



ANÁLISIS DE LA PROYECCIÓN SOCIAL DEL PROGRAMA DE COMERCIO  
INTERNACIONAL 2013- 2018

DIEGO NOÉ CASTRO GUTIÉRREZ  
NICOLÁS TORRES ROMERO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL  
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2019

ANÁLISIS DE LA PROYECCIÓN SOCIAL DEL PROGRAMA DE COMERCIO  
INTERNACIONAL 2013- 2018

DIEGO NOÉ CASTRO GUTIÉRREZ

NICOLÁS TORRES ROMERO

Trabajo de grado presentando como requisito para optar al título de:

Profesional en Comercio Internacional

Directoras:

LUCY GÓMEZ MINA

LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL  
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2019



SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 20 de agosto de 2019

Acta N° 12/2019

**TÍTULO DEL PROYECTO:** “Análisis de la proyección social del programa de Comercio Internacional 2013-2018”

**MODALIDAD:** Trabajo dirigido

**JURADOS:**

Cesar Augusto Panizo Cardona ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Lisette Gabriela Maldonado niño ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Nathalie Claire Rainaud Prado ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

**DIRECTORES:**

Lucy Gómez Mina

Liliana Marcela Bastos Osorio

Firma:

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CODIGO	CALIFICACIÓN		
		LETRA	NÚMERO	A- M -L
<u>Diego Noé Castro Gutiérrez</u>	<u>1261052</u>	Tres punto seis	<u>3.6</u>	<u>X</u>
<u>Nicolas Torres Romero</u>	<u>1261060</u>	Tres punto seis	<u>3.6</u>	<u>X</u>

Cesar Augusto Panizo Cardona

Lisette Gabriela Maldonado Niño

Nathalie Claire Rainaud Prado

**LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO**  
Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

## Contenido

	<b>pág.</b>
Introducción	13
1. Problema	15
1.1 Título	15
1.2 Planteamiento del Problema	16
1.3 Formulación del Problema	17
1.4 Sistematización del Problema	17
1.5 Objetivos	18
1.5.1 Objetivo general	18
1.5.2 Objetivos específicos	18
1.6 Justificación	19
2. Marco Referencial	21
2.1 Antecedentes	21
2.1.1 Antecedentes internacionales	21
2.1.2 Antecedentes nacionales	21
2.2 Marco Teórico	22
2.2.2 Proyección Social un enfoque de la Reforma de Córdoba	22
2.3 Marco Conceptual	23
2.4 Marco Contextual	25
2.4.1 Historia de la Universidad Francisco de Paula Santander.	25
2.4.2 La Universidad Francisco de Paula Santander da a conocer como extensión o proyección social	27
2.5 Marco Legal	30

3. Diseño Metodológico	33
3.1 Tipo de Investigación	33
3.2 Método de Investigación	34
3.3 Tipo de Estudio	34
3.4 Población y Muestra	35
3.4.1 Población	35
3.4.2 Muestra	35
3.5 Técnicas Para la Recolección de Información	36
3.6 Técnicas Para el Procesamiento de la Información	37
3.7 Presentación de la Información	37
4. Resultados de la Investigación	38
4.1 Diagnostico de la Normatividad que Apoya la Proyección Social en el Programa de Comercio Internacional	38
4.1.1 Programa de Comercio Internacional	39
4.1.2 Política de extensión y proyección social de la Universidad Francisco de Paula Santander.	40
4.1.3 Principios o lineamientos de la política de extensión o proyección social. La UFPS (2018)	40
4.1.4 Responsabilidad Universitaria	41
4.2 Identificación de las Alianzas Productivas y Empresariales que Presenta el Programa de Comercio Internacional	42
4.3 Evaluación del Aporte dado por el Programa a las Empresas con las que han Celebrado Convenios	62
4.3.1 Estudiantes de Comercio Internacional en empresas	62

4.3.2 Áreas en las que se han desempeñado los estudiantes de Comercio Internacional.	63
4.3.3 Cualidades académicas y personales de los estudiantes de práctica y pasantía del programa de Comercio Internacional	63
4.3.4 Seguimiento de los profesores del programa de Comercio Internacional de la UFPS hacia los estudiantes de práctica y pasantía	64
4.3.5 Contacto entre el plan de estudios de Comercio Internacional UFPS y las empresas	67
4.3.6 Aportes significativos que han tenido los practicantes o pasantes del programa de Comercio Internacional de la UFPS	68
4.3.7 Necesidades o problemáticas de las empresas en las áreas de Logística, Mercadeo, Comercialización y Exportación	69
4.3.8 Participación empresarial a los eventos o capacitaciones del plan de estudios de Comercio Internacional UFPS	71
4.3.9 Eventos de preferencia para los empresarios	73
4.3.10 Conocimiento de existencia del Observatorio en Comercio Internacional y fronteras OCIF UFPS	74
4.3.11 Aceptación al envío de información económica y de comercio internacional a los correos electrónicos empresariales	75
4.3.12 Estrategias de comercialización más usadas por las empresas	76
4.3.13 Proyectos del programa Comercio Internacional con las empresas	77
4.4 Estrategias que le Sirven al Programa de Comercio Internacional en el Mejoramiento de las Relaciones con el Sector	82
4.4.1 Matriz DOFA	82
4.4.2 Estrategias de Mejoramiento	84

5. Conclusiones	88
6. Recomendaciones	90
Referencias Bibliográficas	91