



¿LAS ORGANIZACIONES ACTUALES REQUIEREN PARA SUS PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN PROFESIONALES EN EL PREGRADO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES, COMERCIO EXTERIOR O COMERCIO INTERNACIONAL?

Catalina Andrea Rojas Usuga

Estudiante de Administración en Negocios Internacionales

ADMINISTRACIÓN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Medellín

2018

¿LAS ORGANIZACIONES ACTUALES REQUIEREN PARA SUS PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN PROFESIONALES EN EL PREGRADO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES, COMERCIO EXTERIOR O COMERCIO INTERNACIONAL?

Asesor: pHd. MARCO ANTONIO RUIZ CORREA

Doctor en Ciencias Jurídicas y económicas

Magister en Administración

Especialista en Gerencia de Negocios Internacionales

Profesional en Negocios Internacionales

Tecnólogo en Comercio Internacional

ADMINISTRACIÓN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Medellín

2018

Agradecimiento

Agradezco a Dios por las facultades, habilidades y sapiencia para concluir mis estudios.

Tabla de Contenido

Agradecimiento.....	3
Lista de tablas	5
Lista de Graficas	6
Introducción.....	7
Planteamiento del problema de la Investigación	9
Formulación del problema central de la Investigación.....	9
Justificación.....	10
Negocios Internacionales.....	12
Comercio exterior:	13
Comercio Internacional:.....	13
Objetivos:	14
Objetivo General:.....	14
Objetivo específicos:	14
Metodología.....	15
Universo, Población y Muestra	15
Marco Conceptual.....	16
Marco Teórico y/o Estado del arte	20
Marco legal que regulan las operaciones de Negocios Internacionales en Colombia	24
Análisis de los resultados	29
Análisis de la información	47
Conclusiones	49
Bibliografía	51
Formato encuesta	53

Lista de tablas

Tabla 1 Contraste entre los métodos de negociación tradicionales y modernos	21
Tabla 2 Competencias Específicas De Administración De Empresas	23
Tabla 3 Leyes que regulan el Comercio Exterior en Colombia	25
Tabla 4 Decretos que regulan el Comercio Exterior en Colombia	26
Tabla 5 Género de la persona entrevistada	29
Tabla 6 Sector de la empresa entrevistado.....	30
Tabla 7 Perfil profesional de la persona entrevistada	31
Tabla 8 Competencias de la empresa para el proceso de internacionalización.....	32
Tabla 9 Competencias requeridas del profesional	34
Tabla 10 Competencias blandas requeridas para el profesional	35
Tabla 11 Competencias duras requeridas en el profesional	36
Tabla 12 Proceso de internacionalización de la empresa.....	38
Tabla 13 Operación de la empresa.....	38
Tabla 14 Beneficios gubernamentales	39
Tabla 15 Negociaciones y acuerdos de pago	40
Tabla 16 Diferencia en los perfiles profesionales	42
Tabla 17 Diferencias en perfiles profesionales	43
Tabla 18 Tratados suscritos y vigentes de Colombia.....	44
Tabla 19 Especializaciones requeridas	45

Lista de Graficas

Grafica 1 Porcentaje del Género entrevistado	29
Grafica 2 Sector de la empresa	30
Grafica 3 perfil profesional de la persona entrevistada	32
Grafica 4 Considera que la empresa está preparada en capacidad de competir contra otras marcas de tipo mundial a nivel:.....	33
Grafica 5 ¿qué tan importante considera las siguientes competencias en la posibilidad de contratar un profesional en Negocios Internacionales, Comercio Exterior y/o Comercio Internacional?.....	34
Grafica 6 importancia ¿qué tan importante considera las siguientes competencias en la posibilidad de contratar un profesional en Negocios Internacionales, Comercio Exterior y/o comercio internacional?	36
Grafica 7 ¿qué tan importante, son los siguientes requerimientos normativos y legales para el proceso de internacionalización de la empresa?	37
Grafica 8 ¿Qué proceso de internacionalización está manejando la empresa actualmente?	38
Grafica 9 ¿La empresa realiza sus procesos de nacionalización a través de una agencia de aduanas o funciona como UAP, Altex u OEA?.....	39
Grafica 10 ¿La empresa tiene algún beneficio gubernamental por la importación, exportación y/o transformación de materia prima?	40
Grafica 11 ¿Los acuerdos de pago, venta y compra de divisas están a cargo del departamento de Comercio Exterior?.....	41
Grafica 12 ¿Sabe usted cual es la diferencia entre los programas de formación profesional: Administración en negocios Internacionales, Comercio Exterior, Comercio Internacional?.....	42
Grafica 13 ¿De acuerdo a la pregunta anterior y entendiendo el perfil profesional de cada área, cual aplica de mejor manera para el proceso de internacionalización de la empresa?	43
Grafica 14 Tratados suscritos y vigentes	45
Grafica 15 ¿Cuál de las siguientes especializaciones y/o formación específica le gustaría que tuviera la persona que esté a cargo del departamento de comercio	46

Introducción

Desde el surgimiento de las comunidades, se ha requerido las negociaciones y la administración ya sea en lo social, lo económico e incluso en el conocimiento, por ello muchos teóricos y pensadores comenzaron el estudio de la Negociación como base fundamental de lo que hoy llamamos sociedad. Y, ¿Por qué son tan importantes las negociaciones?, pues la implementación de sistemas de gestión o administrativos han permitido generar orden y lineamientos para la convivencia, la productividad y el desarrollo, desde la crisis en las cosechas de granos que amenazaban con una hambruna en 1846 en Gran Bretaña, fue la primera vez que se implementó como política gubernamental abolir los aranceles a la importación.

Durante este transcurrir de tiempo, aparece la revolución industrial a finales del siglo XIX, se comenzaron a gestar organizaciones de índole productiva o las conocidas empresas, es allí donde se genera el punto de inflexión y las Negociaciones vuelcan sus esfuerzos por buscar las mejores opciones, teorías y conocimiento para impulsar el éxito de estas organizaciones. Pero de tal manera cómo transcurre el tiempo, la evolución del administrador y/o negociador también viene en evolución desde la misma época, los conceptos o los procesos, el entorno, la sociedad el medio ambiente ha cambiado exigiendo al negociador diferentes habilidades, conocimiento, con niveles de conciencia, ética y moral, generando negociadores cada vez más integrales.

Entonces, si se plantea que el negociador, las negociaciones y la administración como gestora de conocimiento vienen evolucionando, ¿Cómo observar, contextualizar, implementar y dado el caso superar el pasado, en términos de referentes en Negociaciones?, es aquí donde aparece uno de los retos, puesto que los teóricos referentes de estudio de negociaciones y administración, como: Adam Smith, David Ricardo, Taylor, Fayol, Barnard, y Von Bertalanffy, han sido exitosos en el sector productivo y se ha tratado de replicar con éxito estas teorías en organizaciones de otra índole, pero se debe romper el paradigma, de que lo conocido es lo seguro, el negociador actual debe empaparse y conocer todo lo que involucre a la organización y sus procesos, debe saber identificar donde una de las teorías referentes puede ser de su ayuda o donde su perspectiva puede aportar, puede mezclar las teorías o incluso generar nuevas, aportando a la generación de conocimiento, es allí donde debe centrarse la gestión, y el estudio

de los Negocios Internacionales, así como las necesidades y las organizaciones evolucionan, la aplicabilidad y las teorías también deben evolucionar paralelamente.

Sí el estudio de las negociaciones desde hace algún tiempo, ha sido basado en la empresas, cabe indagar: ¿Qué consecuencias ha generado el establecimiento del modelo empresarial vigente?, ¿Cuáles de ellas necesitan ser transformadas?, los modelos empresariales se han establecido con el fundamento de generar rentabilidad y en su mayoría cumplir con normativas y regulaciones legales, sin dejar a un lado la innovación y el liderazgo que son rasgos característicos de la compañías diferenciales, adicionalmente estos dos ingredientes llevan dividendos a la organización, algunas compañías implementan como estrategia la responsabilidad social, otras usan los impactos ambientales reducidos, en fin, los modelos actuales siguen la ruta de la rentabilidad, muchas veces sin medir las consecuencias de actos o decisiones con repercusiones nefastas, para la sociedad, la economía o el ambiente, a pesar que pretendan ser hoy socialmente y/o ecológicamente responsables.

Siendo así los modelos vigentes, ¿Cómo pueden caracterizarse un pensamiento y una práctica en las negociaciones internacionales renovadas?, La contemporaneidad exige que los Negociadores del siglo XXI, posean un pensamiento y proceder proactivo, ético, con respeto de la moral y las normas, conciencia colectiva, compromiso y responsabilidad respecto al entorno social, ambiental y económico, un liderazgo que permita explotar todo lo positivo de los miembros de la organización, llevando como consecuencia un impacto positivo a la sociedad y un crecimiento empresarial que redunde en beneficios para los empresarios.

Planteamiento del problema de la Investigación

La acelerada apertura económica que viene ocurriendo producto de la globalización y la informatización de las económicas ofrece grandes oportunidades de alcanzar un desarrollo verdaderamente mundial. Algunos países se están integrando a la economía mundial con mayor rapidez que otros. En los países que han logrado integrarse, el crecimiento económico es más rápido y la pobreza disminuye, la nueva revolución industrial, que significa la robótica y la automatización, la apertura hacia el espacio que rodea el planeta tierra, el que constituye ya la nueva frontera, en lo científico, lo industrial y lo económico; la urbanización hacia las grandes metrópolis; el impacto de la producción en el medio ambiente; la desmaterialización creciente de la economía, la internacionalización creciente de las ciencias, de las tecnologías y de los sistemas productivos con sus aspectos positivos y negativos; la relocalización y nueva distribución de los centros de poder y de decisión; ha posibilitado la aparición de un sinnúmero de oportunidades comerciales, tratados de libre comercio, acuerdos de cooperación comercial, acuerdos bilaterales de intercambio comercial e innumerables necesidades que enfrenta la empresa actual, buscando estar a la vanguardia con los cambios que cada día se presentan y para los cuales deben estar preparados si el objetivo es permanecer en el tiempo.

Entendiendo la dinámica actual y las necesidades corporativas y empresariales las universidades han creado los pregrados en Negocios Internacionales y Comercio Exterior con la finalidad de preparar profesionales integrales, capaces de manejar las áreas de comercio internacional, negociaciones internacionales, régimen cambiario, gestión aduanera y gestión logística. Sin embargo estas situaciones y las condiciones del empleo, de la fuerza de trabajo y el cambio constante hacen indagar cuál de los programas que actualmente se dictan en Antioquia cubre las necesidades de la empresa moderna de una forma integral.

Formulación del problema central de la Investigación

De acuerdo a lo anterior, se ha decidido responder el siguiente interrogante ¿las organizaciones actuales requieren para sus procesos de internacionalización profesionales en el pregrado de Negocios Internacionales, Comercio Exterior o Comercio Internacional?

Justificación

Las condiciones están dadas para avanzar sin temor por el camino de la globalización, el lento pero notorio crecimiento económico nos invita a aprovechar los acuerdos preferenciales existentes, a abrir nuevos mercados y continuar con la idea expansionista iniciada ya hace varios años, ahora con más experiencia y preparación. En este orden de ideas y debido a estas necesidades las compañías, tanto privadas como públicas buscan personal capacitado que les facilite la inmersión en los mercados extranjeros, disminuyendo los riesgos de pérdida ampliando las oportunidades; es por ello que surge una actividad en el campo académico respuesta asertiva a éstas necesidades y da como resultado una herramienta útil y en constante evolución: el Negociador Internacional, quien proporciona una capacidad técnica que debe sobrepasar los límites regionales y abarcar una mentalidad abierta, pero a esto se le debe adicionar una capacidad innovadora y práctica que permita desenvolverse con mayor facilidad en las negociaciones y en el ámbito empresarial en general; es decir, un negociador debe ser técnico en la materia y práctico en su diario vivir. (García-Lomas, 2015, pág. 74)

Los cambios graduales y casi imperceptibles, cuyo resultado viene a notarse con el transcurso de los años y la acelerada apertura al intercambio internacional de bienes, servicios e inversiones es uno de ellos. Ese proceso, iniciado en los años 90 bajo el gobierno de Gaviria, cambió la orientación económica fundamental que había adoptado el país desde 1950, la que se puede resumir como dada por una alta protección y un sistema monetario de fomento. Los elementos económicos del nuevo pacto social de 1991 tenían y tienen implicaciones para el diseño de las políticas públicas, para la organización y estrategias de las empresas y para el comportamiento de los agentes económicos. La interacción con compañías extranjeras y con culturas diferentes condujeron a la desregularización de los mercados de capitales, de bienes y servicios y de trabajo, determinando la situación actual incrementando los problemas sociales tales como el desempleo, mano de obra poco calificada y preparada y que junto a una deficiente regulación laboral agudizaron los índices de pobreza del país, no obstante la inversión extranjera ha aumentado considerablemente. Sin embargo no ha sido suficiente para decir que las empresas Colombianas realmente han logrado conseguir la expansión internacional esperada ya que desde el principio la balanza comercial ha presentado una notable desigualdad siendo más las importaciones que las exportaciones. (Lugo, 2009)

La inserción en la economía es un proceso complejo, esquematizado y de gran volatilidad. Uno de los efectos más notables es el incremento de las corrientes comerciales y el crecimiento de la participación del comercio exterior en la totalidad de la actividad económica, pero lo paradójico es que se propone a los países subdesarrollados una apertura económica mientras que los países del primer mundo optan por una política cada vez más proteccionista. A principios de los 90, Colombia tenía los aranceles más altos de todo el grupo Andino, por encima de países como Bolivia y Perú ratificando así su política proteccionista y logrando un considerado retraso tecnológico, así como una considerable limitante frente a la innovación, la productividad, una pobre y costosa oportunidad de materias primas, de bienes de capital y escasas oportunidades de exportaciones. Esta excesiva protección llevó a la industria a caer en estructuras Monopólicas y oligopólicas lo cual se reflejaba en los precios y la calidad del producto haciendo al sector aún más vulnerable para enfrentar a un mercado mundial (Martinez, 2009) Entendiendo el nuevo modelo y la necesidad de cambiar la manera de hacer las cosas y aún más importante, las relaciones con otras culturas debían manejarse de una manera diferente, empieza a tomar fuerza la importancia de indagar más sobre las culturas a las cuales se pensaba incursionar y considerando la importancia de tener una persona capacitada y enfocada solo en ese sentido, considerando las diferencias en las que se puede incurrir durante una negociación internacional, que van desde una diferencia ideológica hasta un rompimiento comercial; se entiende que por esta razón se necesitan profesionales con tacto y habilidad que faciliten las comunicaciones, otorguen mayor fluidez a las negociaciones y sirvan de llave para abrir nuevos horizontes comerciales. Este tipo de personas debe tener una mente abierta a las nuevas ideas, flexibilidad en las decisiones, saber identificar oportunidades y tolerar derrotas. En definitiva, estos profesionales no son otra cosa que el producto de la necesidad comercial y de la acelerada globalización. (Montoya Botero, 2014)

El temor de que la penetración en la economía mundial condujera a un colapso empresarial resultó ser falso. Por el contrario, la economía Colombiana ha crecido y se ha diversificado en la medida en que se ha abierto hacia el exterior. Han surgido nuevos renglones de exportación. La inversión extranjera está aportando tecnología y creando nuevas fuentes de empleo formal (Delgado, 2013). Las empresas han respondido a la competencia externa mejorando la productividad y adoptando prácticas gerenciales de clase mundial. El incremento de importaciones de maquinaria y equipo ha permitido modernizar el aparato productivo nacional.

Las importaciones también han puesto al alcance de los consumidores una mayor variedad de bienes a precios razonables (Aldanaa, Villalba, & Cueto, 2006). Todo lo anterior demuestra la imperiosa necesidad de seguir contando con personas capacitadas para la internacionalización de las empresas, pero hay que tener en cuenta que las negociaciones internacionales no sólo se basan en el intercambio de bienes y/o servicios, también buscan alianzas estratégicas que permitan aumentar la productividad, reducir costos, mejorar la calidad, facilitar el ingreso de una empresa al mercado local o posicionar una nacional en el extranjero, entender el movimiento del mercado, disminuir el riesgo, aventurarse en la producción de un nuevo producto, en la prestación de un nuevo servicio o la posesión y control de un negocio internacional y como se plantea anteriormente un profesional en el campo de Negocios Internacionales debe tener en su formación no solo la parte técnica también la humana, valores como sensibilidad, afectividad, raciocinio, determinación y carácter (Molina, 2015). El mercado, el país, las compañías necesitan profesionales integrales que puedan enfrentarse a los enormes desafíos que impone un mundo cada vez más globalizado profesionales que sean capaces de afrontar retos y tendencias sociales, culturales y económicas. Por esta razón en el presente artículo analizaremos los programas de pregrado en Negocios Internacionales, Comercio Exterior y Comercio Internacional dictados por las Universidades en Antioquia y se buscare identificar si las mallas curriculares están en camino a formar profesionales competentes y competitivos, enfocado en el desarrollo de un proyecto de vida socialmente responsable y con la capacidad de ser líder en procesos sociales que involucren otras culturas y diversas maneras de plantear situaciones.

Negocios Internacionales

Esta carrera es de naturaleza administrativa y comercial, está centrada en la implementación de estrategias para el logro de objetivos empresariales.

Un profesional se dedica a la identificación y capitalización de oportunidades de negocios e inversiones internacionales, apertura de mercados, la planeación, organización y dirección de áreas con actividad internacional en las empresas además de implementación de proyectos y estrategias para el desarrollo competitivo de las organizaciones.

Comercio exterior:

Esta carrera es de naturaleza administrativa y está centrada en el movimiento de productos y servicios (exportaciones e importaciones), enfocada en la norma y correcta aplicación de la misma.

Un profesional se dedica a la utilización de estrategias y técnicas de comercialización efectiva, evaluación de variables involucradas en el comercio internacional y diagnóstico, diseño, detección e implantación de soluciones de comercialización de bienes y servicios.

Comercio Internacional:

Esta carrera es de naturaleza administrativa y económica y está centrada en los movimientos comerciales y financieros que tienen lugar en un ámbito universal.

Un profesional se dedica a las transacciones comerciales internacionales que se desarrollen a nivel mundial entre bloques comerciales y entidades existentes que reglamentan y organizan la normatividad internacional.

Objetivos:**Objetivo General:**

Identificar las competencias profesionales que requieren las personas que intervienen en los procesos de internacionalización en las empresas productoras de consumo masivo y materias primas intermedias de Medellín.

Objetivo específicos:

Analizar los programas de pregrado de la ciudad de Medellín que facilitan los procesos de internacionalización en organizaciones productoras de consumo masivo y materias primas intermedias.

Conocer el estado actual de la oferta de programas de negocios internacionales, comercio internacional y comercio exterior o afines en la ciudad de Medellín

Establecer las competencias necesarias para el desempeño laboral de un profesional en el área de internacionalización en las empresas productoras de consumo masivo y materias primas intermedias de Medellín

Metodología

El desarrollo de este trabajo de investigación es cualitativo/ descriptivo, cualitativo porque pretende conocer cuáles son las competencias necesarias, que debe tener y desarrollar un profesional en Negocios Internacionales, Comercio Exterior y Comercio Internacional, con base en los requerimientos de las empresas productoras de consumo masivo y materias primas intermedias, en su proceso de internacionalización en la ciudad de Medellín. Para describir las competencias se consultan fuentes primarias y secundarias. Estas fuentes primarias son las personas encargadas de la contratación de profesionales en el tipo organizaciones, previamente enunciadas, la consulta se ejecuta medio de una entrevista, esta actividad establece desde la experiencia de los entrevistados, desde su óptica personal y organizacional, los requerimientos, en habilidades y conocimientos para el personal del proceso de internacionalización, esto permite obtener los resultados de la investigación; las fuentes secundarias estarán basadas en revisión bibliográfica y el análisis de contenidos de diferentes autores que permita comprender desde la teoría las competencias laborales del profesional en Negocios Internacionales, Comercio Exterior y Comercio Internacional.

Adicionalmente, la investigación es de tipo descriptivo porque arroja información de las competencias necesarias que debe tener un profesional en Negocios Internacionales, Comercio Exterior y Comercio Internacional, de esta forma los datos recolectados de acuerdo con la población serán tabulados y posteriormente descritos. Con el fin de establecer una sugerencia para el foco de formación de los futuros profesionales.

Universo, Población y Muestra

Empresas productoras de consumo masivo y materias primas intermedias.

Se ha establecido esta población puesto que la mayoría de instituciones educativas en diversos campos de estudio, establecen como foco y pilar de su plan de estudio, atacar y satisfacer la necesidad de las organizaciones de mayor envergadura en un radio geográfico cercano. En la concepción de un programa académico las instituciones investigan cuales son las necesidades y tendencias locales, luego regionales y posteriormente nacionales e internacionales, esto con el

fin de crear un programa que satisfaga las necesidades latentes en su geo zona y esta pueda expandirse, para el desarrollo de dicha investigación las instituciones acuden a las compañías de mayor tamaño, e indagan sobre las necesidades presente y futuras, este es el caso de las empresas productoras de consumo masivo y materias primas intermedias, ya que comprenden diversos procesos de internacionalización, por ende son las que mayor demanda, tareas, conocimiento, manejo de la normatividad y retos presenta a un profesional en procesos de internacionalización, y mayor interés por parte de las instituciones educativas despierta, ya que al abarcar las necesidades de compañías de gran tamaño, los programas académicos pueden cubrir la demanda y necesidades de compañías de menor tamaño y de procesos menos complejos. Es por estas razones que se han elegido este tipo de organizaciones para conducir la investigación.

La población o universo a estudiar estuvo constituido por los gerentes generales y/o jefes de comercio exterior de empresas de Medellín en procesos de internacionalización

Marco Conceptual

Las competencias representan una combinación dinámica de conocimiento, comprensión, y habilidades. Fomentar las competencias es el objeto de las instituciones de educación, la

importancia de desarrollar conocimientos y habilidades específicos como base para el campo laboral, ha resaltado el hecho de que el tiempo y la atención también deben dedicarse al desarrollo de competencias genéricas o habilidades transferibles. Este último componente es cada vez más relevante para preparar bien a los estudiantes para su futuro papel en la sociedad en términos de empleabilidad y ciudadanía. Los resultados del aprendizaje son declaraciones de lo que se espera que un alumno sepa, para su vida laboral, es decir, cuando deje de pertenecer a la académica y haga parte del mercado laboral

La palabra competencia apareció en latín en la forma de *competens* que era concebido como el ser capaz y fue permitido por la ley/regulación, y en la forma de *competentia*, entendido como la capacidad y la permisión. En el siglo XVI el concepto estaba ya reconocido en inglés, francés y holandés; en la misma época se data el uso de las palabras *competence* y *competency* en la Europa occidental. Así que queda claro que el concepto de competencia tiene una amplia historia, por ello no es sorprendente que ser profesionalmente competente, ser suficientemente capaz y poder desempeñar ciertas tareas, haya sido una aspiración a lo largo de los tiempos. (Mulder, Weigel, & Collings, 2008)

Debido a la cada vez más acelerada globalización las empresas han reiterado la necesidad de volverse más competitivas enfrentado el nuevo escenario económico con una actitud más flexible, productiva y con una importante y destacada responsabilidad social. Desde comienzos del siglo XXI el entorno económico demanda una mayor competitividad para lo cual las empresas deben hacer un mejor esfuerzo cada día, para satisfacer las necesidades y gusto cada vez más diversos y que solo buscan la satisfacción del consumidor.

Las compañías actualmente se van viendo inmersas en un mundo cambiante y con cada cambio nuevos retos. A medida que las empresas cambian y se adaptan a los nuevos mercados y exigencias evolucionan también en sus procesos. Uno por no decir que el único reto de las empresas actualmente es hacer algo diferente algo que genere valor agregado, teniendo en cuenta que el valor agregado solo puede considerarse de esta manera si el usuario final así lo percibe, de lo contrario es solo una mejora a un proceso en una empresa.

Las empresas públicas y privadas de Medellín no están al margen de generar nuevos procesos que le permitan ser más eficientes, estar a la vanguardia con las necesidades actuales, generar

crecimiento económico y desarrollo social. Los ya tradicionales acuerdos comerciales y los nuevos cada vez más exigentes tratados de libres comercio, hacen que las empresas reconsideren sus posiciones ante la diversificación en sus productos y capacitación en la mano de obra. La innovación está dejando de ser una alternativa para convertirse en una obligación si lo que se busca es incursionar en mercados no explorados.

La negociación internacional es definida por (García, 2015), como “aquella negociación que tiene lugar entre las empresas de distintos países; es la actividad en que se realizan operaciones de compra y venta internacional, acuerdo de precio, garantías, precio y plazos”. (p.10)

De acuerdo a lo expuesto por García se puede definir la negociación internacional como un proceso en el que necesariamente deben intervenir como mínimo dos partes y cuando la negociación se realiza a nivel internacional se deben tener en cuenta características como por ejemplo, que éstas se realizan en diferentes etapas, durante las cuales se van alineando conceptos y definiendo responsabilidades.

En ese sentido (Ziem, 2012) dice “Existen diversos tipos de negociación internacional. Considerando la integrativa la más relevante, en la que cada una de las partes expresa qué puntos le interesa negociar y definir así una agenda común”

Según esto, la negociación ideal es la que facilita tratar aspectos importantes para ambas partes sin invertir demasiado tiempo en reuniones sin enfoque, este tipo negociación lo que busca es que ambas partes logren salir beneficiadas en la ecuación conocida como el “Ganar-Ganar”. En gran medida podría decirse que no todas las negociaciones siempre logran ese objetivo sin embargo poder alcanzarlo va muy ligado al tipo de conocimiento y competencia que tiene la persona o las personas encargadas de liderar una negociación.

Las competencias profesionales pueden definirse como el examen final que el mercado productivo le realiza al sector educativo ya que en ésta se muestra que tan competitivo es un egresado para la demanda del mercado laboral. Esto se debe a que durante la última década una nueva estructura se presenta en el diseño de los programas de formación académica, ya que estos se basan en las competencias laborales, los atributos personales del profesional no se definen desde la universidad sino que se seleccionan a partir de la estrategia empresarial. Como lo

definen (Duque & Carazo, 2005) “El mejoramiento de los atributos del profesional vinculado al trabajo, depende en gran medida, del ámbito de su desempeño: rendimiento global de la empresa, rendimiento del grupo, eficiencia de los procesos, de la capacidad financiera y económica de la compañía y otros”. Podríamos concluir entonces que el nivel competitivo y de formación de un profesional es directamente proporcional al nivel de internacionalización y estrategia que implemente la empresa para su proceso de expansión, los cuales a su vez se convierten en requisitos a desarrollar en los programas académicos.

En ese mismo sentido (Brunner & Villalobos, 2014) dicen: “las instituciones de educación superior a lo largo de la historia han tenido la misión de preparar a las personas para el ejercicio de roles adultos, particularmente en el mercado de las ocupaciones”. Es por esta razón que en el contexto laboral, las universidades se orientan fuertemente a formar profesionales basados en la información y conocimiento que está experimentando la acelerada transformación del mercado

Hacer la distinción entre aprendizaje y competencias es base fundamental para entender el rol del estudiante en el mercado laboral, el aprendizaje está ligado al conocimiento técnico del área de estudio puntual, mientras que las competencias es la habilidad y capacidad de poner en práctica ese aprendizaje, saber aplicarlo y llevarlo a un plano no académico. Las competencias se describen como puntos de referencia para el diseño y la evaluación de planes académicos, no como reglas inquebrantable, el contexto académico permiten flexibilidad y autonomía en la construcción de estos proyectos académicos y al mismo tiempo, proporcionan un lenguaje común para describir el rol de las instituciones de educación de cara al mercado laboral.

Si entendemos que las instituciones de educación superior y el sector laboral se complementan esperamos que en esta medida los entes que giran alrededor y regulan ambas partes vayan en esa misma sinergia, sin embargo esto no sucede de esta manera. Las instituciones de educación superior que dictan programadas en Comercio exterior, Comercio Internacional y Negocios internacionales diseñan programas académicos basados en las necesidades de la empresa moderna, pero el ICFES ente encargado de evaluar estas competencias al final de la carrera profesional, no diseña pruebas que se ajusten a evaluar este tipo de competencias, lo cual deja la sensación de que en realidad no existe una manera académicamente correcta de evaluar estos programas académicos y saber si estos si se ajustan a la demanda del mercado laboral. O si por el

simplemente el estudiante con un título se postula a un cargo con un nombre similar al de su carrera profesional y aprende de la experiencia transmitida por su superior y en ese sentido podríamos concluir que no son las instituciones las que diseñan programadas académicos basados en las necesidades del mercado laboral, sino el mercado laboral el que forma al verdadero profesional en una u otra área y las instituciones de educación superior solo dan competencias básicas adaptables a cualquier área y/o campo de acción

Marco Teórico y/o Estado del arte

(Walton & McKersie, 1965) Dicen que la negociación incluyen diferentes elementos tanto de conflicto y diferencia de intereses como de necesidades de encontrar una solución común, lo cual es preferible a recurrir a acciones legales o al uso de la fuerza. La negociación es la conducta de las personas en situaciones de conflicto y congruencia de intereses, los valores latentes a las acciones, los conceptos y expectativas que se tienen sobre los otros, el proceso que se sigue en la solución del problema es base fundamental en cualquier negociación. También debe verse la negociación como el único medio para llegar a bien común, buscando siempre tener una mentalidad de ganar/ ganar lo cual redundara en más acuerdos y en el fortalecimiento de relaciones comerciales a lo largo de la historia

La expresión “The university becomes more the model for the enterprise than the enterprise for the university” (Kerr, Dunlop, Harbison, & Myers, 1961) confirma que desde siempre las universidades como gestoras de formación profesional son el faro que las empresas siguen para entender y adaptarse cada vez mejor a las necesidades intangibles del mercado, confiando en que éstas diseñan planes académicos cada vez más acordes al mercado y a las necesidades del mismo y no es la empresa la que define las pautas, sin embargo otros autores como (Ziem, 2012) expresan que es un acuerdo de cooperación mutua en el que cada entidad busca ser coequipera y entender el mercado como un todo. Todos estos autores entienden que el mercado cada vez es más multicultural y por tal razón diseñar estrategias de negociación generales no es sinónimo de éxito, éstas deben ser ajustadas y diseñadas de acuerdo a cada mercado.

En ese sentido (Ogliastri, 2000) dice que el negociador latinoamericano es básicamente un regateador amistoso e informal, que no es muy preciso en sus términos. Prefiere negociar entre amigos, base central de su confianza en la contraparte. No sacrifica el corto plazo para obtener

ventajas a la larga, prefiere satisfacciones inmediatas, en cada trato. No se destaca por su puntualidad y cumplimiento pero es muy impaciente cuando el otro lo hace; es muy flexible en el uso del tiempo, viene de una cultura policrónica. Entendiendo esta falencia las instituciones educativas en las últimas décadas ha visto la necesidad de formar profesionales como una visión de las negociaciones más globalizada teniendo en cuenta el incremento de las relaciones económicas internacionales y las diferentes empresas ven en estas una forma de competir en dichos mercados con productos y marcas que cuentan con la calidad y la capacidad competitiva ante los mercados mundiales pero para tal fin requieren profesionales que tengan una visión más amplia del mercado al cual se va a incursionar.

(Enrique Ogliastri, 2001) En su libro como “Negocian los Colombianos” presenta el contraste entre los métodos de negociaciones tradicionales y el que podría considerarse la nueva teoría de la negociación:

Tabla 1 Contraste entre los métodos de negociación tradicionales y modernos

NEGOCIACIÓN TRADICIONAL	NUEVA TEORIA DE LA NEGOCIACIÓN
Abrir con demanda en el país destino	Preparar información y criterios objetivos
Presionar con engaños sobre alternativa externa propia y la del otro	Calcular al alternativa externa
Fingir desinterés	Preguntar y manifestar interés
Ablandar, disminuir al otro	Establecer reglas de mutuo respeto
No dar ninguna información	Intercambio gradual de información
Adivinar el límite del otro	Explorar muchas soluciones
Acercarse amistosamente o tratar duro al otro (o ambos)	Hacer muchas preguntas, buscar ampliación del “pastel”
Convencer, dar argumentos	Ofertar razones basadas en criterios objetivos

Amenazar o intimidar al otro	Ligar puntos, intercambiarlos
Esperar a que se acabe el tiempo	Negociar desde el principio

Fuente: elaboración propia

En su teoría (Hall, 1959) brinda elementos claves para la observación del entorno y/o contexto que permite analizar el nivel de autogestión que cada cultura tiene. Así, se plantea una clasificación bipolar de culturas de contexto alto y contexto bajo, y otras policrónicas y monocrónicas, dependiendo de la concepción que se maneje sobre el tiempo.

Por su parte (Hofstede, Hofstede, & Minkov, 1997) formulan dimensiones o variables que ayudan a entender las relaciones interculturales en el campo de la negociación internacional; éstas son: a) la distribución y distancia de poder que mide la relación con la autoridad, b) el individualismo y el colectivismo que ilustra la manera en que las personas manejan sus relaciones interpersonales, dependiendo de la relación que establezca con su entorno y c) el manejo de la incertidumbre que determina el nivel de tolerancia respecto de situaciones tales como el orden, la justicia y la vergüenza d) Masculinidad y feminidad demuestra los intereses dependiendo del género por ejemplo los hombres el factor dinero determina la importancia de la negociación mientras que la mujer busca establecer una buena relación independientemente del valor de la negociación, y e) Concepción de largo y corto plazo lo que traduce en una orientación hacia el futuro, mientras que la estabilidad personal y la tradición se puede ver como una orientación estática hacia el presente y el pasado.

Uno de los proyectos más importantes en la educación superior en Europa y que se ha ido expandiendo en este continente, hacia América Latina y México, es el proyecto denominado Tuning Educational Structures in Europe, y para América Latina Tuning América Latina. Los participantes de la elaboración de este proyecto lo que buscan es transmitir la idea de que las universidades deben llegar de manera conjunta a puntos de referencia comunes, basados en consensos, el respeto a la diversidad, la transparencia, y la confianza mutua. El proyecto, deja claro que es algo que está en proceso y que siempre lo estará, porque la educación necesita estar en diálogo con las necesidades sociales cada vez más cambiantes, es decir, parten de la premisa que un área social y económica tiene que ir en paralelo a un área de educación. Este proyecto

surge en un contexto de reflexión sobre la educación superior ante los acelerados cambios de la sociedad, éste analiza que ante los cambios en el ámbito educativo y laboral que conlleva a la diversificación de carreras profesionales las universidades tienen la obligación de proporcionar a estudiantes y a la sociedad en su conjunto un sistema de educación superior que ofrezca las mejores oportunidades para buscar y encontrar su propio ámbito de excelencia. (Tuning, 2013)

El consejo nacional de educación superior CESU propone bajo la propuesta de política pública para la excelencia de la educación superior en Colombia en el escenario de la paz (CESU, 2012) los lineamientos que podrán ser implementados a partir de un plan estratégico con metas esperadas a 2018, 2024 y 2034 donde la educación superior sea uno de los pilares de transformación y de movilidad social. Lo que busca esta propuesta hacer una sociedad mediante la educación más justa, culta, democrática, solidaria, próspera, competitiva e incluyente. Como los cambios no pueden ser inmediatos se plantean tres fases, con las cuales en la primera se plantea un proceso priorización (2014-2018) en la segunda un proceso de planificación (2018-2024) y en la tercera y última evaluación y seguimiento (2024-2034). Para que todos estos cambios lleguen a feliz término y su objetivo sea logrado se requiere el apoyo y la concientización de las partes involucradas, no solo es tema del gobierno y sus reservas presupuestales, es una tarea de las IES que deben propender cada día por ser mejores autoevaluarse y medirse con lo planteado en el ACUERDO POR LO SUPERIOR 2034 y como van respecto a las metas y al tiempo.

Tabla 2 Competencias Específicas De Administración De Empresas

1. Desarrollar un planeamiento estratégico, táctico y operativo.	6. Identificar las interrelaciones funcionales de la organización.	11 Tomar decisiones de inversión, financiamiento y gestión de recursos financieros en la empresa	16. Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios y/o desarrollar nuevos productos.
--	--	--	---

2. Identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones.	7. Evaluar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.	12. Ejercer el liderazgo para el logro y consecución de metas en la organización.	17 Utilizar las tecnologías de información y comunicación en la gestión
3. Identificar y optimizar los procesos de negocio de las organizaciones.	8 Elaborar, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones	13. Administrar y desarrollar el talento humano en la organización.	18. Administrar la infraestructura tecnológica de una empresa.
4. Administrar un sistema logístico integral.	9 Interpretar la información contable y la información financiera para la toma de decisiones gerenciales	14. Identificar aspectos éticos y culturales de impacto recíproco entre la organización y el entorno social.	19. Formular y optimizar sistemas de información para la gestión.
5. Desarrollar, implementar y gestionar sistemas de control administrativo.	10 Usar la información de costos para el planeamiento, el control y la toma de decisiones	15. Mejorar e innovar los procesos administrativos.	20. Formular planes de marketing

Fuente: elaboración propia

Marco legal que regulan las operaciones de Negocios Internacionales en Colombia

Ante el vertiginoso crecimiento del comercio exterior es trascendental, que los países cuenten con herramientas para la solución de controversias y establecer responsabilidad las cuales no solo las determina una negociación bajo los términos Incoterms, hay responsabilidades que deben ser tratadas de manera directa, diferente y específica dependiendo de la transacción que se

esté realizando. Aunque Colombia está muy atrás en cuanto a la expedición de una norma y/o estatuto que este a la par con los del resto del mundo, los que actualmente tiene para la regulación sirven para la labor, sin embargo después de 27 años de la apertura económica y entrar en el mundo del intercambio comercial, la regulación sigue estando corta y deja mucho que desear para las necesidades cada vez mayores y cambiantes. Un sin número de leyes y decretos de los cuales ninguno se salva de no tener una modificación que se ajuste al momento y lugar en el tiempo, los entes reguladores se comprometen cada vez a entregar un estatuto completo y actualizado, pero postergar la fecha una y otra vez y cuando por fin lo expiden, éste ya necesita modificaciones. El comercio internacional es muy claro es su objeto de ser: es el intercambio de bienes y/o servicios entre uno o más países; esto con una serie de requisitos legales a que haya lugar y con un tiempo previamente establecido. El Comercio Exterior en Colombia, tiene como marco legal principal a la Constitución Nacional. Las potestades y deberes de todos los actores del Comercio Exterior en Colombia se ciñen al texto de la Constitución Nacional. El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política, en éste regularmente se encuentran un buen número de leyes y decretos que se interrelacionadas entre sí.

Tabla 3 Leyes que regulan el Comercio Exterior en Colombia

Norma	Característica	Descripción
Ley 6 de 1971	Ley marco de aduanas	Es la norma que regula y modifica los aranceles y todo lo relacionado con el régimen de aduanas.
Ley 67 de 1979	Ley para el fomento de las exportaciones y el fomento del comercio internacional.	Esta ley en su art 1º otorga incentivos a las empresas nacionales o mixtas que cumplan con lo estipulado en el código de comercio y normatividad en materia de comercialización internacional que deseen exportar producto Colombiano

Ley 48 de 1983	Ley para definir las pautas que orientan y regulan el comercio exterior	Esta ley regular el comercio exterior en Colombia, por medio de normas que contribuyan a incentivar las exportaciones, impulsar la industria y los sectores productivos nacionales;
Ley 07 de 1991	Ley de Fondo de modernización internacionales y que contiene disposiciones tributarias relacionadas con el comercio exterior	Regula el comercio exterior del país, impulsando la internacionalización de la economía, Promover y fomentar el comercio exterior de bienes, tecnología y servicios
Ley 30 de 1992	Ley por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior	Esta Ley establece la educación como 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. Por consiguiente, en desarrollo de los principios que rigen la educación en Colombia

Fuente: elaboración propia

Como cada día el comercio cambian la manera de comercializar también, por esta razón la legislación ha variado en el tiempo, ajustándose a los cambios en el comportamiento del comercio y a las necesidades tanto de Países como de actores de comercio exterior y como debe existir una correcta aplicación de la ley, se necesita una norma jurídica que explique la manera de aplicarla, para Colombia existen los siguientes decretos:

Tabla 4 Decretos que regulan el Comercio Exterior en Colombia

Norma	Característica	Descripción
-------	----------------	-------------

GATT de 1947	Acuerdo general de aranceles y comercio (General Agreement on trade and tariffs).	Se trata de un convenio que fue ideado en el marco de la Conferencia de La Habana que se llevó a cabo en el año 1947 y que fue firmado un año después por 23 países, con el objetivo de fijar un conjunto de pautas de alcance comercial y concesiones arancelarias.
Decreto 1909 de 1992	Que establece un nuevo Estatuto aduanero, modificando parcialmente la legislación aduanera para impulsar “un nuevo modelo de desarrollo basado en la internacionalización de la economía y la modernización del Estado”.	Este decreto regula la importación de mercancía de procedencia extranjera hacia el territorio nacional.
Decreto 2685 de 1999	Modifica la legislación aduanera que se tenía y que no correspondía a los cambios en el comercio internacional.	A partir de este decreto se facilita y agiliza las operaciones de comercio exterior procurando la transparencia en las operaciones aduaneras y garantizando el equilibrio entre el fortalecimiento del control, la fiscalización aduanera y la prestación del servicio de una forma eficiente.
Decreto 1075 de 2015	Decreto único reglamentario del sector educación	El objetivo, según el decreto, es compilar y racionalizar las normas de carácter reglamentario que rigen en el sector y contar con un instrumento jurídico único para el mismo. La estructura del documento se compone de libros, partes, títulos y artículos,

		siendo el libro 1 todo lo concerniente a la estructura del sector educativo, la cual no constituye naturaleza reglamentaria; el libro 2, lo del régimen reglamentario del sector educativo, y el libro 3, las disposiciones finales
Decreto 390 de 2016	Modifica y establece una nueva regulación aduanera	Este decreto surge de acuerdo con la necesidad de armonizar la regulación aduanera con los convenios internacionales, de la revisión política comercial del país ante la revisión de política Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE); d avanzar en la sistematización de los procedimientos aduaneros.
Decreto 2147 de 2016	Por el cual se modifica el régimen de zonas francas y se dictan otras disposiciones	Que modifica el régimen de zonas francas para lograr condiciones que les faciliten competir con eficiencia, tanto como la promoción de la inversión extranjera y el desarrollo social y económico.

Fuente: elaboración propia

Así es como una organización requiere de constantes cambios dado el dinamismo de la misma, sin importar lo plana que sea la actividad productiva, el entorno, la economía y la normatividad cambian rápidamente, así que hoy cualquier organización está expuesta a variables que no puede controlar, y su prevalencia ante las adversidades estará fundamentada en los valores y comportamiento ético de la organización (Baptista, 2011). En ese orden de ideas sus colaboradores deben estar en igual medida a la vanguardia de estos cambios, que si bien es cierto deberían poder preverse, en la mayoría de los casos se debe aprender sobre la marcha lo cual hace que el resultado no sea el mejor, no sea tan amigable como se desearía o como pasa en otros países donde el comercio exterior se considera un factor fundamental para la facilitación de los procesos en las empresas en sus proyectos de internacionalización.

Análisis de los resultados

Tabulación de la encuesta.

En adelante nos dirigiremos al número de encuestados con las siglas NE

Al porcentaje de sus respuestas con la sigla %E

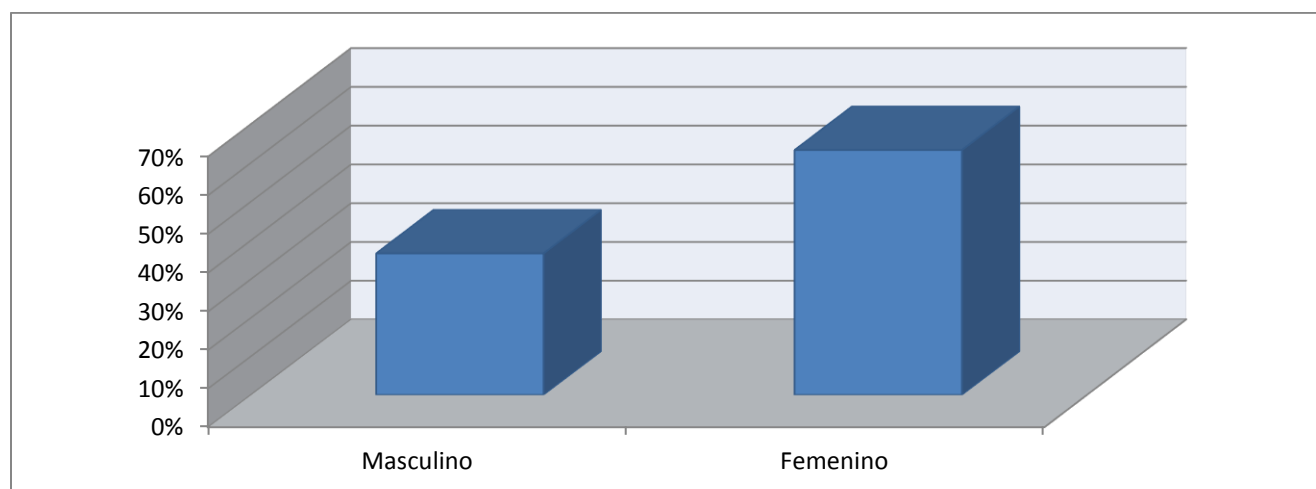
De acuerdo al trabajo de campo realizado con el fin de conseguir la información que permitiera apoyar el trabajo de investigación sobre la pregunta objeto de la investigación ¿las organizaciones actuales requieren para sus procesos de internacionalización profesionales en el pregrado de negocios internacionales, comercio exterior o comercio internacional? De las empresas en la ciudad de Medellín se obtuvo:

Tabla 5 Género de la persona entrevistada

GENERO	%E	NE
Masculino	37%	11
Femenino	63%	19
Total	100%	30

Fuente: elaboración propia

Grafica 1 Porcentaje del Género entrevistado



Fuente: elaboración propia

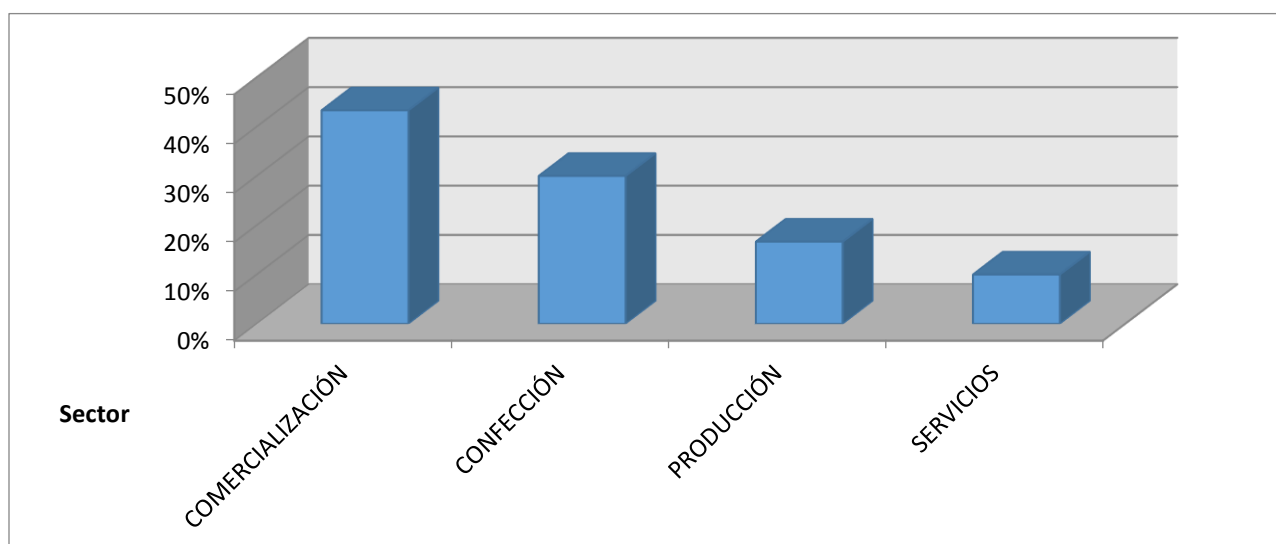
Análisis: de acuerdo a la entrevista respecto al género, se puede observar que el 37% corresponde al género masculino y el 63% al femenino

Tabla 6 Sector de la empresa entrevistado

SECTOR	%E	NE
COMERCIALIZACIÓN	43%	13
CONFECCIÓN	30%	9
PRODUCCIÓN	17%	5
SERVICIOS	10%	3
TOTAL	100%	30

Fuente: elaboración propia

Grafica 2 Sector de la empresa



Fuente: elaboración propia

Análisis: en la investigación se propuso enfocarse en empresas del sector productivo exclusivamente, sin embargo antes la poca respuesta a las entrevistas se buscó diversificar el enfoque teniendo en cuenta que los sectores entrevistados también son determinantes en el proceso de evaluación e internacionalización de Colombia en general.

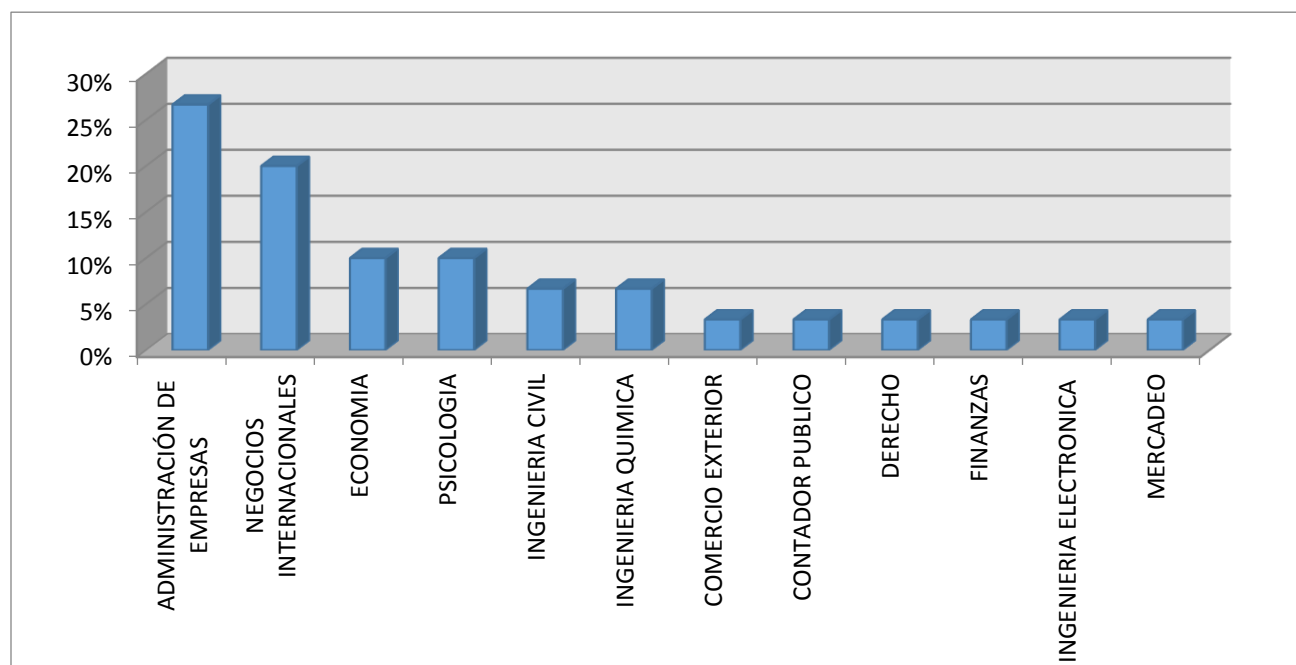
Al indagar en el perfil profesional de las personas responsables de la selección del personal para las diferentes áreas de la empresa se encontró que:

Tabla 7 Perfil profesional de la persona entrevistada

FORMACIÓN PROFESIONAL	%E	NE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	27%	8
NEGOCIOS INTERNACIONALES	20%	6
ECONOMIA	10%	3
PSICOLOGIA	10%	3
INGENIERIA CIVIL	7%	2
INGENIERIA QUIMICA	7%	2
COMERCIO EXTERIOR	3%	1
CONTADOR PUBLICO	3%	1
DERECHO	3%	1
FINANZAS	3%	1
INGENIERIA ELECTRONICA	3%	1
MERCADEO	3%	1
TOTAL	100%	30

Fuente: elaboración propia

Grafica 3 perfil profesional de la persona entrevistada



Fuente: elaboración propia

Análisis: El 27% de las personas entrevistadas son profesionales en administración de empresas, el 20% son profesionales en Negocios internacionales y son las personas encargadas de la selección del personal para el área de Comercio exterior. Entre el 10% y el 3% son profesionales en diferentes áreas y son las personas encargadas de realizar la selección del personal para toda la empresa.

En respuesta a la pregunta sobre la capacidad de la empresa para la penetración y/ sostenimiento en mercados internacionales, a las diferentes variables se encontró que:

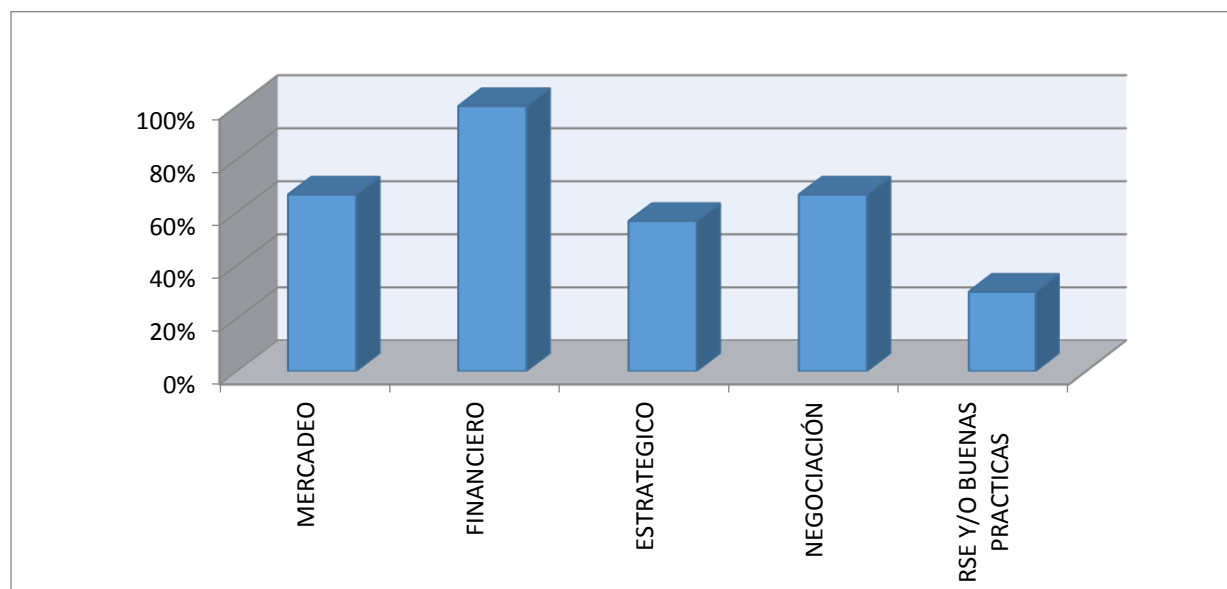
Tabla 8 Competencias de la empresa para el proceso de internacionalización

COMPETENCIAS DE LA EMPRESA	%E	NE
MERCADEO	67%	20
FINANCIERO	100%	30
ESTRATEGICO	57%	17

NEGOCIACIÓN	67%	20
RSE Y/O BUENAS PRACTICAS	30%	9

Fuente: elaboración propia

Grafica 4 Considera que la empresa está preparada en capacidad de competir contra otras marcas de tipo mundial a nivel:



Fuente: elaboración propia

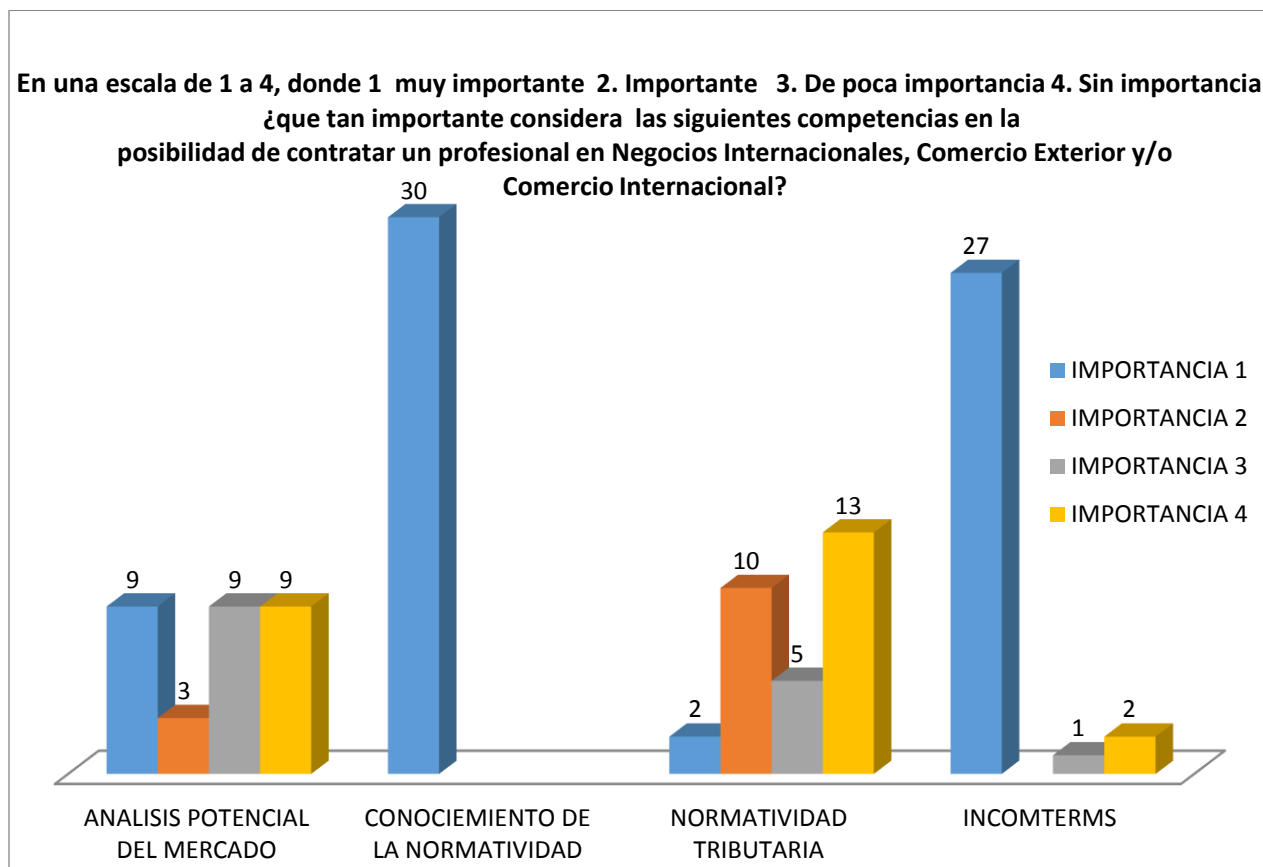
Análisis: todas las empresas entrevistadas coinciden que financieramente están fortalecidas para penetrar y o continuar con la penetración de mercados internacionales, sin embargo son conscientes que en la parte estratégica, situaciones como: capacidad de respuesta, capacidad instalada deben trabajar más si quieren mejorar y en ese sentido buscan que su personal también colabore para tal fin. En cuanto a mercadeo, tienen un departamento puntual que se ocupa de esa área, pero para las empresas de servicios es muy importante que el profesional en negocios internacionales, comercio exterior y/o comercio internacional forme parte de este grupo. Todas las empresas entrevistadas concuerdan en que deben mejorar sus niveles de RSE y buenas prácticas ya que a nivel internacional una empresa que cumpla con estos estándares es tenida en cuenta por encima de las empresas que no invierten ni se ocupan demasiado en esta variable.

Tabla 9 Competencias requeridas del profesional

PREGUNTA	IMPORTANCIA			
	1	2	3	4
ANALISIS POTENCIAL DEL MERCADO	9	3	9	9
CONOCIMIENTO DE LA NORMATIVIDAD	30			
NORMATIVIDAD TRIBUTARIA	2	10	5	13
INCOMTERMS	27		1	2

Fuente: elaboración propia

Grafica 5 ¿qué tan importante considera las siguientes competencias en la posibilidad de contratar un profesional en Negocios Internacionales, Comercio Exterior y/o Comercio Internacional?



Fuente: elaboración propia

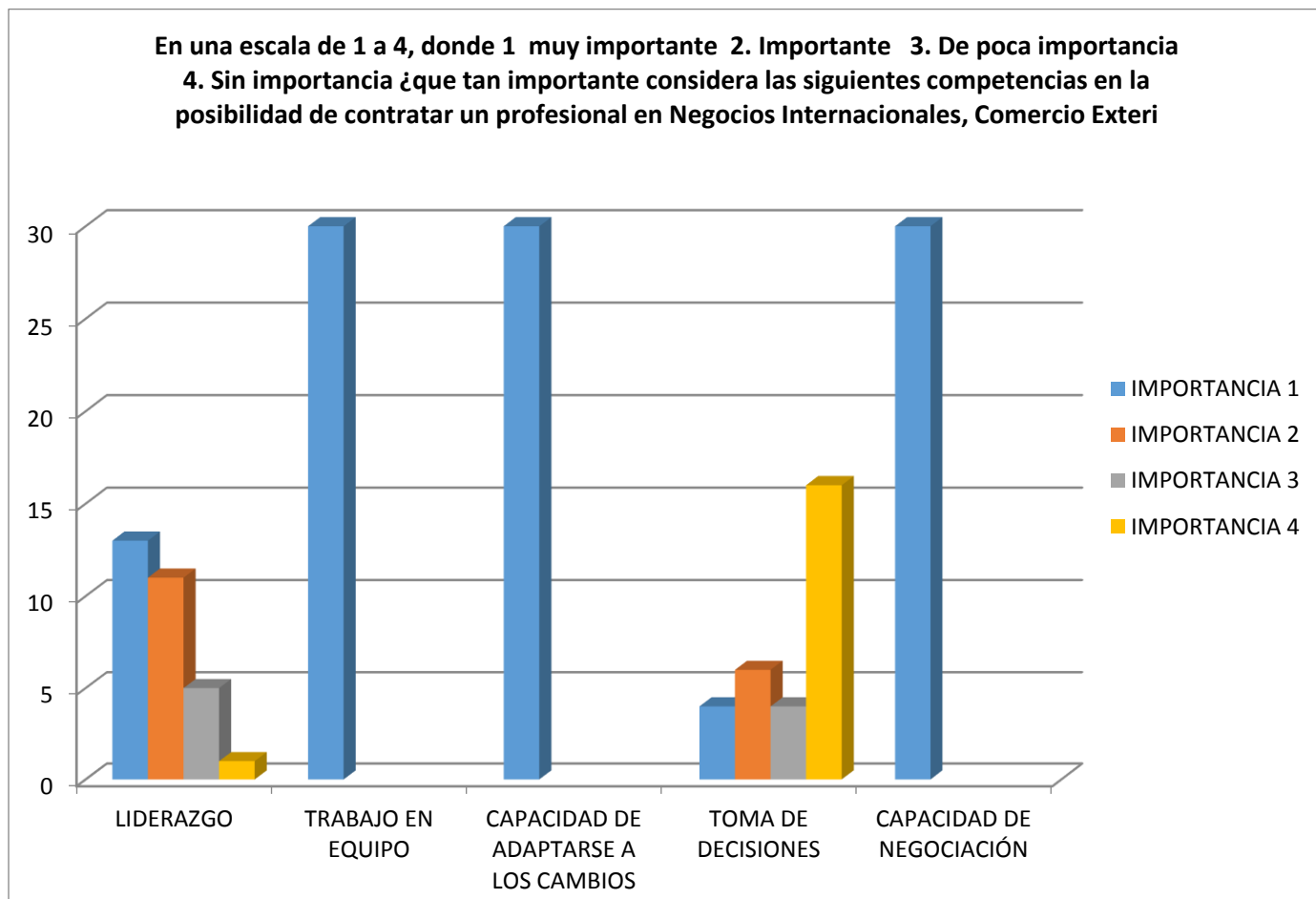
Análisis: A la anterior pregunta todas las empresas entrevistadas respondieron al unísono que para ellos es más relevante en cuanto a conocimiento, contratar un profesional que tenga conocimiento sobre la normatividad e incoterms y variables como análisis potencial del mercado y normatividad tributaria estuvieron muy parejos los resultados y no son determinantes a la hora de una elección de profesional.

Tabla 10 Competencias blandas requeridas para el profesional

PREGUNTA	IMPORTANCIA			
	1	2	3	4
LIDERAZGO	13	11	5	1
TRABAJO EN EQUIPO	30			
CAPACIDAD DE ADAPTARSE A LOS CAMBIOS	30			
TOMA DE DECISIONES	4	6	4	16
CAPACIDAD DE NEGOCIACIÓN	30			

Fuente: elaboración propia

Grafica 6 importancia ¿qué tan importante considera las siguientes competencias en la posibilidad de contratar un profesional en Negocios Internacionales, Comercio Exterior y/o comercio internacional?



Fuente: elaboración propia

Análisis: al indagar por las competencias blandas requeridas en el profesional: trabajo en equipo, capacidad de adaptación a los cambios y capacidad de negociación, se evidenciaron como competencias requeridas sin importar el sector de la empresa objeto de la entrevista, a éstas le siguieron competencias como toma de decisiones y liderazgo.

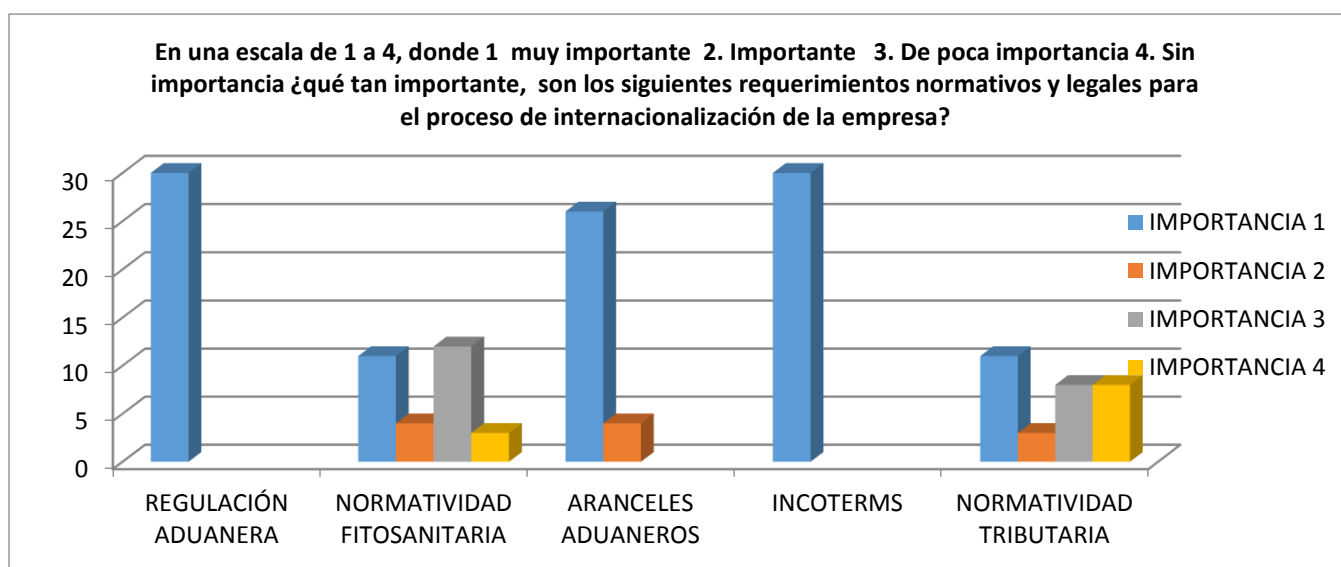
Tabla 11 Competencias duras requeridas en el profesional

PREGUNTA	IMPORTANCIA
----------	-------------

	1	2	3	4
REGULACIÓN ADUANERA	30			
NORMATIVIDAD FITOSANITARIA	11	4	12	3
ARANCELES ADUANEROS	26	4		
INCOTERMS	30			
NORMATIVIDAD TRIBUTARIA	11	3	8	8

Fuente: elaboración propia

Grafica 7 ¿qué tan importante, son los siguientes requerimientos normativos y legales para el proceso de internacionalización de la empresa?



Fuente: elaboración propia

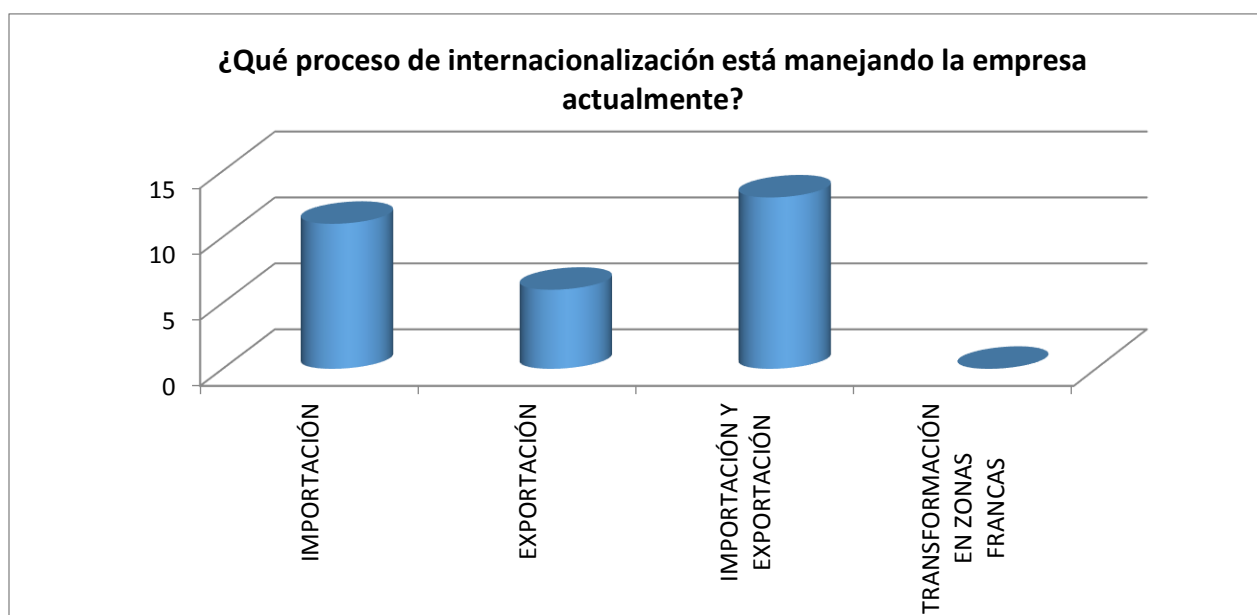
Análisis: en cuanto a la pregunta respecto a las competencias duras, indiscutiblemente los requerimientos de mayor importancia a la hora de la elección de un profesional son: regulación aduanera, incoterms y aranceles aduaneros, seguidos de conocimientos en normatividad fitosanitaria y normatividad tributaria, esto tiene amplia relación con el objeto social de la empresa para la normatividad fitosanitaria y con el departamento que se encarga de todo lo referente al tema de pagos e impuestos, ya que estas tareas están designadas para áreas diferentes a las de comercio exterior.

Tabla 12 Proceso de internacionalización de la empresa

PROCESO	%E	NE
IMPORTACIÓN	37%	11
EXPORTACIÓN	20%	6
IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN	43%	13
TRANSFORMACIÓN EN ZONAS FRANCAS	0%	0
TOTAL	100%	30

Fuente: elaboración propia

Grafica 8 ¿Qué proceso de internacionalización está manejando la empresa actualmente?



Fuente: elaboración propia

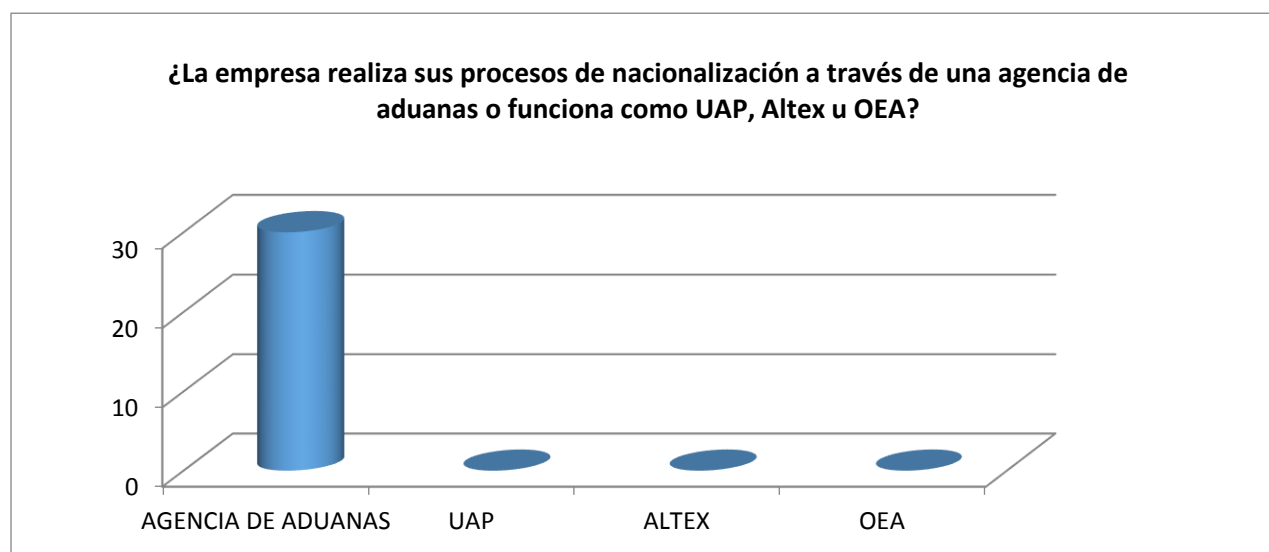
Análisis: De las empresas entrevistadas el 43% importan y exportar, solo el 37% importa y el 20% exporta siendo esta última no muy frecuente sin embargo se incluye ya que en algún momento lo han hecho y se sienten preparados para continuar haciéndolo.

Tabla 13 Operación de la empresa

PREGUNTA	%E	NE
AGENCIA DE ADUANAS	100%	30
UAP	0%	0
ALTEX	0%	0
OEA	0%	0
TOTAL	100%	30

Fuente: elaboración propia

Grafica 9 ¿La empresa realiza sus procesos de nacionalización a través de una agencia de aduanas o funciona como UAP, Altex u OEA?



Fuente: elaboración propia

Análisis: Todas las empresas entrevistadas utilizan agencia de aduanas porque básicamente sus operaciones de comercio exterior no les permiten pertenecer a otro régimen y en OEA el conocimiento es mínimo casi nulo

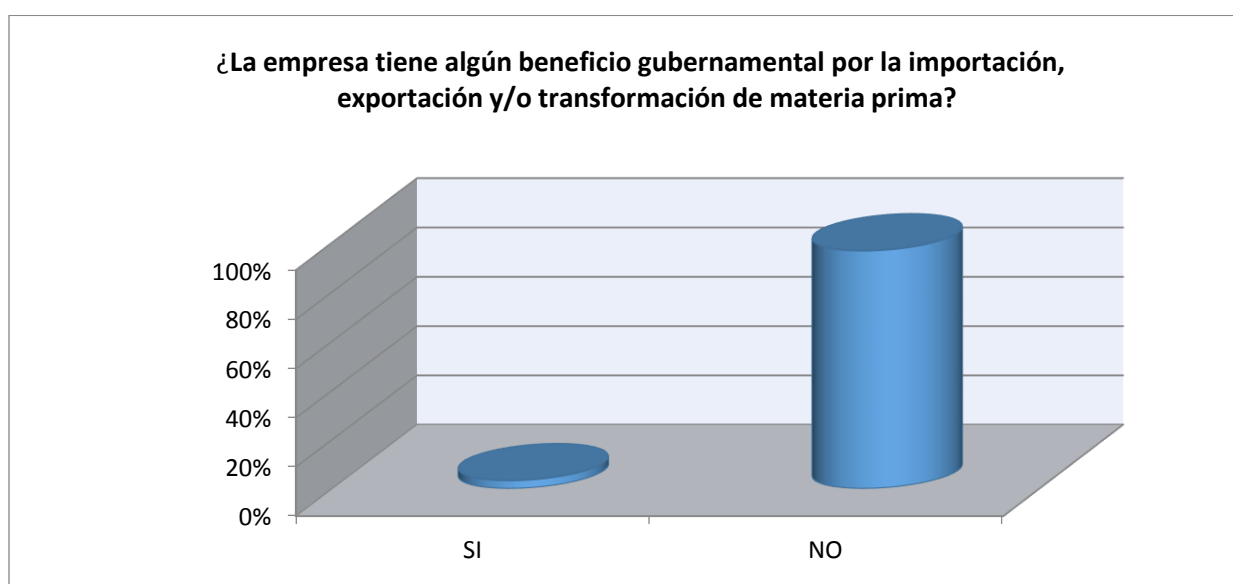
Tabla 14 Beneficios gubernamentales

PREGUNTA	%E	NE
----------	----	----

SI	3%	1
NO	97%	29
TOTAL		30

Fuente: elaboración propia

Grafica 10 ¿La empresa tiene algún beneficio gubernamental por la importación, exportación y/o transformación de materia prima?



Fuente: elaboración propia

Análisis: Solo una de las empresas entrevistadas cuenta con beneficios gubernamentales, sin embargo argumenta que solo hace uso de éste una vez por año cuando mucho, lo cual hará que seguramente pierda este beneficio. Las demás empresas entrevistadas manifiestan no tener información respecto a los beneficios y las que si tienen información informan que su producción no permite aplicar a éstos.

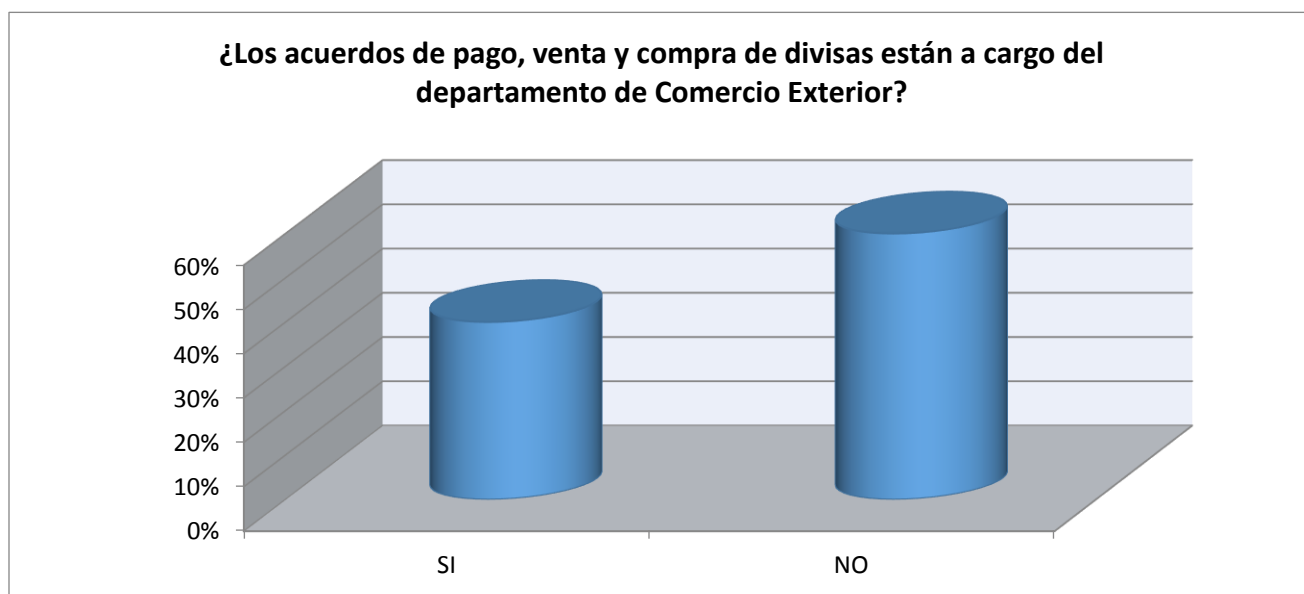
Tabla 15 Negociaciones y acuerdos de pago

PREGUNTA	%E	NE
SI	40%	12

NO	60%	18
TOTAL		30

Fuente: elaboración propia

Grafica 11 ¿Los acuerdos de pago, venta y compra de divisas están a cargo del departamento de Comercio Exterior?



Fuente: elaboración propia

Análisis: Al consultar quien inicia y cierra una negociación se evidencia que el 60% de las empresas encuestadas realiza esta fase desde otro departamento diferente al de comercio exterior, mientras que el 40% si lo hace desde el departamento de comercio exterior y es justo en esas empresas donde competencias tales como: capacidad de negación, liderazgo y conocimiento del mercado son prioridad son requeridas a la hora de contratar un profesional para esta área.

Las siguientes preguntas son quizá unas de la más importantes por no decir las más importantes de este trabajo, ya que con ellas se busca indagar cual es el conocimiento real del perfil requerido versus la oferta ofrecida por el mercado académico, teniendo en cuenta lo planteado en el marco

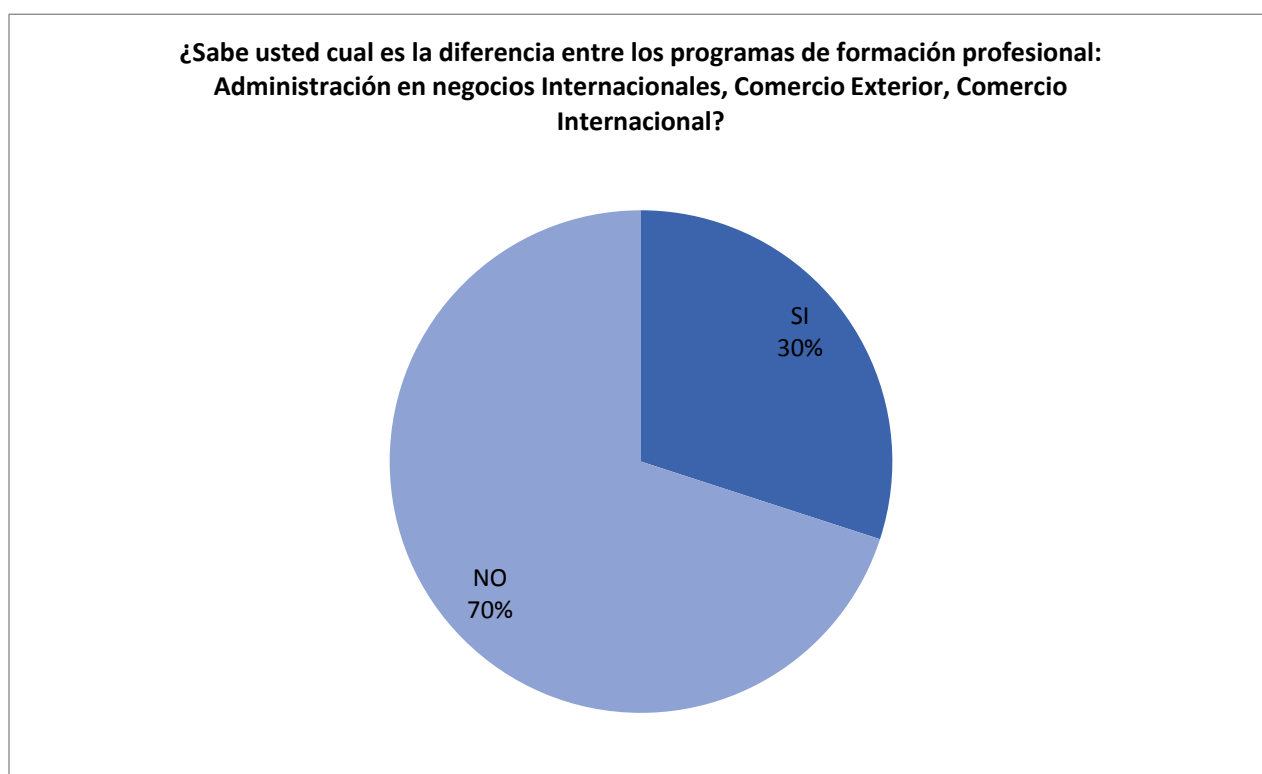
conceptual donde se expone que: el mercado laboral es el examen final que se le hace a la academia en cuanto a las competencias requeridas para desempeñar tareas específicas las diferentes areas (Duque & Carazo, 2005)

Tabla 16 Diferencia en los perfiles profesionales

PREGUNTA	%E	NE
SI	30%	9
NO	70%	21
TOTAL		30

Fuente: elaboración propia

Grafica 12 ¿Sabe usted cual es la diferencia entre los programas de formación profesional: Administración en negocios Internacionales, Comercio Exterior, Comercio Internacional?



Fuente: elaboración propia

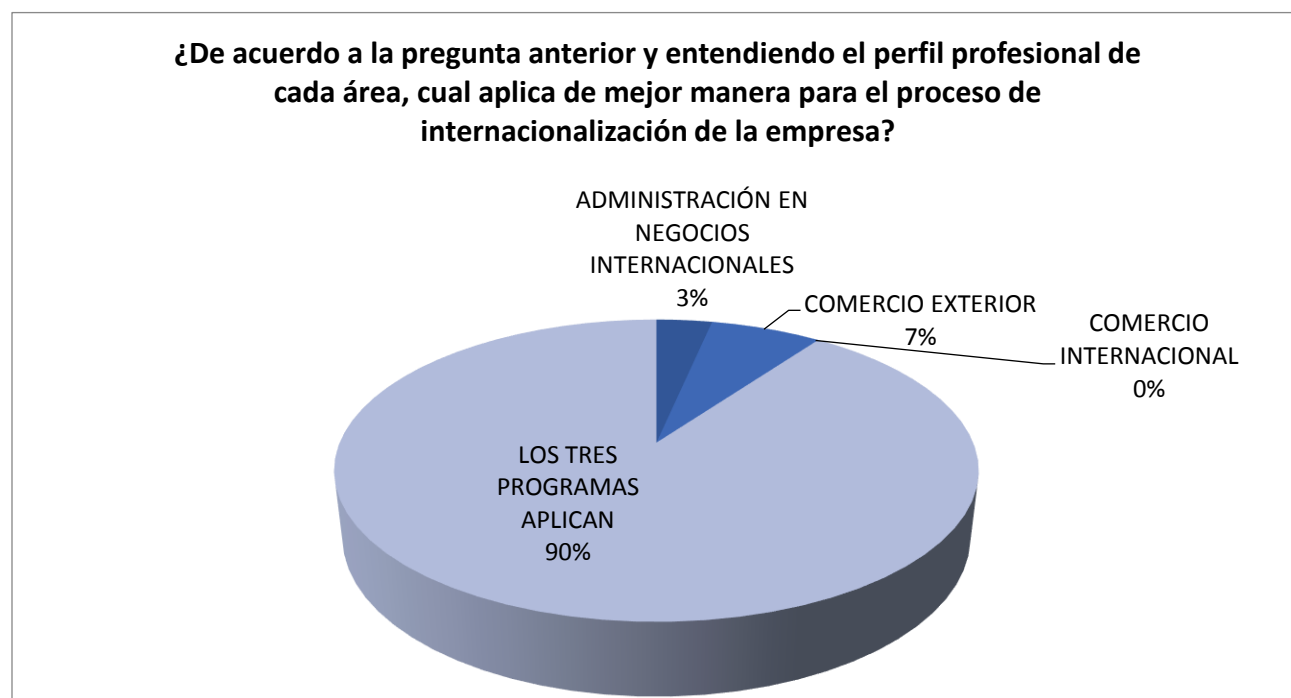
Análisis: el 70% de las empresas entrevistadas no saben cuál es la diferencia entre los programas de formación: negocios Internacionales, Comercio Exterior, Comercio Internacional y esto es directamente proporcional a la formación académica de las personas encargadas de la selección de profesionales en estas empresas. Mientras que el 30% si saben cuál es la diferencia porque son profesionales en negocios internacional y/ comercio exterior

Tabla 17 Diferencias en perfiles profesionales

PREGUNTA	%E	NE
ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES	3%	1
COMERCIO EXTERIOR	7%	2
COMERCIO INTERNACIONAL	0%	0
LOS TRES PROGRAMAS APLICAN	90%	27
TOTAL		30

Fuente: elaboración propia

Grafica 13 ¿De acuerdo a la pregunta anterior y entendiendo el perfil profesional de cada área, cual aplica de mejor manera para el proceso de internacionalización de la empresa?



Fuente: elaboración propia

Análisis: Aunque el 90% de las empresas entrevistadas no saben la diferencia entre los perfiles de Negocios internacionales, Comercio Exterior y Comercio internacional, coinciden en que los tres perfiles aplican a la hora de realizar una selección para un proceso de comercio exterior.

Solo el 7% coincide en que el perfil que más se ajusta a las necesidades en el proceso de internacionalización de la empresa es el perfil de Comercio exterior.

Solo el 3% coincide en que el perfil que más se ajusta a las necesidades en el proceso de internacionalización de la empresa es el perfil de Negocios Internacionales

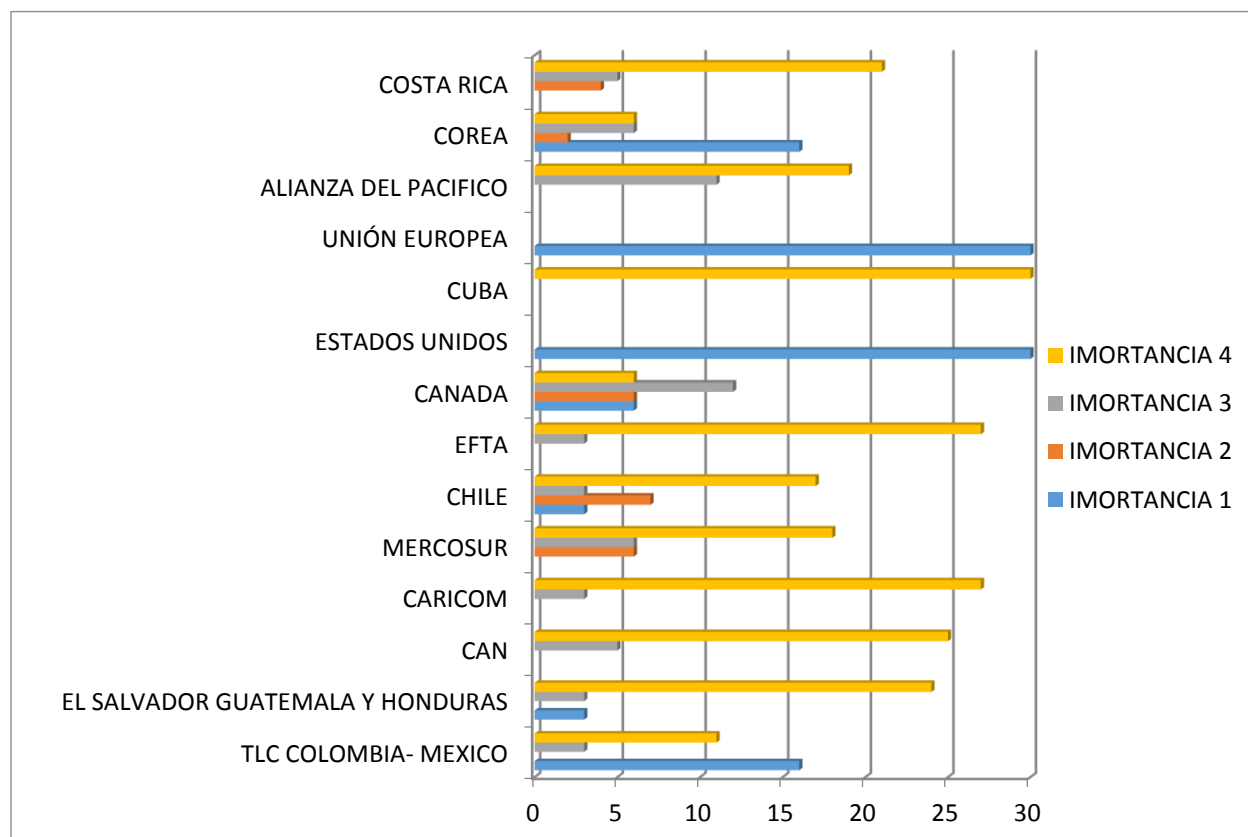
Cabe anotar que las personas que especificaron perfil, son las que dicen conocer las diferencias y su perfil profesional es el seleccionado

Tabla 18 Tratados suscritos y vigentes de Colombia

	IMORTANCIA			
	1	2	3	4
TLC COLOMBIA- MEXICO	16		3	11
EL SALVADOR GUATEMALA Y HONDURAS	3		3	24
CAN			5	25
CARICOM			3	27
MERCOSUR		6	6	18
CHILE	3	7	3	17
EFTA			3	27
CANADA	6	6	12	6
ESTADOS UNIDOS	30			
CUBA				30
UNIÓN EUROPEA	30			
ALIANZA DEL PACIFICO			11	19
COREA	16	2	6	6
COSTA RICA		4	5	21

Fuente: elaboración propia

Grafica 14 Tratados suscritos y vigentes



Fuente: elaboración propia

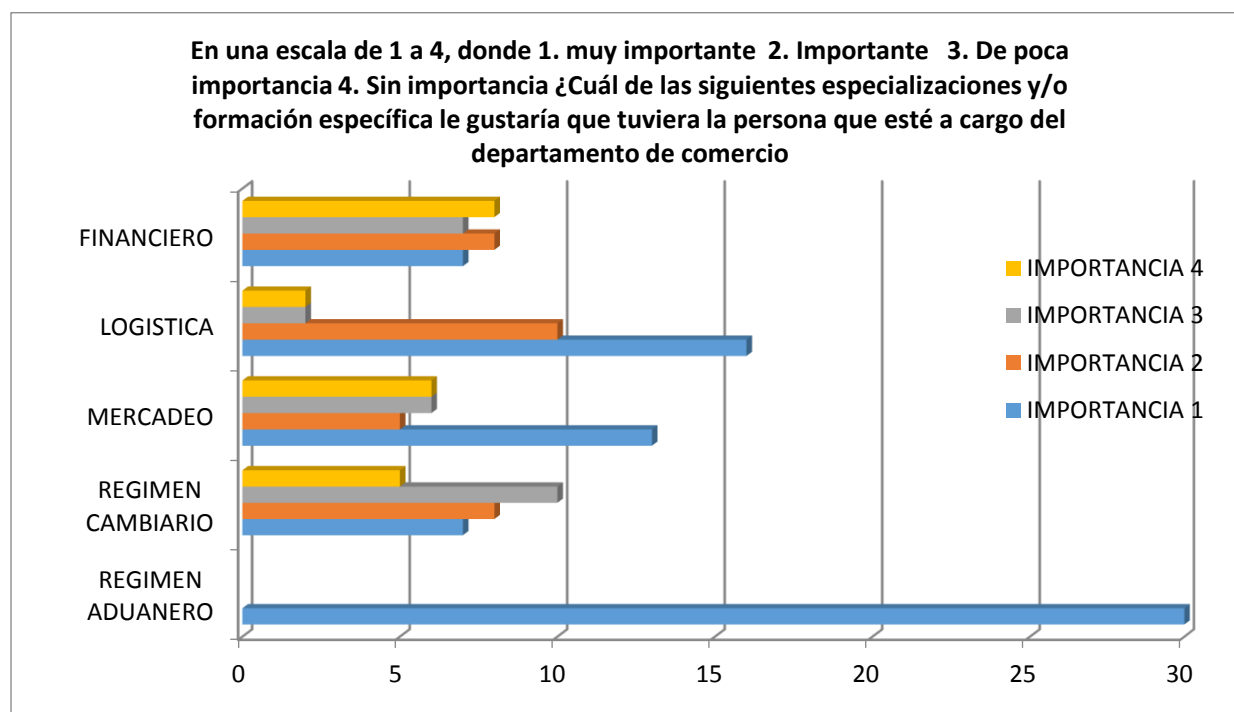
Análisis: De los 14 acuerdos suscritos y vigentes que actualmente tiene Colombia los más conocidos y a los que más se acogen las empresas entrevistadas son: Estados Unidos y Unión Europea, seguidos de México-Colombia, Mercosur, Chile, Canadá y corea, y por último. Encontrando así que son más los acuerdos que no se conocen y/o no se acogen tales como Cuba, Costa Rica, Caricom, Can, Alianza del pacifico, el Salvador, EFTA, . Al indagar la razón por la cual tantos acuerdos no son aprovechados por decirlo de algún modo las empresas manifiestan desconocimiento, falta de producto con valor agregado, innovación y temas logísticos.

Tabla 19 Especializaciones requeridas

PREGUNTA	IMPORTANCIA			
	1	2	3	4
REGIMEN ADUANERO	30			
REGIMEN CAMBIARIO	7	8	10	5
MERCADEO	13	5	6	6
LOGISTICA	16	10	2	2
FINANCIERO	7	8	7	8

Fuente: elaboración propia

Grafica 15 ¿Cuál de las siguientes especializaciones y/o formación específica le gustaría que tuviera la persona que esté a cargo del departamento de comercio



Fuente: elaboración propia

Análisis: En cuanto a la pregunta por conocimientos específicos importantes a la hora de elegir una especialización, las empresas entrevistadas consideran que la especialización más importante de las planteadas son: régimen aduanero, seguido de logística y mercadeo y por último régimen

cambiario y financiero. Encontrando así que sin importar el sector de la empresa especializaciones enfocadas a profundizar en temas ya vistos en la formación profesional son considerados importantes al momento de elegir una especialización.

Análisis de la información

Como dijo inicialmente, el principal objetivo era recolectar información ajustada a la realidad sobre las competencias requeridas, todas las empresas entrevistadas tienen sus procesos definidos y muy maduros, son empresas que en general siempre miran el mercado y la demanda para tomar cualquier decisión, por tal razón puede concluirse que la información recolectada está ajustada a una realidad y un panorama real de lo que hoy en día requieren las empresas.

El mercado laboral siempre ha tenido una definida inclinación masculina, sin embargo en esta investigación la tendencia fue hacia el lado femenino teniendo un 63% femenino frente a un 37% masculino, la idea no es hacer una distinción en género pero es importante resaltar que la muestra indica que el mercado laboral en el ámbito de comercio exterior está inclinado al lado femenino. Bajo este mismo concepto se han tenido en cuenta la profesión de los entrevistados, mostrando que hay una inclinación hacia los Administradores de Empresa y un número más pequeño de Negociadores. Al revisar el sector de empresa donde se desenvuelven estos profesionales se encuentra una concordancia con el perfil exportador de Colombia: la agroindustria, la manufactura y las confecciones, todas con un peso similar.

Puedo notarse también que mientras las empresas de confección y textil buscan un profesional más integral, es decir que conozca del mercado, de la normatividad, de regulación tributaria y financiera, esto con el fin de optimizar recursos, empresas como las comercializadoras consideran prudente desagregar las actividades que puede realizar un profesional en el proceso de internacionalización y enfocarlo más bien en un área en específico. Mientras que en la empresa de confección el profesional realiza la apertura y cierre de las negociaciones, en la empresa comercializadora esto es tarea exclusiva del área financiera.

Las empresas de producción por su parte consideran que el aspecto operativo, conocimiento en régimen arancelario, normatividad y logística son fundamentales a la hora de contratar un profesional ya que ellos están buscando personal más operativo que administrativo, porque las otras labores las enfocan en la parte de recurso humano.

En las empresas enfocadas al servicio, variables como análisis del mercado o regulación tributario no son tan predominante como si lo es conocimiento de la normatividad, aranceles, incomterms, normatividad fitosanitaria, ya que ellos no se enfocan en un solo sector, el objeto social de ellos es estar preparados para atender las necesidades de las empresas en general y aunque buscan especializar y enfocarse en sectores puntuales, el éxito está en poder dar una asesoría eficiente a la empresa que lo requiera de cualquier sector.

De las empresas entrevistadas, solo el 30% realizan los procesos para el área de comercio exterior con profesionales en esta misma área. Ese mismo porcentaje es el que conoce la diferencia entre los perfiles definidos en este trabajo, mientras que el 70% restante no tiene idea de la diferencia entre los perfiles por lo cual los tres aplican para sus requerimientos.

Las organizaciones ven como la oferta es cada vez mayor y desean aumentar sus ventas consolidar su marca, crecer y expandirse y ven como una muy buena opción llevar sus productos a los mercados mundiales; algunas lo han logrado y han conseguido mantenerse a pesar de los grandes retos a los que se enfrentan; sin embargo, otras tantas no alcanzan a llegar y si lo hacen, no logran mantenerse puesto que es bastante notorio el desconocimiento del mercado y las oportunidades lamentablemente de los 14 acuerdo que Colombia tiene actualmente solo 3 son aprovechados casi en su totalidad, 4 parcialmente y 7 que son absolutamente desconocidos.

Con esta investigación también se concluye que las empresas no están interesadas en diversificar el conocimiento de sus empleados, a pesar de que algunas empresas manifestaron estar de acuerdo en que el profesional tenga conocimientos previos en mercadeo y régimen financiero, todas coinciden en que lo mejor para un profesional es especializarse en áreas que conversen con su perfil profesional, tales como régimen aduanero y logística.

Conclusiones

Según la investigación realizada con el fin de identificar si las organizaciones actuales requieren para sus procesos de internacionalización profesionales en el pregrado de negocios internacionales, comercio exterior o comercio internacional, se puede concluir:

Tras la investigación y según la percepción de los encuestados se infiere que para sus procesos de internacionalización las compañías no distinguen entre el rol que puede cubrir un profesional en negocios internacionales, comercio exterior o comercio internacional.

El profesional en negocios, comercio exterior y/o comercio internacional es una herramienta fundamental para la empresa y sus objetivos frente a los mercados externos ya que por la complejidad que estos tienen, se requiere de profesionales idóneos que contribuyan a la incursión de las empresas y sus productos en los mercados internacionales sin embargo la formación y preparación para el mercado y/o sector lo brinda el mercado laboral, es decir, el profesional sale de la academia con unos conocimientos básicos, pero dependiendo del mercado laboral al que incursione ahondara y desarrollara habilidades y/o conocimiento mayormente en un área de su profesión.

Otra de las virtudes de las personas que tiene relación con los procesos de internacionalización y que las empresas buscan, es el conocimiento y el desarrollo de estandarización, mejora continua y sistemas de calidad en sus procesos ya que esto permite la interacción de la organización con todo su entorno internacional, teniendo como premisa que la sostenibilidad de las compañías están siendo parte vital de la competitividad y el valor que las organizaciones generan

De acuerdo a los datos recopilados en esta investigación a través de la encuesta tendríamos como resultado que de acuerdo al perfil y las necesidades de las empresas encuestadas el perfil que mejor cubre los requerimientos es Comercio Exterior ya que en este se encuentran la mayoría de funciones que busca la empresa sean cubiertas.

Cabe resaltar que la administración en negocios internacionales es la formación más proactiva de las expuestas en este trabajo ya que las diferentes necesidad del mercado permite que un

administrador cubra a cabalidad los requerimiento y pueda llevar más allá los procesos de internacionalización.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos dentro de la investigación es posible afirmar que la administración en negocios internacionales es la carrera que otorga al estudiante y/o profesional facultades y herramientas que pueden generar competitividad o mejorar el factor de competitividad desde los procesos de internacionalización.

Con base en el análisis de las competencias blandas las compañías más allá se formación profesional buscan individuos que estén dispuestos al cambio y auto-lideren su labor de manera que permitan innovar dentro de su día a día y esto se traslade a todo el proceso.

El comercio exterior es una formación dinámica puesto el quehacer cotidiano depende de normativas y legislaciones que a menudo están sujetas a cambios y/o actualizaciones, el profesional en esta área debe mantener actualizado con cualquier cambio, desde un arancel hasta la ley misma, de allí el riesgo que sus competencias dependan de estas reformas puesto que cualquier cambio sugiere una obsolescencia en sus competencias.

.

Bibliografía

- Aldanaa, C. M., Villalba, Á. C., & Cueto, G. H. (2006). *Negocios Internacionales- Estrategías Globales*. Bogotá: Universidad Santo Tomas. Obtenido de https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=TvCLGbfdRIEC&oi=fnd&pg=PT12&dq=Pregrado+en+negocios+internacionales&ots=tNFIEXjSm&sig=7fzU1HuD4qKd0Ru_ZCZwKPCmmAA&redir_esc=y#v=onepage&q=Pregrado%20en%20negocios%20internacionales&f=false
- Brunner, J. J., & Villalobos, C. (2014). *Políticas de educación superior en Iberoamérica, 2009-2013*. Santiago de Chile: Universidad Diego Portales. Obtenido de <https://virtualeduca.org/documentos/centrodocumentacion/2014/III-encuentro-politicas-ibe-2009-2013.pdf>
- Delgado, E. E. (11 de 2013). La medición del mercado laboral en Colombia . *ib Revista de la información básica* , 6, 48-52. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/revista_ib/magazin/f_magazinVI_2013.pdf
- Duque, R. O., & Carazo, D. L. (2005). LAS COMPETENCIAS NUEVO PARADIGMA EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR PARA EL SIGLO XXI. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 1. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4096/409634371007.pdf>
- Enrique Ogliastri. (2001). Bogota: Alfomega SA. Recuperado el 18 de Septiembre de 2018, de https://www.researchgate.net/publication/228387677_Como_negocian_los_Colombianos
- García, O. L. (2015). *Negociación Internacional*. Madrid: Global Marketing Strategies.
- García-Lomas, O. L. (2015). *Negociación Internacional* . Madrid : Global Marketing Strategies.
- Hall, E. T. (1959). *The silent Language*. New York: Doubleday & Company, INC, Grden City. Obtenido de https://monoskop.org/images/5/57/Hall_Edward_T_The_Silent_Language.pdf
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (1997). *Cultures and Organizations*. MCGRAW-HILL. Obtenido de <http://testrain.info/download/Software%20of%20mind.pdf>

- Kerr, C., Dunlop, J. T., Harbison, F., & Myers, C. (01 de 03 de 1961). The Problems of Labor and Management in Economic. *Sage Journals*, 334, 182. Obtenido de <https://doi.org/10.1177/000271626133400157>
- Lugo, A. S. (Mayo de 2009). *Banco de la República*. Obtenido de http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/eventos/archivos/salamanca_docum_0.pdf
- Martinez, A. (15 de 03 de 2009). *IMPACTO DE LA APERTURA ECONÓMICA EN LA INDUSTRIA COLOMBIANA*. Obtenido de ALLBUSINESS: <http://allbusiness10.over-blog.com/article-31436659.html>
- Molina, J. D. (2015). Lo que importa cuando importamos. *Logísticas Especializadas: retos y oportunidades* (págs. 3-7). Bogotá: Asociación Nacional de Comercio Exterior Analdex.
- Montoya Botero, R. (01 de 01 de 2014). INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA COLOMBIANA. *El Colombiano*, págs. http://www.elcolombiano.com/historico/internacionalizacion_de_la_economia_colombiana-JAEC_276179.
- Ogliastri, E. (2000). El estilo negociador de los latinoamericanos. Una investigación cualitativa. *Revista Latinoamericana de Administración*, 25. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71602504>
- Tuning. (2013). *Tuning America Latina*. Obtenido de <http://www.tuningal.org/es/areas-tematicas/admin-empresas/competencias>
- Walton, R. E., & McKersie, R. B. (1965). *A Behavioral Theory of Labor Negotiations: An Analysis of a Social Interaction System*. New York: McGraw-Hill. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/270079767_Walton_and_McKersie_A_Behavioral_Theory_of_Labor_Negotiations_1965
- Ziem, M. O. (12 de 2012). *Negocios Globales*. Obtenido de <http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=1621>

Formato encuesta

1. Género: Masculino___ Femenino_____
2. Profesión _____
3. Cargo: Gerente___ Administrador ___ Otro _____ Cual _____
4. Tiempo en la empresa: menos de un año___ de 3 a 5 años ___ más de 5 años_____
5. La empresa pertenece al sector: Manufacturas___ Producción ___ Comercializadora___
Otra _____Cual _____
6. La empresa se encuentra en proceso de internacionalización: Si ___ No _____
7.
Mercadeo_____ Financiero_____Estratégico _____ Negociación_____ RSE y/o buenas
practicass_____

ANALISIS DE COMPETENCIAS DURAS Y BLANDAS

<p>En una escala de 1 a 4, donde 1 muy importante 2. Importante 3. De poca importancia 4. Sin importancia ¿qué tan importante considera las siguientes competencias en la posibilidad de contratar un profesional en Negocios Internacionales, Comercio Exterior y/o Comercio Internacional?</p> <p>1. muy importante 2. Importante 3. De poca importancia 4. Sin importancia</p>	
Análisis potencial del mercado	
Conocimiento de la normatividad internacional	
Normatividad tributaria	
Incoterms	

<p>En una escala de 1 a 4, donde 1 muy importante 2. Importante 3. De poca importancia 4. Sin importancia ¿qué tan importante considera las siguientes competencias en la posibilidad de contratar un profesional en Negocios Internacionales, Comercio Exterior y/o Comercio Internacional?</p> <p>1. muy importante 2. Importante 3. De poca importancia 4. Sin importancia</p>	
Liderazgo	
Trabajo en equipo	
Capacidad de adaptarse a los cambios	
Toma de decisiones	
Capacidad de Negociación	

<p>En una escala de 1 a 4, donde 1 muy importante 2. Importante 3. De poca importancia 4. Sin importancia qué tan importante, son los siguientes requerimientos normativos y legales para el proceso de internacionalización de la empresa?</p> <p>1. muy importante 2. Importante 3. De poca importancia 4. Sin importancia</p>	
Regulación aduanera	
Normatividad fitosanitaria	
Aranceles aduaneros	
Incoterms	
Normatividad tributaria	

<p>En una escala de 1 a 4, donde 1 muy importante 2. Importante 3. De poca importancia 4. Sin importancia ¿Cuál de las siguientes variables considera importante en la implementación o mejoramiento en el proceso de internacionalización de la empresa?</p> <p>1. muy importante 2. Importante 3. De poca importancia 4. Sin importancia</p>	
Conocimiento mercado	
Conocimiento de la normatividad	
Competitividad	
Calidad	

COMPETENCIAS RELEVANTES AL CARGO

¿Qué proceso de internacionalización está manejando la empresa actualmente?	
Importación	
Exportación	
Transformación en zonas francas	
Cual	

¿La empresa realiza sus procesos de nacionalización a través de una agencia de aduanas o funciona como UAP, Altex u OEA?	
Agencia de Aduanas	

UAP	
Altex	
OEA	

¿La empresa tiene algún beneficio gubernamental por la importación, exportación y/o transformación de materia prima?	
SI	
NO	
Cual	

¿Los acuerdos de pago, venta y compra de divisas están a cargo del departamento de Comercio Exterior?	
SI	
NO	
Cual departamento:	

¿Sabe usted cual es la diferencia entre los programas de formación profesional: Administración en negocios Internacionales, Comercio Exterior, Comercio Internacional?	
Si	

No	
Cuál es la diferencia	

¿De acuerdo a la pregunta anterior y entendiendo el perfil profesional de cada área, cual aplica de mejor manera para el proceso de internacionalización de la empresa?	
Administración en negocios Internacionales	
Comercio Exterior	
Comercio Internacional	
Los tres programas aplican	

En una escala de 1 a 5, donde 1 es menos importante y 5 muy importante, ¿cuál de los acuerdos suscritos por Colombia es el más representativo para la empresa en su proceso de internacionalización?			
TLC Colombia- Mexico		Canada	
El Salvador Guatemala y Honduras		Estados Unidos	
CAN		Cuba	
CARICOM		Unión Europea	
MERCOSUR		Alianza del pacifico	
Chile		Corea	
EFTA		Costa Rica	

En una escala de 1 a 5, donde 1 es menos importante y 5 muy importante ¿Cuál de las siguientes especializaciones y/o formación específica le gustaría que tuviera la persona que esté a cargo del departamento de comercio exterior?	
Régimen aduanero	
Régimen Cambiario	
Mercadeo	
Logística	
Financiero	

Muchas gracias