internacional Del Trópico Americano	Comercio Internacional	Yopal	http://www.unitropico.edu.co/
40	Corporación Universitaria Empresarial De Salamanca	Finanzas y Comercio Internacional	Barranquilla	http://cues.edu.co/programas-profesionales/finanzas-y-comercio-internacional/

Fuente: Elaboración propia a partir de Ministerio de Educación Nacional (MEN) (2018).

En la siguiente tabla se presentan las principales características de las universidades en Colombia que ofrecen el programa de Comercio Internacional, como son la ubicación, número de semestres y la naturaleza de la universidad, pública o privado.

La ciudad que más oferta el programa de Comercio Internacional es Bogotá d.c., también es ofrecida en los principales puertos marítimos de Colombia y en fronteras como Ipiales y Cúcuta, abarcando regiones en el norte, sur y centro de Colombia.

Ocho universidades tienen dentro de su malla curricular la realización de diez semestres para la obtención del título; cinco universidades presentan nueve semestres en su formación académica y el resto son de ocho semestres.

Existen seis universidades en las que el programa ofertado no solo es Comercio Internacional, sino que viene acompañado de la palabra “Finanzas”; y una universidad que ofrece el programa de “Comercio y Negocios Internacionales”, la cual tiene sede en Cúcuta y Barranquilla.

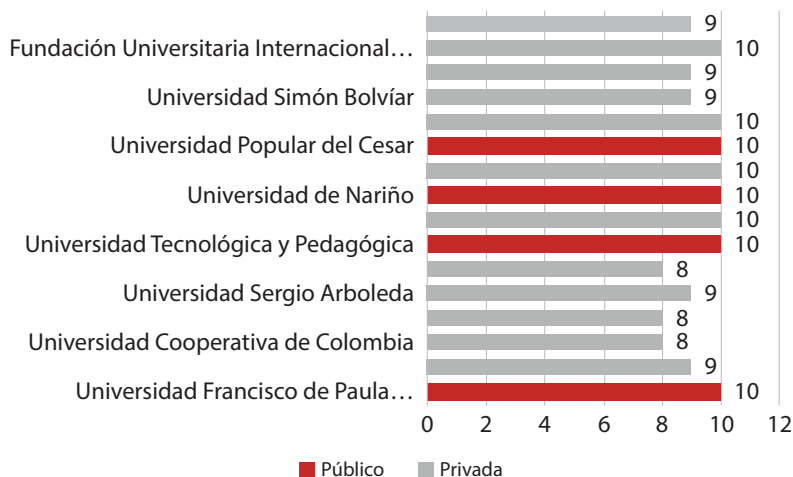
Tabla 3. Principales características de las universidades en Colombia que ofrecen el programa de Comercio Internacional.

Universidades	Programa	Ubicación	Semestres	Público	Privada
Universidad Francisco de Paula Santander	Comercio Internacional	Cúcuta	10	X	
Universidad Jorge Tadeo Lozano	Comercio Internacional y Finanzas	Bogotá y Cartagena	9		X
Universidad Cooperativa de Colombia	Comercio Internacional	Bogotá y Santa Marta	8		X
Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Bogotá, Manizales, Medellín, Armenia, Ibagué, Cali, Roldanillo, Cartagena, Puerto Colombia, Bucaramanga, Guadalajara de Buga, Cartago, Cúcuta, Neiva, Pereira, Riohacha, Santa Marta, Tunja, Valledupar, Villavicencio. Popayán y Pasto.	8		X
Universidad Sergio Arboleda	Comercio Internacional	Bogotá	9		X

Universidades	Programa	Ubicación	Semestres	Público	Privada
Universidad del Rosario	Finanzas y Comercio Internacional	Bogotá	8		X
Universidad Tecnológica y Pedagógica de Colombia	Finanzas y Comercio Internacional	Sogamoso	10	X	
Universidad de La Salle	Finanzas y Comercio Internacional	Bogotá	10	X	
Universidad de Nariño	Comercio Internacional	Pasto e Ipiales	10	X	
Universidad ecci	Comercio Internacional	Bogotá y Medellín.	10		X
Universidad Popular del Cesar	Comercio Internacional	Valledupar	10	X	
Corporación Universitaria Republicana	Finanza y Comercio Internacional	Bogotá	10		X
Universidad Simón Bolívar	Comercio y Negocios Internacionales	Cúcuta y Barranquilla	9		X
Unidad Central del Valle del Cauca	Comercio Internacional	Tuluá	9		X
Fundación Universitaria Internacional del Trópico Americano	Comercio Internacional	Yopal	10		X
Corporación Universitaria Empresarial de Salamanca	Finanzas y Comercio Internacional	Barranquilla	9		X

Fuente: elaboración propia a partir de MEN (2018).

Imagen 1. Universidades colombianas con pregrado en Comercio Internacional: naturaleza y número



Fuente: elaboración propia a partir de MEN (2018).

En la tabla siguiente se presenta nuevamente la relación de las universidades, pero de acuerdo con el registro calificado y la acreditación. De estas solo dos de ellas presentan acreditación de Alta Calidad ante el MEN (datos a mayo de 2018) y son instituciones del orden privado, ubicadas en la ciudad de Bogotá.

Tabla 4. Relación de Universidades en Colombia de Comercio Internacional con registro calificado y acreditadas

Universidades	Programa	Registro IMEN
Universidad Francisco de Paula Santander	Comercio Internacional	Calificado
Universidad Jorge Tadeo Lozano	Comercio Internacional y Finanzas	Alta Calidad (solo Bogotá)
Universidad Cooperativa de Colombia	Comercio Internacional	Calificado
Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Calificado
Universidad Sergio Arboleda	Comercio Internacional	Calificado
Universidad del Rosario	Finanzas y Comercio Internacional	Alta Calidad
Universidad Tecnológica y Pedagógica de Colombia	Finanzas y Comercio Internacional	Calificado
Universidad de La Salle	Finanzas y Comercio Internacional	Calificado
Universidad de Nariño	Comercio Internacional	Calificado
Universidad Ecci	Comercio Internacional	Calificado

Universidades	Programa	Registro IMEN
Universidad Popular del Cesar	Comercio Internacional	Calificado
Corporación Universitaria Republicana	Finanzas y Comercio Internacional	Calificado
Universidad Simón Bolívar	Comercio Internacional	Calificado
Fundación Universitaria Internacional del Trópico Americano	Comercio Internacional	Calificado
Unidad Central del Valle del Cauca	Comercio Internacional	Calificado
Corporación Universitaria Empresarial de Salamanca	Finanza y comercio Internacional.	Calificado

Fuente: elaboración propia a partir de men (2018).

El Comercio Internacional en el contexto departamental

En función de las necesidades económicas y sociales del Departamento de Norte de Santander.

El Departamento del Norte de Santander, desde los siglos XIX y XX presenta una economía dependiente de los intercambios de la zona de frontera y de igual manera una fuerte dependencia de materias primas que, de acuerdo a la explotación extractivas y de las diversas riquezas minerales, como el petróleo, sus derivados y minerales como el carbón, junto a productos agroforestales, la madera, la ganadería y demás producción del sector agrícola, son las principales fuentes de riqueza y producción de la región, las cuales generan ingresos, que de acuerdo a las dinámicas de la Economía Mundial, no permite participar de las Cadenas Globales de Valor, que impulsan una diversificación dentro de los mercados internacionales. (Comité Internacional de la Cruz Roja [CICR], 2007)

Norte de Santander presenta rasgos económicos particulares que lo distinguen del resto del país. Su estructura económica y la existencia de una franja fronteriza con Venezuela, sustenta el dinamismo que le imprime el sector comercial y de servicios, que en esta zona del país se caracteriza por depender de la economía del país vecino; a diferencia de otras regiones del país que sustentan un modelo industrial dirigido al mercado interno y otras más avanzadas con una fuerte participación del sector externo.

En el marco del reciente modelo de desarrollo económico implementado en el país, un modelo extractivo, basado en la explotación de recursos energéticos y una alta inversión extranjera, la condición fronteriza resulta en una ventaja competitiva que la hace posicionarse con relativa ventaja frente a otras ciudades y regiones del país. De este modo, la propuesta educativa de la UFPS tiene gran relevancia en el crecimiento social, cultural y económico, constituyéndose como un factor de desarrollo

en la región, ya que contribuye a la formación de profesionales especializados en el comercio internacional con visión global que aporta al mejor conocimiento de la actividad comercial regional e internacional, por medio de la mejor utilización de los factores productivos de la región y apoyando la consolidación de pequeñas y medianas empresas competitivas en el mercado internacional; así mismo, propende por la consolidación de la zona de integración fronteriza que facilite las operaciones de intercambio internacional de bienes servicios, capitales, personas de negocios y de medios alternativos de solución de controversias hacia un desarrollo integral de la frontera colombo-venezolana y un crecimiento de la producción regional.

Ante esto, la UFPS creó el programa de Comercio Internacional en correspondencia con la constante evolución en aspectos tanto económicos como sociales, migratorios, tecnológicos, políticos y culturales, para fundamentar su quehacer académico hacia la construcción de sociedades de proyección e interacción mundial con diversos matices, con base en la profundización de áreas básicas, disciplinares y de desarrollo humano, formando profesionales con comprensión global de los procesos y continuos cambios a escala nacional y mundial y aprovechando las oportunidades que esta situación genera.

El quehacer de la Universidad Francisco de Paula Santander en la organización del proceso de docencia e investigación de extensión produce momentos en los que el ser humano tiene la facultad de comprometer la voluntad de servicio y la disciplina que tienen todos los miembros de la comunidad universitaria y el personal de aquellas entidades externas a su marco de emprendimiento.

En este sentido, la UFPS reconoce la participación de la formación profesional en Comercio Internacional en la generación de iniciativas que permiten la formación de profesionales integrales en un ámbito de “nuevas realidades”, con las competencias para analizar la actividad empresarial, industrial y de servicios desde una perspectiva que aborde el alcance, significado, importancia y evolución de los diversos procesos de internacionalización y globalización de la economía y los efectos que producen en el desarrollo de la región fronteriza y en el ámbito nacional.

En función del impacto

El programa de Comercio Internacional surge dentro de la Facultad de Ciencias Empresariales ante la carencia de profesionales en esta disciplina, tanto en el ámbito regional como el binacional. El programa que ofrece la UFPS se diferencia de otros a nivel nacional y regional porque se centra en la zona binacional en un contexto fronterizo, lo que permite enfatizar en las potencialidades y problemáticas entre dos pueblos, el Estado Táchira, (Venezuela) y el Departamento de Norte de Santander, (Colombia) cuya experiencia acumulada evidencia la construcción de un tejido social con importantes lazos de hermandad y fraternidad.

Desde el punto de vista de la oferta, no existen programas académicos de universidades públicas que tengan por objeto específico el comercio internacional y, si bien es cierto que algunas universidades privadas en la ciudad de Cúcuta ofrecen la carrera Comercio Exterior y Comercio Internacional, el enfoque es más encaminado a la aplicación y ejercicio del comercio exterior y a los negocios internacionales. Lo anterior ha permitido investigar y así mismo comparar el pregrado en Comercio Internacional con otros programas que ejecutan las mismas áreas de estudios de las universidades nacionales e internacionales.

Desde el punto de la globalización, se resalta la importancia que desempeña la evolución del conocimiento en comercio internacional y su influencia en las transformaciones de las legislaciones internas con currículos que evidencian un alto contenido en finanzas, economía, negocios internacionales, relaciones internacionales y administración de negocios, situación que refleja una clara expansión de la respuesta al proceso de internacionalización de la economía colombiana. No obstante, se evidencia un escaso nivel de profundización en aspectos teóricos y de formalización con otras disciplinas, lo anterior en respuesta a la escasa existencia de documentos en las universidades que examinen estos temas².

De los programas identificados en los cuadros anteriores, se observan similitudes en los nombres y algunas diferencias en los enfoques; sin embargo, existe una alta correspondencia en los temas relacionados con la economía mundial, por ello la estructura curricular contempla ejes en economía, matemáticas, estadística, finanzas y comercio internacional. La diferencia radica en la correspondencia con el Proyecto Educativo Institucional; situación que resalta la participación de la UFPS en responder participativamente a los asuntos de la zona de frontera, dada su ubicación geográfica, la escasa oferta de programas en la región y el alto compromiso con el desarrollo binacional.

2 Podría considerarse que es una disciplina relativamente nueva y que ha venido adaptándose a la dinámica de las demás disciplinas, en correspondencia con la dinámica de la economía mundial.

Tabla 5. Instituciones de educación superior que ofertan el pregrado de Comercio Internacional en departamento Norte de Santander

IES	Programa	Ciudad	Link
Universidad Francisco de Paula Santander	Comercio Internacional	Cúcuta	www.ufps.edu.co
Universidad de Santander (UDES)	Comercio Exterior	Cúcuta	https://www.udesa.edu.co/
Fundación de Estudios Superiores Comfanorte (FESC)	Administrador de Negocios Internacionales	Cúcuta	https://www.fesc.edu.co/portal/
Universidad Antonio Nariño	Comercio Internacional	Cúcuta	http://www.uan.edu.co/
Universidad Simón Bolívar	Comercio y Negocios Internacionales	Cúcuta	https://www.unisimon.edu.co/cucuta/

Fuente: elaboración propia tomada del Sistema Nacional de Información de Educación Superior (SNIES) (2020).