

Reconocimiento del Programa de Negocios Internacionales de la FESC en la ciudad de Cúcuta

Recognition Program for International Business of FESC in the Cucuta City

Deisy Daniela Mora Alvarado¹

RESUMEN

La apertura comercial que en la actualidad se está presentando y que con el paso del tiempo se va desarrollando y fortaleciendo producto de la globalización, ha generado un sin número de intercambios comerciales y acuerdos bilaterales que llevan a la creación de nuevas estrategias de competitividad; una de ellas es que las universidades dan paso a la creación de nuevos pregrados y posgrados enfocados a todos los temas que se relacionen con los negocios internacionales.

La educación es sin duda uno de los factores más relevantes en la construcción de capital social y humano de la sociedad; gracias a ella la población logra desarrollarse y transformarse aplicando habilidades y competencias hermenéuticas que son esenciales para la satisfacción de necesidades sociales e individuales, es por tal razón que es importante para los estudiantes de cualquier institución, que tanto reconocimiento y percepción en la población tiene su universidad, cual es la labor u aporte de los egresados a la sociedad, como fue el proceso de inclusión a la vida laboral en que campos se desempeñan más ampliamente y si son profesionales de calidad.

PALABRAS CLAVE: Comercio, percepción, población, reconocimiento

ABSTRACT

Trade openness that currently live presenting and over time will develop and strengthen product of globalization has generated countless and bilateral trade agreements that lead to the creation of new competitive strategies; one is that universities give way to the creation of new undergraduate and graduate programs focused on all the issues that relate to international business.

Education is undoubtedly one of the most important in building social and human capital of factors; Thanks to it the population fails to develop and transform applying skills and hermeneutical skills that are essential for the satisfaction of social and individual needs, it is for this reason that it is important for students of any institution that both recognition and awareness among the population has its university, which is the work or contribution of graduates to society, as was the process of working life including where fields are widely played and if quality professionals.

KEYWORDS: trade, recognition, people, perception.

Reconocimiento del Programa de Negocios Internacionales de la FESC en la ciudad de Cúcuta

1. INTRODUCCIÓN

La apertura comercial que viene ocurriendo en el mundo producto de la globalización e informatización de la economía global y que ha sido plasmada a través de tratados comerciales, acuerdos bilaterales de intercambio comercial que han posibilitado la aparición de un sinnúmero de oportunidades comerciales cuya atención con personal capacitado ha sido superado mostrándose una brecha de recursos humanos calificados, han dado como resultado que las universidades dieran paso a la creación de la carrera de negocios internacionales, con la finalidad de preparar profesionales especialistas en comercio internacional, negocios internacionales, gestión aduanera, gestión logística, entre otras.

Es de esta manera que Cúcuta es una ciudad reconocida por su comercio e industria y que por estar situada en la zona limítrofe con Venezuela está orientada a fomentar una cultura exportadora entre empresarios dando como resultado que casi el 90% de las instituciones que prestan el servicio de educación superior se enfocan ahora más hacia este tema.

La educación es sin duda uno de los factores más relevantes en la construcción de capital social y humano de la sociedad; gracias a ella la población logra desarrollarse y transformarse aplicando habilidades y competencias hermenéuticas que son esenciales para la satisfacción de necesidades sociales e individuales.

Se convierte de vital importancia para los estudiantes de la institución, el logran saber que tanto conoce la población cucuteña a esta universidad, que han escuchado hablar sobre ella, cual es la labor u aporte de los egresados a la sociedad, en que campos se desempeñan, como los ven realmente y si son profesionales de calidad.

La universidad FESC, al igual que cualquier otra universidad tiene la necesidad de identificar los motivos por los cuales al ser la mejor institución de educación superior que ofrece el programa de Negocios Internacionales, hay que identificar en caso de no estar siendo totalmente reconocida y si lo está, determinar los factores que realmente generan dicho reconocimiento entre la sociedad.

La realización de una investigación para determinar y conocer más a sus posibles clientes, para identificar sus necesidades y de conocer que requieren para satisfacerlas, es una idea que puede direccionar los esfuerzos de marketing de la universidad hacia diversos temas como pueden ser fortalecimiento de la infraestructura, desarrollo de nuevas estrategias de publicidad, creación de nuevas normativas, adecuaciones logísticas, entre otras.

El comportamiento del estudiante implica un conjunto de actividades que las personas desarrollan cuando buscan, deciden, evalúan, utilizan y disponen de los servicios con el objeto de satisfacer sus necesidades y deseos. Estas actividades comprenden tanto procesos mentales y emocionales como también acciones físicas, dichas acciones llevan a plasmar en la sociedad la imagen de las instituciones que prestan cualquier servicio, en este caso el de educación superior.

Los egresados de las instituciones también desarrollan un papel fundamental en la popularidad de cualquier institución, su desempeño, actitud, conocimientos, emprendimiento, capacidad de toma de decisiones, liderazgo, entre otras cualidades que para cualquier profesional ya deben estar totalmente desarrolladas o que por su actitud esté dispuesto a adquirirlas, desarrollarlas y aplicarlas.

***“El comportamiento del estudiante implica un conjunto de actividades que las personas desarrollan cuando buscan, deciden, evalúan, utilizan y disponen de los servicios con el objeto de satisfacer sus necesidades y deseos. Estas actividades comprenden tanto procesos mentales y emocionales como acciones físicas”
(Anónimo, s.f).***

2. METODOLOGÍA

La investigación se puede definir según Naghi, M. (2005) como causal. “En la esencia de todas las investigaciones científicas existe una causalidad; se espera que en toda variable independiente se produzcan varias variables dependientes”:

- Causa: necesidad de conocer el porcentaje de población que conoce y reconoce la FESC.
- Efecto: lo que se planteara frente al resultado de la investigación.

Identificar las principales etapas o facetas de este objeto de estudio dentro de la investigación nos ayudara a obtener un mejor resultado:

- Examinar las características del problema elegido.
- Definir y formular el problema de la investigación.
- Elegir los temas y fuentes apropiadas.
- Seleccionar y elaborar técnicas para la recolección de datos.
- Clasificar los datos para establecer las diferencias y semejanzas más significativas.
- Realizar observaciones objetivas y exactas.
- Describir, interpretar y analizar los datos obtenidos en términos claros y precisos.
- Informar apropiadamente los resultados.

Examinar las características del problema elegido: mediante la justificación y objetivos de la propuesta de investigación, para determinar aquellos factores que generan en nuestro tema de estudio el posible “no reconocimiento de la FESC” en la ciudad de Cúcuta.

Definir y formular el problema de la investigación, se refiere a determinar la descripción y formulación del tema de estudio, el reconocimiento, impacto, opiniones de las personas referentes a la FESC, si sus conocimientos abarcan hasta conocer los programas que allí se ofrecen. Elegir temas y fuentes apropiadas, que permite identificar las fuentes de información de carácter primario y secundario, de manera interna y externa.

De manera interna:

- Primario: recolección de información mediante un instrumento de medida (encuestas).
- Secundario: fuentes de carácter interno como antecedentes e información suministrada por inscripción y matrícula de la universidad para determinar el rango de población encuestada y con edad universitaria y disposición de estudio.

De manera externa:

- Primario: recolección de información a la población en general fuera de la institución con edad universitaria y con disponibilidad de opinar sobre las instituciones de educación superior.

Secundario: recolección ya elaborada por el DANE para determinar la cantidad de población dentro del rango de edad universitaria ofrecido por la FESC, para la muestra y objetivo de la encuesta, con un promedio de 123.029 habitantes entre hombres y mujeres (DANE, 2014).

Seleccionar y elaborar técnicas para la recolección de datos:

- Enfoque: cualitativo
- Alcance: Descriptivo
- Diseño: experimental

Aplicada a la propuesta investigativa, se determinara un enfoque cualitativo en un tipo de investigación descriptiva. Para el desarrollo de recolección de los datos primarios se contara con un encuestador y una muestra de encuestados; los resultados de esta encuesta serán elaborados mediante el empleo de un software elaborado en Excel; una hoja sabia en la que los datos serán agrupados y graficados. Este software es utilizado para el análisis de cada una de las preguntas de la encuesta.

Clasificar los datos para establecer las diferencias y semejanzas más significativas: se desarrolló mediante la tabulación de los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta a la población con edad universitaria. Se establecieron dentro de la encuesta puntos de diferenciación que determinaron de manera individual los resultados tanto en posicionamiento, comparación con otras instituciones de educación superior, calidad académica, infraestructura y comunicación los cuales arrojaron valores favorables para la institución.

Realizar observaciones objetivas y exactas: se realizó un análisis individual pero que a su vez recopiló toda la información suministrada en cada uno de los puntos de la encuesta.

Conocimiento: se pudo concluir que más del 60% de la población encuestada si conoce la FESC, conoce el programa de negocios internacionales que ofrece, le gustaría estudiar allí y la consideran como una de las principales instituciones que se destaca en este programa.

Posicionamiento: en el área de los negocios internacionales se evidencio que la FESC es la más reconocida, pero que a su vez instituciones como la Universidad de Santander y la Universidad Simón Bolívar, también se destacan con el programa de comercio exterior.

Infraestructura: la población encuestada conoce la FESC, le gusta la infraestructura que posee, pero a la vez considera que hay mejores infraestructuras en otras universidades.

Calidad académica: sin duda la FESC, por poseer docentes calificados y con experiencia en el “gremio” de los negocios inter-

nacionales, se considera y destaca como una de las mejores instituciones en ofrecer el programa.

Información: se considera que la información es importante en cualquier escala y manera, que por obvia razón es de gran importancia en el desarrollo del conocimiento y el saber, y se determinó que la población abiertamente aconseja darse a conocer en un mayor grado a la institución.

Informar apropiadamente los resultados: mediante la elaboración de conclusiones y recomendaciones.

3. RESULTADOS

La realización de esta investigación se hizo para determinar el posicionamiento que actualmente tiene la FESC con respecto al programa de Gestión de Negocios Internacionales en la ciudad de Cúcuta.

Estos son los resultados:

- Como se evidencio en la encuesta se puede determinar que la mayoría de los jóvenes que la respondieron les gustaría estudiar Gestión de Negocios Internacionales en la FESC, sin embargo consideran que hay universidades que hacen competencia a esta institución.
- Al momento del análisis de los datos se descubrió que la universidad que cuenta con el mayor prestigio y reconocimiento por parte de los encuestados es la FESC, no ignorando que el que un gran porcentaje de la población inclina su reconocimiento hacia otras universidades.
- Reconociendo que un porcentaje de la población encuestada ha escuchado hablar del prestigio de la institución FESC, se puede observar que hay preferencia en otras universidades hacia este programa.
- Determinando que la mayor parte de la población está en promedio de edad entre los 15 y 24 años, se puede concluir que la demanda está siendo realizada por jóvenes con edad universitaria. Como un considerable porcentaje de la población son menores de edad los padres aún continúan manteniendo la gran influencia en la decisión que toma el estudiante de escoger una universidad en particular, por lo tanto es necesario delinear las características de los padres como población para implementar posteriormente un programa de promoción especial que se enfoque en ellos y que este dirigido a responder todas las inquietudes que desde el punto de vista de los padres puedan surgir sobre el futuro profesional de sus hijos.
- La población considera que la FESC, posee una estructura de su agrado, sin embargo consideran que hay universidades que la superan; siendo importante porque consideran fundamental al momento de elegir una universidad en la cual realizar sus estudios.
- Aunque la población considera a la FESC con calidad académica, también consideran que hay universidades con

la misma o igual calidad académica, como es lógico se buscan las instituciones que se destaquen por lo mismo, sin importar el valor que se pague.

- Se puede evidenciar que la mayor parte de los encuestados se dirige directamente a una universidad para solicitar información. Reconocer la manera en que los estudiantes se enteran de la universidad de su interés, es muy importante, puesto que la institución debe prestar atención especial a estos mecanismo para incluirlos dentro de la estrategia de difusión y promoción que realice, para que la información que se esté dando de la universidad sea realmente confiable y conforme a la realidad.

4. CONCLUSIONES

Centrar el plan estratégico de marketing en aspectos fundamentales que los estudiantes reconocen como las razones más importantes para seleccionar una universidad, la excelencia en los programas académicos, la metodología, el servicio y la infraestructura. Para esto se debe desarrollar programas específicos que trabajen en cada uno de estos aspectos y que desarrollen dentro de la universidad el potencial para poder brindarles estas características a los estudiantes.

Enriquecer y fortalecer aún más la plataforma de la universidad donde se muestre con más profundidad la importancia de este programa. En conclusión general se pudo determinar que la Fundación de Estudios Superiores Comfanorte FESC si está posicionada en la mente de los cucuteños, y dicha posición está dada por su calidad académica, calidad docente e infraestructura, sin embargo puede ser más significativa si se enfoca hacia el tema investigativo el cual hace a una institución de educación superior más reconocida y competitiva.

5. BIBLIOGRAFÍA

Anónimo. (s.f). Diseño de una investigación de mercado. [Acceso el 20 de septiembre de 2014]. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos29/investigacion-universidad/investigacion-universidad3.shtml>.

DANE. (2014). proyecciones de población 2005-2020, [Acceso el 10 de oct de 2014] comunicación personal.

Naghi, M. (2005). Metodología de la investigación. (2ª ed.). México: Casa del libro.