

Factores que inciden en la productividad y competitividad de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la UDES Cúcuta en el marco de la Economía del Conocimiento.

Factors that affect the productivity and competitiveness of the Faculty of Economics, Administrative and Accounting Sciences of the UDES Cúcuta within the framework of the Knowledge Economy.

May Stefanny González-Verjel¹, Lesley Fabiola Bohórquez-Chacón², José de Jesús Núñez-Rodríguez³

^{1,2,3}Universidad de Santander, Cúcuta - Colombia.

ORCID: ¹[0000-0002-9305-0212](https://orcid.org/0000-0002-9305-0212), ²[0000-0002-8500-3475](https://orcid.org/0000-0002-8500-3475), ³[0000-0002-4120-0215](https://orcid.org/0000-0002-4120-0215)

Recibido: 12 de junio de 2023.

Aceptado: 08 de agosto de 2023.

Publicado: 01 de septiembre de 2023.

Resumen- En el proceso enseñanza aprendizaje el currículo es un sistema regulador que orienta y regula el equilibrio teórico-práctico del proceso educativo, el cual es desarrollado por las instituciones de educación superior para generar conocimiento y ofrecer valor agregado al sector productivo; precisión que originó la idea del presente artículo cuyo objetivo es analizar los Factores que inciden en la productividad y competitividad de la [\[1\]](#)Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la UDES Cúcuta en el marco de la Economía del Conocimiento; su elaboración está basada en una metodología de criterio cualitativo dentro de una investigación documental que analizó las consultorías sobre los temas objeto del conocimiento y de interés para el presente trabajo haciendo posible el análisis de los fundamentos conceptuales y el análisis de los resultados referentes a las brechas entre expectativas de empresarios y valor agregado de los egresados de los programas Administración Financiera, Contabilidad Pública, Mercadeo y Publicidad y Comercio Exterior, con base a los factores pertinentes que inciden en la productividad y competitividad de los programas, lo cual conllevó a la conclusión de que la UDES, Cúcuta debe reestructurar el currículo y el proyecto educativo institucional según áreas del conocimiento propuestas a través de un plan de acción.

Palabras clave: currículo, competencias, capacidad, innovación, gestión del conocimiento.

Abstract— In the teaching-learning process, the curriculum is a regulatory system that guides and regulates the theoretical-practical balance of the educational process, which is developed by higher education institutions to generate knowledge and offer added value to the productive sector; precision that originated the idea of this article whose objective is to analyze the Factors that affect the productivity and competitiveness of the Faculty of Economic, Administrative and Accounting Sciences of the UDES Cúcuta within the framework of the Knowledge Economy; Its elaboration is based on a qualitative criterion methodology within a documentary investigation that analyzed the consultancies on the subjects of knowledge and interest for the present work, making possible the analysis of the conceptual foundations and the analysis of the results referring to the gaps between expectations of entrepreneurs and added value of the graduates of the Financial Administration, Public Accounting, Marketing and Advertising and Foreign Trade programs, based on the pertinent factors that affect the productivity and competitiveness of the programs, which led to the conclusion of that UDES, Cúcuta must restructure the curriculum and the institutional educational project according to areas of knowledge proposed through an action plan.

Keywords: curriculum, skills, capacity, innovation, knowledge management.

*Autor para correspondencia.

Correo electrónico: maygov@hotmail.com (May Stefanny González Verjel).

La revisión por pares es responsabilidad de la Universidad de Santander.

Este es un artículo bajo la licencia CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Como citar este artículo: M. S. González-Verjel, L. F. Bohórquez-Chacón y J. J. Núñez-Rodríguez, "Factores que inciden en la productividad y competitividad de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la UDES Cúcuta en el marco de la Economía del Conocimiento", *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, vol. 11, no. 3, pp. 11-22 2023, doi: [10.15649/2346030X.3246](https://doi.org/10.15649/2346030X.3246)

I. INTRODUCCIÓN

Los conocimientos aplicados al sector productivo de parte de los egresados de instituciones de educación superior (IES) están evidenciados en un conjunto de hechos, datos e informaciones adquiridos o desarrollados por sí mismos, mediante la comprensión de las teorías y experiencias personales que generan valor agregado y desarrollo económico en las empresas mediante una eficaz gestión de conocimiento para facilitar el acercamiento entre egresados y empresarios a través de la transmisión, sistematización, el desarrollo de habilidades del equipo y la generación de nuevos productos y servicios, innovaciones o desarrollos de manera sistemática y eficiente, proceso que implica el desarrollo de competencias profesionales para incrementar la productividad y competitividad de las organizaciones.

En correspondencia con lo anteriormente expuesto, los resultados de la gestión del conocimiento que orienta la gestión educativa estratégica en el ámbito universitario direccionan a las IES hacia escenarios productivos y competitivos en donde se cierran las brechas entre el valor agregado de los egresados y las expectativas de los empresarios y en donde los currículos son flexibles y con capacidad de respuesta a las exigencias del entorno.

Conforme a estas reflexiones se desarrolla el presente artículo que tiene como objetivo analizar los factores que inciden en la productividad y competitividad de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la UDES Cúcuta en el marco de la Economía del Conocimiento y que aplica una metodología con enfoque cualitativo en el desarrollo de investigación documental basada en fuentes secundarias de información contenidas en las consultorías citadas y referenciadas.

Dentro de este marco, en una primera sección el artículo aborda los fundamentos conceptuales relacionados con el currículo, las competencias, la gestión del conocimiento, los factores claves de éxito, la innovación, la productividad y competitividad, entre otros; una segunda sección hace referencia a los resultados en materia de la situación de los egresados y brechas percibidas en investigación anterior entre el valor agregado de los egresados de cada programa y las expectativas de los empresarios; una tercera sección plantea como discusión la necesidad de reestructurar el currículo en los programas de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la UDES Cúcuta a través de un plan de acción por área del conocimiento.

Finalmente, como conclusión, las brechas identificadas obligan a la Universidad a efectuar una reestructuración curricular en los programas de Administración Financiera, Contabilidad Pública, Mercadeo y Publicidad y Comercio Exterior.

II. MÉTODO

El presente artículo tiene como objetivo analizar los factores que inciden en la productividad y competitividad de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la UDES Cúcuta en el marco de la Economía del Conocimiento; el análisis del artículo se basa en el enfoque cualitativo para interpretar la información secundaria objeto del conocimiento, permitiendo así la profundización de los fenómenos estudiados, conforme lo señala Hernández, Fernández y Baptista [1], en cuanto al valor agregado de los egresados frente a las expectativas de los empresarios; en lo metodológico, este enfoque cualitativo está asociado a una actitud investigadora centrada en la producción de conocimiento y en la comprensión de un fenómeno [2]. Merece la pena destacar que el artículo se ajusta al método deductivo que transcurre dentro de un proceso de conocimiento que parte de la observación de fenómenos generales, hasta la verificación de verdades particulares implicadas en la situación general [3].

En este orden de ideas y considerando que el artículo, en un primer nivel de conocimiento, se fundamenta en fuentes documentales, aplica la Investigación Documental que, de acuerdo con Gabriel-Ortega [4] su propósito es familiarizar a la investigadora con el fenómeno que se estudia mediante la revisión bibliográfica de fuentes secundarias de información relacionadas con la economía del conocimiento para lograr productividad y competitividad en las empresas.

III. FUNDAMENTOS CONCEPTUALES

Las instituciones de educación superior (IES) no son ajenas a las reformas curriculares que incorporen ciertos principios innovadores como flexibilidad, interdisciplinariedad, transversalidad, virtualidad, centrado en el aprendizaje, basado en competencias, más personalizado y con énfasis en la internacionalización [5], en otras palabras los currículos convencionales se transforman en currículos de avanzada; en esta materia [6] manifiestan que el currículo, desde un enfoque sistémico comprende un conjunto de instrumentos que permiten la planeación y organización ejecutiva de la formación profesional determinando los resultados de aprendizaje esperado, relaciona la teoría educativa y la práctica pedagógica y la planificación con la acción [7].

Dicho de otro modo, el currículo es concretamente el proyecto que describe, guía y regula el tránsito entre la teoría y la práctica del proceso educativo que se ejecuta en el seno de la institución-programa, según García (2008), citado en [8], es dinámico y flexible, que de acuerdo con Correa (2016), mencionado en [9], señala que la flexibilidad curricular es la posibilidad de concebir y relacionarse de manera dinámica y transformada con el conocimiento, en donde el estudiante es reconocido como persona pensante, con capacidad de reflexión, interpretación, sentir y de relacionarse.

Con base en las precisiones anteriores, merece la pena resaltar que el currículo es un constructo útil para controlar el proceso de enseñanza-aprendizaje, es decir, qué se enseña y cómo se enseña, implica un diseño curricular en la educación superior teniendo en cuenta los postulados de que el currículo es considerado un sistema regulador; el currículo es un proceso, y el currículo es un constructo [10].

Cabe considerar que en el proceso educativo, la evaluación curricular adquiere una importancia considerable dado que permite establecer las relaciones entre los resultados, como componente del proceso, con el resto de los componentes, facilitando así la determinación de la efectividad y el impacto social según Coll (2001) citado en [11]; esta evaluación implica una mejora continua en los procesos universitarios,

es una filosofía como un sistema para mejorar los niveles de calidad, productividad, costos, niveles de satisfacción, niveles de seguridad, tiempos totales de los diversos ciclos, tiempos de respuesta y grado de fiabilidad de los procesos, que implica un trabajo en equipo [12]; en este sentido, la evaluación involucra la operacionalización de la estrategia basada en un Sistema Integral de Gestión (SIG) que dirija al grupo social en el marco de la cultura de desarrollo del pensamiento estratégico, utilizando herramientas para gestionar eficientemente la implementación y control de las estrategias como un Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard) [13].

En lo esencial, el sistema educativo tiene como misión de formar a las personas de por vida facilitándole herramientas necesarias para que “aprenda a aprender” para acceder a nuevos conocimientos de manera autónoma [14], ello implica el desarrollo de competencias profesionales, definidas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) como la idoneidad para realizar una tarea o desempeñar un puesto de trabajo eficazmente por poseer las calificaciones requeridas para ello [14], proporcionar esa autonomía requiere una eficaz Gestión del Conocimiento centrada en la transferencia de conocimiento que pretende poner al alcance de cada empleado en una organización la información que necesita en el momento preciso para que su actividad sea efectiva, mediante la satisfacción de necesidades presentes y futuras y optimizando los recursos, de acuerdo con Quintas (1997), citado en [15].

De este modo, las competencias profesionales son sinónimo de capacidad, aptitud, competitividad, destreza, talento, idoneidad y habilidad de acuerdo con Simone (2001), citado en [16], en materia laboral, la competencia se entiende como la capacidad productiva de una persona que se define y mide en términos de desempeño (estándares de calidad) en un determinado contexto de trabajo, según la fuente citada.

En este sentido, una competencia profesional por ejemplo, es la Capacidad exportadora empresarial, entendida como la capacidad de una empresa para penetrar los mercados internacionales [17], reto que implica ofrecer valor agregado, innovación, ubicación geográfica, calidad en productos y servicios, niveles de productividad relacionados con la mano de obra, capacidad para asumir las diferencias, así como las políticas económicas del macroentorno, las políticas cambiarias, crediticias y fiscales, entre otras, son factores determinantes para la presencia en mercados internacionales [18].

Otro ejemplo de competencia profesional es la Capacidad productiva, que equivale a la cantidad de producto que una empresa, un país, una región o un sector pueden generar durante un periodo de tiempo determinado, según CEPAL (2016), citada en [19], es por ello que la Productividad es una expectativa del empresario y se define como la relación entre la cantidad de lo que se produce y la cantidad de insumos utilizados en dicha producción, en consecuencia, a mayor productividad de un país, mayor es el crecimiento económico y distribución del ingreso [19], en resumen la productividad es la relación entre la cantidad de lo que se produce y la cantidad de insumos utilizados en dicha producción [6].

Dentro de este orden de ideas, ante esas expectativas empresariales respecto de las competencias, los empleadores no pueden seguir siendo únicamente consumidores pasivos de trabajadores competentes, los políticos deben liderar profundos cambios en el sistema educativo y en la regulación del mercado de trabajo y la ciudadanía ha de involucrarse en procesos de aprendizaje a lo largo y ancho de sus vidas según Raina (2016) citado en [20].

Ya no basta con que cada individuo acumule al comienzo de su vida una reserva de conocimientos a la que podrá recurrir después sin límites. Sobre todo, debe estar en condiciones de aprovechar y utilizar durante la vida cada oportunidad que se le presente de actualizar, profundizar y enriquecer ese primer saber y de adaptarse a un mundo en permanente cambio [21, p. 95].

La precisión anterior se aplica a la productividad en las organizaciones cuando aprovecha eficazmente sus conocimientos para adaptarse al cambio con una actitud proactiva dentro de una gestión que optimiza y racionaliza la aplicación de los limitados recursos disponibles en la elaboración de productos o la prestación de servicios, requiere habilidad para gestionar los recursos y lograr mejores resultados, conforme lo indica Nagles [22], proceso que involucra a las economías de escala generando una mayor competitividad, otro elemento que representa una importante expectativa de los empresarios que equivale a la capacidad para suministrar bienes y servicios igual o más eficaz y eficiente que sus competidores, según Enright et al. (1994), citado en [23].

Estas reflexiones están asociadas a la innovación, concepto inherente a un producto o proceso o combinación de ambos, diferente a productos o procesos previos que se han puesto a disposición de los productos potenciales e implementados en la organización a través de procesos, conforme al Manual de Oslo de OECD [24], este concepto requiere de cambios significativos para mejorar resultados mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnologías que pueden ser desarrollados interna o externamente o adquiridos mediante asesorías o por compra de tecnología, aprovechando los avances científicos, tecnológicos, organizacionales, comerciales y financieros.

A título ilustrado, merece resaltar que, en las últimas dos décadas en Colombia, se han implementado diferentes políticas y programas para aumentar la productividad de las empresas y sectores, en cumplimiento a los objetivos de aumentar la competitividad del aparato productivo del país, aunque no se hayan implementado de forma sistemática y continua, conforme lo señala [25].

En este sentido, según [26] el Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés), Colombia es la cuarta economía más competitiva de América Latina y mejoró tres posiciones frente a 2018 en el más reciente Índice Global de Competitividad (IGC). Además, se encuentra a una posición de alcanzar la meta propuesta en el marco del Sistema Nacional de Competitividad e Innovación en 2006: convertirse en uno de los tres países más competitivos de la región en 2030.

Dentro de este orden de ideas, una mirada nacional, la mayoría de los departamentos de Colombia están en una etapa de construcción de base mínima de conocimientos, donde se dificulta el análisis del sistema nacional de innovación como un todo, de acuerdo con [27]. Sin embargo, existen departamentos con grupos de interés que ostentan capacidades de innovación en sus niveles estratégicos y avanzados, según fuente citada, complementándose con otros grupos de interés a nivel local, desempeñando funciones de liderazgo y acompañamiento; situaciones fundamentales para establecer un sistema de innovación, presentándose entre grupos de interés de un mismo departamento y/o departamentos, e incluso con grupos de interés internacionales [27].

Frente a las anteriores consideraciones, en el sistema nacional de innovación las TICs desempeñan un papel preponderante en la competitividad debido a que estas permiten reducir los costos de transacción y aceleran el intercambio de ideas, datos, información y conocimiento, lo cual mejora la eficiencia y promueve la innovación, lo cual evidencia su importancia para el desarrollo y la competitividad del país, de acuerdo a [28], a pesar de la mejora en puntaje, cayó tres posiciones en el ranking del pilar adopción de las TICs Colombia reflejándose un comportamiento medio de los 141 países observados, conforme lo señala la fuente citada.

Cabe considerar que bajo el criterio de las teorías administrativas, la universidad como organización que afronta cambios en el entorno, en general, busca alcanzar determinados propósitos apoyada en el trabajo de equipo y caracterizada por estar establecida de manera intencional y de acuerdo con un plan para alcanzar ciertas metas; posee una estructura y orden de carácter vinculante y con la ayuda de este orden o estructura se puede coordinar la acción de los integrantes y de los recursos disponibles a fin de cumplir las metas de acuerdo con [29].

En atención a lo expuesto en los fundamentos teóricos, las universidades determinan los factores claves de éxito que inciden en la productividad y competitividad de sus programas en el marco de la Economía del Conocimiento, estos factores clave de éxito son principalmente las necesidades sentidas de los clientes, de manera consciente o inconsciente, que los inducen a ciertos gustos y preferencias y finalmente a tomar la decisión de consumo, según [13], actitudes que representan los tipos de comportamiento de los consumidores y pueden ser identificadas por técnicas de psicología sobre el comportamiento humano o de mercadeo cualitativo, específicamente el test de concepto según Gallo (2000), de acuerdo a la fuente citada.

En otras palabras, las empresas y otras organizaciones como universidades para identificar esas necesidades de sus clientes o consumidores deben dar comienzo a procesos de investigación para establecer y analizar esos factores claves de éxito, en primer lugar se debe analizar el mercado demandante para determinar los elementos que los clientes consideran más importantes a la hora de tomar sus decisiones de consumo y en segundo lugar se debe investigar el mercado de oferta, es decir, las empresas competidoras que han alcanzado éxito, con el objetivo de detectar qué ha contribuido a él [13].

Al respecto, en la figura 1 se visualizan algunos factores claves de éxito como determinantes en el propósito de alcanzar óptimos niveles productivos en las organizaciones, agrupados en tres tipos de determinantes, dependiendo de su alcance; Determinantes de Entorno, Determinante de Factores de producción y Determinante de Unidad Productiva, según lo señalan [6], este enfoque es aplicable a todo tipo de universidad.

En tal sentido, la investigación de parte de la universidades está orientada a determinar las brechas existentes entre el valor agregado de los egresados, frente a las expectativas de los empresarios de los diferentes sectores económicos, dicho de otro modo, los resultados deben informar sobre cómo los egresados de un programa específico aplican o generan conocimientos en las empresas donde prestan sus servicios y con base a estos tres tipos de determinantes, la universidad diseña planes de acción encaminados a alcanzar óptimos niveles de productividad, incluyendo las variables o indicadores del diagnóstico del egresado, en el caso de las universidades, es decir, planes de acción enfocados a la generación de conocimientos para cada programa ofrecido por las instituciones de educación superior (IES).

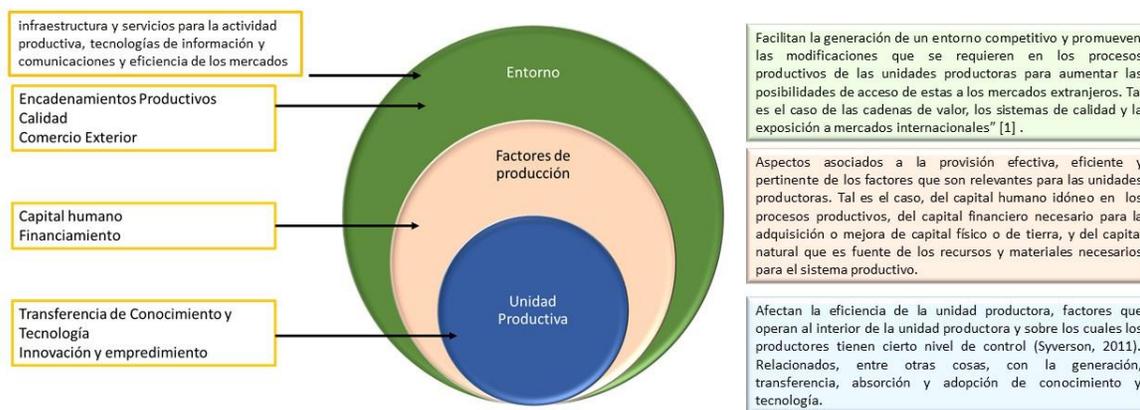


Figura 1: Determinantes de Productividad por Grupos según alcance.
Fuente: Elaboración de [30].

De igual forma; para efectos del Plan de acción, los indicadores o variables del índice de competitividad IDC y los indicadores del índice de Innovación IDIC; se constituyen en un insumo fundamental para establecer las correspondencias o puntos de encuentro en las brechas generadas entre las expectativas del empleador y el desempeño del egresado en materia de aportes de innovación y competitividad. Los dos se consideran una herramienta para la toma de decisiones de manera informada y que resulten en mejoras en la calidad del proceso educativo y por tanto del desempeño del profesional, de acuerdo con [6].

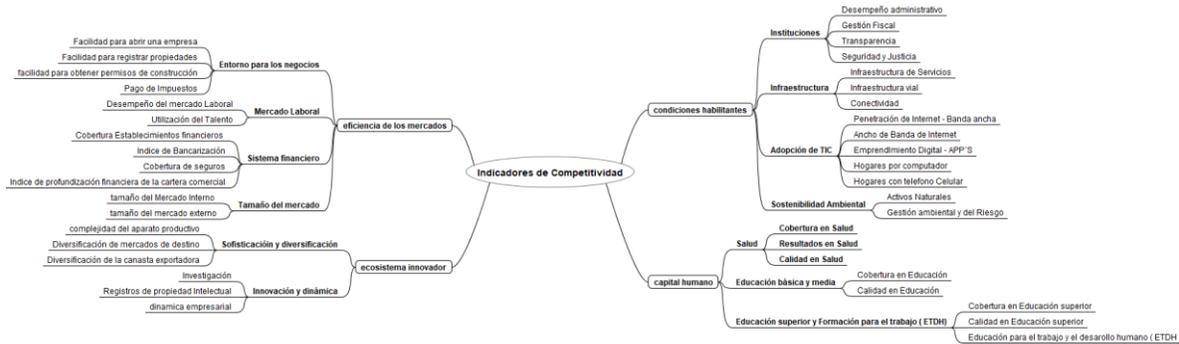


Figura 2: Factores, Pilares y subpilares del Índice de Competitividad.
Fuente: Elaboración Propia.

Finalmente, los planes de acción resultan del proceso de tipo Experimentación-Acción, considerando que, ... la investigación está orientada por la necesidad de generar conocimiento específico, que permita actuar en una organización específica; en donde el investigador no puede estudiar la realidad social desde el laboratorio y se sumerge en una situación humana y deja que ésta siga su curso sin intervenir en ella, estudiando los caminos que ésta tome, a medida que la misma se despliega a través del tiempo [31, p. 62].

IV. MARCO MUESTRAL

Con el propósito de determinar expectativas, valor agregado y grado de innovación de los egresados de los programas de Administración Financiera, Contabilidad Pública, Mercadeo y Publicidad y Comercio Exterior de la Universidad de Santander, UDES, Cúcuta, [30] se aplicó cuestionario de 34 Factores claves de éxito que inciden en la productividad y competitividad a una muestra de 90 empresarios representativa de 1.851 gerentes de empresas que tienen vinculados a egresados de estos programas, de acuerdo a la Base de Datos de la universidad.

Además, se aplicó cuestionario a 90 egresados de la UDES, Cúcuta, como muestra estratificada por programa para determinar el nivel de satisfacción de esta población en materia de valor agregado en la producción de conocimiento y sus implicaciones en la economía del conocimiento, según la fuente citada.

Las brechas entre las expectativas del sector productivo y el valor agregado generado por los egresados están determinadas por las diferencias absolutas y relativas (%) de los promedios calculados en los programas académicos de Administración Financiera, Contabilidad Pública, Mercadeo y Publicidad y Comercio Exterior, diferencias que permiten establecer el grado de deficiencias de parte del egresado respecto de los temas empresariales que merecen una especial atención de parte de la universidad, conforme lo señalan [30].

El diseño de la investigación descriptiva está basado en el siguiente marco muestral que aparece en la fuente de información citada.

Tabla 1: Marco Muestral.

Programas	Población de Egresados	Participación %	Tamaño de la Muestra
Administración Financiera	950	51	46
Comercio Exterior	503	27	24
Contabilidad Pública	38	2	2
Mercadeo y Publicidad	360	20	18
Total	1,851	100	90

Fuente: González y Bohórquez (2019) [30].

V. SITUACIÓN DE LOS EGRESADOS POR PROGRAMAS

Durante el desarrollo de la investigación se contó con la participación de 87 egresados, de los programas académicos de Administración Financiera (23%), Contabilidad Pública (8%), Mercadeo y Publicidad (21.8%) y Comercio Exterior (47.1%), de acuerdo con [30], la mayoría de los egresados se desenvuelve profesionalmente en el nivel administrativo de la empresa (56.3%); el 13.8% lo hace en el nivel operativo, igual proporción en el nivel directivo y el 3.4% en el nivel ejecutivo. El 12.6% desarrolla su actividad laboral bajo otro nivel jerárquico al interior de la organización, según la fuente citada.

Tabla 2: Nivel jerárquico del egresado al interior de la empresa.

Perfil académico del Egresado	Cantidad	Nivel jerárquico en la empresa:				
		Administrativo n(%)	Operativo n(%)	Directivo n(%)	Ejecutivo n(%)	Otros n(%)
Administración financiera	20	8(40,0)	5(25,0)	5(25,0)	0(0,0)	2(10,0)
Contabilidad pública	7	4(57,1)	0(0,0)	1(14,3)	0(0,0)	2(28,6)
Mercadeo y publicidad	19	12(63,2)	3(15,8)	0(0,0)	1(5,3)	3(15,8)
Comercio exterior	41	25(61,0)	4(9,8)	6(14,6)	2(4,9)	4(9,8)
Total	87	49(56,3)	12(13,8)	12(13,8)	3(3,4)	11(12,6)

Fuente: González y Bohórquez (2019) [30].

Respecto a la antigüedad de los egresados en las empresas donde laboran, la mayor parte de ellos lleva entre 1 y 3 años laborando (49.4%); el 20.7% tiene entre 4 y 6 años de antigüedad, el 10.3% entre 7 y 9 años y el 3.4% lleva 10 o más años laborando en la empresa. El 16.1% tiene

menos de un año laborando, siendo proporcionalmente más frecuente esta situación en egresados de contabilidad pública (42.9%), según lo señalan González y Bohórquez [30].

Tabla 3: Tiempo de antigüedad de la empresa.

Perfil académico del Egresado	Cantidad	Tiempo de antigüedad de la empresa:					
		Menos de un año n(%)	1 - 3 años n(%)	4 - 6 años n(%)	7 - 9 años n(%)	10 - 12 años N(%)	19 - 21 años n(%)
Administración financiera	20	0(0,0)	12(60,0)	3(15,0)	3(15,0)	0(0,0)	2(10,0)
Contabilidad pública	7	3(42,9)	2(28,6)	2(28,6)	0(0,0)	0(0,0)	0(0,0)
Mercadeo y publicidad	19	3(15,8)	10(52,6)	2(10,5)	4(21,1)	0(0,0)	0(0,0)
Comercio exterior	41	8(19,5)	19(46,3)	11(26,8)	2(4,9)	1(2,4)	0(0,0)
Total	87	14(16,1)	43(49,4)	18(20,7)	9(10,3)	1(1,1)	2(2,3)

Fuente: González y Bohórquez (2019) [30].

Tabla 4: Brechas entre expectativas del sector productivo y valor agregado de egresados en Administración Financiera.

Factores	Administración Financiera			
	Expectativas	Valor Agregado	Diferencias	%
Conocimiento socio económico del entorno	5,0(0,0)	3,8(0,8)	1.2	24
Integración con grupos sociales	4,9(0,4)	3,8(0,8)	1.1	22
Aportes al fortalecimiento de la cultura corporativa	4,6(0,5)	3,7(0,9)	0.9	20
Prospectiva de negocios (conceptos y ejercicios de prospectiva)	5,0(0,2)	3,8(0,8)	1.2	24
Conocimiento del perfil del cliente de interés	4,5(0,5)	4,3(0,7)	0.2	4
Desarrollo de segmentos de mercados	4,5(0,5)	3,9(1,0)	0.6	13
Mercadotecnia y operaciones	4,7(0,5)	3,9(0,9)	0.8	17
Operaciones Contables y Financieras	5,0(0,0)	4,1(0,8)	0.9	18
Propuesta de diversificación de productos y servicios	4,8(0,4)	4,0(0,9)	0.8	17
Articulación de los clientes en la cadena de valor	4,7(0,7)	4,0(0,9)	0.7	15
Articulación de los proveedores en la cadena de valor	4,8(0,4)	4,3(0,7)	0.5	10
Fomento de cadenas productivas	4,8(0,4)	3,8(1,1)	1.0	21
Propuesta para la eficiencia productiva	4,7(0,5)	4,2(0,9)	0.5	11
Conquista de nuevos mercados	4,8(0,6)	4,0(0,9)	0.8	17
Conocimientos en operaciones de comercio exterior	4,5(0,6)	4,2(0,7)	0.3	7
Procesos Financieros	4,7(0,5)	4,4(0,7)	0.3	6
Apoyo al Sistema de gestión de la calidad, ambiental y seguridad y salud SSS, Eficiencia Energética (EF)	4,7(0,5)	3,3(1,1)	1.4	30
Compromisos con la responsabilidad social	4,7(0,5)	3,5(1,0)	1.2	26
Mejoras en el Ambiente Laboral	4,4(0,5)	3,9(0,9)	0.5	11
Gestión de Inversiones estratégicas (Indagar, Proposiciones, Materialización)	4,8(0,4)	3,7(1,0)	1.1	23
Propiciar Sanidad financiera	4,8(0,4)	3,7(1,1)	1.1	23
Optimización de recursos financieros	4,8(0,4)	4,2(1,1)	0.6	13
Mejorar en Rentabilidad financiera	4,7(0,5)	4,2(1,0)	0.5	11
Potencialidades del territorio Regional, Nacional e Internacional	4,7(0,5)	3,6(0,9)	1.1	23
Gestión con enfoque de responsabilidad social	5,0(0,2)	3,7(0,9)	1.3	26
Diseño de marcas	4,8(0,4)	3,3(0,9)	1.5	31
Registro de patentes	4,7(0,5)	3,3(1,0)	1.4	30
Innovación de productos	4,8(0,4)	3,4(0,8)	1.4	29
Innovación de servicios al cliente	4,9(0,3)	3,9(0,9)	1.0	29
Innovación de procesos productivos	4,7(0,5)	4,0(0,7)	0.7	15
Innovación de métodos	4,6(0,5)	3,8(0,8)	0.8	17
Innovación organizacional	4,8(0,4)	4,0(0,7)	0.8	17
Innovación tecnológica (Diseño de marcas, registro de patentes)	4,6(0,5)	3,4(1,0)	1.2	26
Innovación ambiental	4,6(0,5)	3.3	1.3	29

Fuente: González y Bohórquez (2019) [30].

En Administración Financiera los egresados presentan brechas en todos los temas empresariales que de acuerdo a las expectativas del sector productivo se aprecian vacíos en el valor agregado ofrecido por los egresados del programa y en este sentido, las mayores brechas aparecen en diseño de marcas, registro de patentes, apoyo al sistema de gestión, innovación de productos, de servicio al cliente y ambiental, lo cual implica mayores conocimientos en branding, trámites legales ante Superintendencia de Industria, control de gestión, investigación del mercado, investigación del nivel de satisfacción del cliente y formación en planes de manejo ambiental, conforme lo señalan [30].

Tabla 5: Brechas entre expectativas del sector productivo y valor agregado de egresados en Contabilidad Pública.

Brechas entre expectativas del Sector productivo y valor agregado de Egresados	Contabilidad Pública			
	Expectativas	Valor Agregado	Diferencias	%
Conocimiento socio económico del entorno	5,0(0,0)	4,1(0,4)	0.9	18
Integración con grupos sociales	4,9(0,4)	4,1(0,4)	0.8	16
Aportes al fortalecimiento de la cultura corporativa	4,4(0,5)	4,1(0,4)	0.3	7
Prospectiva de negocios (conceptos y ejercicios de prospectiva)	4,9(0,4)	3,6(0,5)	1.3	27
Conocimiento del perfil del cliente de interés	4,4(0,5)	4,1(0,4)	0.3	7
Desarrollo de segmentos de mercados	4,6(0,5)	3,6(0,5)	1.0	22
Mercadotecnia y operaciones	4,9(0,4)	3,9(0,7)	1.0	20
Operaciones Contables y Financieras	4,7(0,5)	4,6(0,5)	1.1	23
Propuesta de diversificación de productos y servicios	4,6(0,5)	4,0(0,0)	0.6	13
Articulación de los clientes en la cadena de valor	4,9(0,4)	4,0(0,6)	0.9	18
Articulación de los proveedores en la cadena de valor	4,9(0,4)	3,9(0,7)	1.0	20
Fomento de cadenas productivas	4,9(0,4)	4,0(0,0)	0.9	18
Propuesta para la eficiencia productiva	4,7(0,5)	4,3(0,5)	0.4	9
Conquista de nuevos mercados	4,6(0,5)	4,0(0,8)	0.6	13
Conocimientos en operaciones de comercio exterior	4,0(0,0)	3,7(0,8)	0.3	8
Procesos Financieros	3,9(1,3)	4,6(0,5)	(0.7)	(18)
Apoyo al Sistema de gestión de la calidad, ambiental y seguridad y salud SSS, Eficiencia Energética (EF)	4,6(0,5)	4,1(0,4)	0.5	11
Compromisos con la responsabilidad social	5,0(0,0)	4,1(0,4)	0.9	18
Mejoras en el Ambiente Laboral	4,4(0,5)	4,1(0,4)	0.3	7
Gestión de Inversiones estratégicas (Indagar, Proposiciones, Materialización)	4,4(1,0)	4,1(0,4)	0.3	7
Propiciar Sanidad financiera	4,3(1,0)	3,7(0,8)	0.6	14
Optimización de recursos financieros	4,3(1,0)	4,0(0,8)	0.3	7
Mejorar en Rentabilidad financiera	4,1(1,1)	4,0(0,8)	0.1	2
Potencialidades del territorio Regional, Nacional e Internacional	4,3(1,0)	3,7(0,5)	0.6	14
Gestión con enfoque de responsabilidad social	4,3(1,0)	3,9(0,7)	0.4	9
Diseño de marcas	3,9(1,3)	3,6(0,8)	0.3	7
Registro de patentes	3,7(1,3)	3,6(0,5)	0.1	3
Innovación de productos	4,1(0,9)	3,7(0,8)	0.4	10
Innovación de servicios al cliente	4,6(0,5)	3,9(0,9)	0.7	15
Innovación de procesos productivos	4,4(0,5)	3,6(0,5)	0.8	18
Innovación de métodos	4,7(0,5)	3,7(0,8)	1.0	21
Innovación organizacional	4,7(0,5)	4,1(0,4)	0.6	13
Innovación tecnológica (Diseño de marcas, registro de patentes)	4,7(0,5)	4,1(0,4)	0.6	13
Innovación ambiental	3,9(1,3)	3,9(0,9)	0	0

Fuente: González y Bohórquez (2019) [30].

Las mayores brechas entre expectativas del sector productivo y valores agregados de los egresados de Contabilidad Pública aparecen en prospectiva de negocios, operaciones contables y financieras, desarrollo de segmentos de mercado y articulación de proveedores en la cadena de valor, ello implica un reforzamiento de parte del programa hacia la producción de conocimientos en temas como prospectiva para la construcción del futuro, operaciones contables básicas y análisis financieros mediante indicadores, estrategias de mercadeo basadas en la segmentación y análisis de eslabonamiento de proveedores en la cadena logística para formación de clúster, como así lo señalan [30].

Las menores brechas en Contabilidad Pública aparecen en aportes a la cultura corporativa, conocimiento del perfil del cliente, propuesta para la eficiencia productiva, conocimiento de operaciones de comercio exterior, mejora en el ambiente laboral, gestión de inversiones estratégicas, optimización de recursos financieros, mejoramiento de la rentabilidad financiera, gestión de responsabilidad social, diseño y registro de marcas y patentes, según la fuente citada.

[30] La innovación ambiental cumple con las expectativas del sector productivo, por tanto, no aparecen brechas y el valor agregado de los egresados respecto a procesos financieros supera las expectativas del sector productivo.

Tabla 6: Brechas entre expectativas del sector productivo y valor agregado de egresados en Mercadeo y Publicidad.

Factores	Mercadeo y Publicidad			
	Expectativas	Valor Agregado	Diferencias	%
Conocimiento socio económico del entorno	4,5(0,5)	3,4(0,8)	1.1	24
Integración con grupos sociales	4,8(0,4)	3,5(1,0)	1.3	27
Aportes al fortalecimiento de la cultura corporativa	4,8(0,4)	3,5(0,5)	1.3	27
Prospectiva de negocios (conceptos y ejercicios de prospectiva)	4,7(0,5)	3,1(0,7)	1.6	34
Conocimiento del perfil del cliente de interés	4,7(0,5)	3,5(0,5)	1.2	26
Desarrollo de segmentos de mercados	4,7(0,5)	3,4(0,5)	1.3	27
Mercadotecnia y operaciones	4,7(0,5)	3,4(0,8)	1.3	27
Operaciones Contables y Financieras	4,4(0,5)	2,8(1,3)	1.6	36
Propuesta de diversificación de productos y servicios	4,5(0,5)	2,8(0,9)	1.7	38
Articulación de los clientes en la cadena de valor	4,7(0,5)	3,2(0,7)	1.5	32
Articulación de los proveedores en la cadena de valor	4,7(0,5)	2,6(1,0)	2.1	45
Fomento de cadenas productivas	4,7(0,5)	2,8(1,0)	1.9	40
Propuesta para la eficiencia productiva	4,8(0,4)	3,3(0,7)	1.5	31
Conquista de nuevos mercados	4,5(0,5)	2,8(0,8)	1.7	38
Conocimientos en operaciones de comercio exterior	4,1(0,2)	2,5(1,1)	1.6	39
Procesos Financieros	3,6(0,8)	2,3(1,2)	1.3	36
Apoyo al Sistema de gestión de la calidad, ambiental y seguridad y salud SSS, Eficiencia Energética (EF)	4,8(0,4)	2,4(1,2)	2.4	50
Compromisos con la responsabilidad social	5,0(0,0)	3,0(0,9)	2.0	40
Mejoras en el Ambiente Laboral	4,8(0,4)	3,3(1,2)	1.5	31
Gestión de Inversiones estratégicas (Indagar, Proposiciones, Materialización)	4,6(0,8)	3,1(1,0)	1.5	33
Propiciar Sanidad financiera	4,1(0,7)	2,7(1,0)	1.4	34
Optimización de recursos financieros	4,3(0,8)	2,9(1,0)	1.4	33
Mejorar en Rentabilidad financiera	3,9(1,0)	2,6(1,1)	1.3	33
Potencialidades del territorio Regional, Nacional e Internacional	4,3(0,8)	2,6(1,1)	1.7	40
Gestión con enfoque de responsabilidad social	4,3(0,8)	2,9(1,0)	1.4	33
Diseño de marcas	4,1(1,2)	2,9(1,1)	1.2	29
Registro de patentes	3,6(0,8)	2,2(1,2)	1.4	36
Innovación de productos	4,3(0,8)	3,2(1,1)	1.1	26
Innovación de servicios al cliente	4,5(0,5)	3,4(0,8)	1.1	24
Innovación de procesos productivos	4,0(0,0)	2,9(1,1)	1.1	28
Innovación de métodos	4,8(0,4)	2,9(1,0)	1.9	40
Innovación organizacional	4,8(0,4)	3,2(0,8)	1.6	33
Innovación tecnológica (Diseño de marcas, registro de patentes)	4,8(0,4)	2,2(1,2)	2.6	54
Innovación ambiental	3,6(0,8)	2,4(1,2)	1.2	33

Fuente: González y Bohórquez (2019) [30].

Conforme a [30] el valor agregado ofrecido por los egresados de Mercadeo y Publicidad no satisface las expectativas del sector productivo dado que se presentan muy altas brechas en innovación tecnológica y apoyo al sistema de gestión, lo cual requiere que el programa refuerce la formación de sus egresados en disciplinas como manejo de tecnología de la información y comunicación y en control de gestión aplicado a un balance social en las empresas.

Los temas que presentan altas brechas son articulación de proveedores en la cadena de valor, fomento de cadenas productivas, compromiso con la responsabilidad social, potencialidades con el territorio y la innovación en métodos, ello requiere mayor formación en disciplinas como logística en la cadena de suministros, auditoría externa para la formación de clúster, balance social y auditoría interna, de acuerdo con la fuente citada.

En su orden, según [30], aparecen otros temas con altas brechas como prospectiva de negocios, operaciones contables y financieras, propuesta de diversificación de productos y servicios, articulación de clientes en la cadena de valor, conquista de nuevos mercados, conocimiento de operaciones en comercio exterior, gestión de inversiones estratégicas, propiciar sanidad financiera, optimización de recursos financieros, mejorar la rentabilidad financiera, gestión en la responsabilidad social, registro de patentes, innovación organizacional y ambiental; deficiencias que deben subsanarse con mayor formación en prospectiva para la construcción de escenarios, contabilidad básica y análisis financiero, análisis estratégico con base en auditoría externa e interna, planes de exportación e importación, rentabilidad sobre inversiones, balance social, trámites ante Superintendencia de Industria y plan de manejo Ambiental.

Las menores brechas aparecen en temas como conocimiento socio económico del entorno, conocimiento del perfil del cliente, diseño de marcas, innovación de productos, innovación del servicio al cliente y en procesos productivos, de acuerdo con la fuente citada.

Las brechas en Mercadeo y Publicidad aparecen en todos los temas, en general son diferencias muy altas y altas entre expectativas y valor agregado del egresado, según [30].

Tabla 7: Brechas entre expectativas del sector productivo y valor agregado de egresados en comercio exterior.

Factores	Comercio Exterior			
	Expectativas	Valor Agregado	Diferencias	%
Conocimiento socio económico del entorno	4,8(0,4)	4,2(0,8)	0,6	13
Integración con grupos sociales	4,5(0,5)	4,1(0,8)	0,4	9
Aportes al fortalecimiento de la cultura corporativa	4,5(0,5)	4,1(0,6)	0,4	9
Prospectiva de negocios (conceptos y ejercicios de prospectiva)	4,7(0,5)	4,1(0,8)	0,6	14
Conocimiento del perfil del cliente de interés	4,9(0,3)	4,1(0,9)	0,8	16
Desarrollo de segmentos de mercados	4,6(0,5)	4,0(0,9)	0,6	13
Mercadotecnia y operaciones	4,6(0,5)	4,0(0,8)	0,6	13
Operaciones Contables y Financieras	4,3(0,8)	4,0(0,8)	0,3	7
Propuesta de diversificación de productos y servicios	4,1(0,7)	4,1(0,6)	0	0
Articulación de los clientes en la cadena de valor	4,7(0,7)	3,9(1,0)	0,8	17
Articulación de los proveedores en la cadena de valor	5,0(0,0)	4,1(0,6)	0,9	18
Fomento de cadenas productivas	4,9(0,4)	4,1(0,7)	0,8	16
Propuesta para la eficiencia productiva	4,5(0,5)	4,2(0,7)	0,3	7
Conquista de nuevos mercados	4,4(0,7)	4,2(0,8)	0,2	5
Conocimientos en operaciones de comercio exterior	5,0(0,2)	4,1(0,7)	0,9	18
Procesos Financieros	3,3(1,0)	3,8(0,8)	(0,5)	(15)
Apoyo al Sistema de gestión de la calidad, ambiental y seguridad y salud SSS, Eficiencia Energética (EF)	4,7(0,5)	3,7(1,0)	1,0	21
Compromisos con la responsabilidad social	4,5(0,5)	3,9(0,8)	0,6	13
Mejoras en el Ambiente Laboral	4,5(0,5)	4,1(0,7)	0,4	9
Gestión de Inversiones estratégicas (Indagar, Proposiciones, Materialización)	4,0(0,9)	4,0(0,7)	0	0
Propiciar Sanidad financiera	4,0(0,9)	4,0(0,8)	0	0
Optimización de recursos financieros	4,1(0,8)	4,1(0,7)	0	0
Mejorar en Rentabilidad financiera	4,1(0,8)	4,2(0,7)	(0,1)	(2)
Potencialidades del territorio Regional, Nacional e Internacional	4,3(0,9)	4,0(0,6)	0,3	7
Gestión con enfoque de responsabilidad social	3,9(0,7)	4,0(0,7)	(0,1)	(3)
Diseño de marcas	3,0(0,8)	3,3(1,1)	(0,3)	(10)
Registro de patentes	3,3(1,0)	3,5(1,1)	(0,2)	(7)
Innovación de productos	4,1(0,9)	3,7(0,9)	0,4	10
Innovación de servicios al cliente	4,5(0,5)	3,9(1,0)	0,6	13
Innovación de procesos productivos	4,5(0,5)	3,8(1,0)	0,7	14
Innovación de métodos	4,5(0,5)	3,8(0,8)	0,7	14
Innovación organizacional	4,7(0,5)	3,8(1,0)	0,9	19
Innovación tecnológica (Diseño de marcas, registro de patentes)	4,3(0,5)	3,7(1,1)	0,6	14
Innovación ambiental	3,1(0,9)	3,7(1,2)	(0,6)	(19)

Fuente: González y Bohórquez (2019).

Según [30], el programa de Comercio Exterior presenta menores brechas frente a los demás, los temas en donde aparecen mayores brechas son apoyo al sistema de gestión, innovación organizacional, articulación de proveedores en la cadena de valor, conocimiento de operaciones de comercio exterior y articulación de los clientes en la cadena de valor; resultados que implican mayor formación en control de gestión, organización y métodos, distribución física internacional, logística y formación de cadenas productivas.

En menor grado aparecen brechas como conocimiento del perfil del cliente, fomento de cadenas productivas, prospectiva de negocios, innovación de procesos productivos, innovación de métodos e innovación tecnológica, estos resultados implican mayor formación en investigación de mercados e inteligencia comercial, prospectiva y auditoría interna, de acuerdo con [30].

En Comercio Exterior no existen brechas entre expectativas del sector productivo y valor agregado del egresado en temas como propuesta de diversificación de productos y servicios, gestión de inversiones estratégicas, propiciar sanidad financiera y optimización de recursos financieros, según la fuente citada.

Lo temas que superan las expectativas del sector productivo son procesos financieros, mejora de la rentabilidad financiera, gestión de responsabilidad social, diseño de marcas, registro de patentes e innovación ambiental de acuerdo con [30].

VI. DISCUSIÓN

La UDES, Cúcuta, debe reestructurar el currículo y el proyecto educativo institucional con base a un Plan de Acción para la reestructuración de los contenidos temáticos en los programas de Administración Financiera, Contabilidad Pública, Mercadeo y Publicidad y Comercio Exterior, con el propósito de fortalecer y generar conocimiento cerrando las brechas detectadas entre las expectativas del sector productivo y el valor agregado ofrecido por los egresados de tales programas, determinadas en la investigación realizada por [30].

Los responsables en la planificación y ejecución del plan de acción son el Rector de la UDES, Cúcuta, Decanos de cada programa, Directores de Planes de Estudios, Docentes y personal Administrativo de la institución de educación superior de interés para el estudio, según la fuente citada.

Las áreas del conocimiento en cada programa donde la UDES, Cúcuta debe reestructurar el currículo y el proyecto educativo institucional son conforme lo señalan [30]:

- Administración Financiera: Branding, trámites legales ante Superintendencia de Industria, control de gestión, investigación del mercado, investigación del nivel de satisfacción del cliente. formación en planes de manejo ambiental, finanzas, distribución física internacional y logística.
- Contabilidad Pública: Prospectiva para la construcción del futuro, operaciones contables básicas y análisis financieros mediante indicadores, estrategias de mercadeo basadas en la segmentación y análisis de eslabonamiento de proveedores en la cadena logística para formación de clúster, gerencia estratégica, investigación del mercado, economías de escala, distribución física internacional, clima organizacional, finanzas, responsabilidad social empresarial y mercadeo.
- Mercadeo y Publicidad: Tecnología de la información y comunicación, control de gestión, balance social, logística en la cadena de suministros, auditoría externa para la formación de clúster, auditoría interna, prospectiva para la construcción de escenarios, contabilidad básica y análisis financiero, análisis estratégico con base en auditoría externa e interna, planes de exportación e importación, rentabilidad sobre inversiones, trámites ante Superintendencia de Industria y plan de manejo ambiental.
- Comercio Exterior: Control de gestión, organización y métodos, distribución física internacional, logística y formación de cadenas productivas, investigación de mercados e inteligencia comercial, prospectiva y auditoría interna.

VII. CONCLUSIONES

El documento analiza algunos fundamentos teóricos relacionados con currículo, competencias, gestión del conocimiento, factores claves de éxito, innovación, productividad y competitividad, principalmente, conceptos asociados a la Economía del Conocimiento.

El presente artículo mediante investigación documental analiza diversas consultorías que representan una valiosa fuente de información secundaria registrada en las referencias bibliográficas.

Con base a experiencia anterior citada en el artículo, se identificaron 34 Factores claves de éxito que inciden en la productividad y competitividad de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la UDES Cúcuta en el marco de la Economía del Conocimiento.

Los análisis tomados del documento Implicaciones de los Egresados de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la UDES Cúcuta en la Economía del Conocimiento muestran los siguientes resultados:

- Una población de 1851 egresados de los programas de Administración Financiera, Contabilidad Pública, Mercadeo y Publicidad y Comercio Exterior.
- Una muestra de 90 empresarios de diferentes sectores económicos y 87 egresados de los programas mencionados.
- En relación con el nivel jerárquico, el 56.3% los egresados se desenvuelven profesionalmente en el nivel administrativo de la empresa; el 13.8% lo hace en el nivel operativo, el 13.8% en el nivel directivo y el 3.4% en el nivel ejecutivo y el 12.6% desarrolla su actividad laboral bajo otro nivel jerárquico:
- Respecto a la antigüedad de los egresados en las empresas donde laboran, el 49.4% lleva entre 1 y 3 años laborando; el 20.7% tiene entre 4 y 6 años de antigüedad, el 10.3% entre 7 y 9 años, el 3.4% lleva 10 o más años laborando en la empresa y el 16.1% tiene menos de un año laborando.
- En Administración Financiera los egresados presentan brechas en todos los temas empresariales que de acuerdo a las expectativas del sector productivo se aprecian vacíos en el valor agregado ofrecido por los egresados del programa y en este sentido, las mayores brechas aparecen en diseño de marcas, registro de patentes, apoyo al sistema de gestión, innovación de productos, de servicio al cliente y ambiental, lo cual implica mayores conocimientos en branding, trámites legales ante Superintendencia de Industria, control de gestión, investigación del mercado, investigación del nivel de satisfacción del cliente y formación en planes de manejo ambiental.
- Las mayores brechas entre expectativas del sector productivo y valores agregados de los egresados de Contabilidad Pública aparecen en prospectiva de negocios, operaciones contables y financieras, desarrollo de segmentos de mercado y articulación de proveedores en la cadena de valor, ello implica un reforzamiento de parte del programa hacia la producción de conocimientos en temas como prospectiva para la construcción del futuro, operaciones contables básicas y análisis financieros mediante indicadores, estrategias de mercadeo basadas en la segmentación y análisis de eslabonamiento de proveedores en la cadena logística para formación de clúster.
- El valor agregado ofrecido por los egresados de Mercadeo y Publicidad no satisface las expectativas del sector productivo dado que se presentan muy altas brechas en innovación tecnológica y apoyo al sistema de gestión, lo cual requiere que el programa refuerce la formación de sus egresados en disciplinas como manejo de tecnología de la información y comunicación y en control de gestión aplicado a un balance social en las empresas.
- El programa de Comercio Exterior presenta menores brechas frente a los demás, los temas en donde aparecen mayores brechas son apoyo al sistema de gestión, innovación organizacional, articulación de proveedores en la cadena de valor, conocimiento de operaciones de comercio exterior y articulación de los clientes en la cadena de valor; resultados que implican mayor formación en control de gestión, organización y métodos, distribución física internacional, logística y formación de cadenas productivas.

Las áreas del conocimiento en cada programa donde la UDES, Cúcuta debe reestructurar el currículo y el proyecto educativo institucional son:

- Administración Financiera: Branding, trámites legales ante Superintendencia de Industria, control de gestión, investigación del mercado, investigación del nivel de satisfacción del cliente. formación en planes de manejo ambiental, finanzas, distribución física internacional y logística.
- Contabilidad Pública: Prospectiva para la construcción del futuro, operaciones contables básicas y análisis financieros mediante indicadores, estrategias de mercadeo basadas en la segmentación y análisis de eslabonamiento de proveedores en la cadena

logística para formación de clúster, gerencia estratégica, investigación del mercado, economías de escala, distribución física internacional, clima organizacional, finanzas, responsabilidad social empresarial y mercadeo.

- Mercadeo y Publicidad: Tecnología de la información y comunicación, control de gestión, balance social, logística en la cadena de suministros, auditoría externa para la formación de clúster, auditoría interna, prospectiva para la construcción de escenarios, contabilidad básica y análisis financiero, análisis estratégico con base en auditoría externa e interna, planes de exportación e importación, rentabilidad sobre inversiones, trámites ante Superintendencia de Industria y plan de manejo ambiental.
- Comercio Exterior: Control de gestión, organización y métodos, distribución física internacional, logística y formación de cadenas productivas, investigación de mercados e inteligencia comercial, prospectiva y auditoría interna.

VIII. REFERENCIAS

- [1] Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, M., (2014), Metodología de la Investigación, Sexta Edición, Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A., México.
- [2] Báez y Pérez de Tudela, Juan, (2014), El método cualitativo de investigación desde la perspectiva de marketing: el caso de las universidades públicas de Madrid, Universidad Complutense de Madrid Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados, Tesis Doctoral Madrid.
- [3] Méndez, Carlos, (2007), Metodología, Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales, 4° edición, Editorial Limusa, Bogotá D.C.
- [4] Gabriel-Ortega, J., (2017), Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación, Journal of the Selva Andina Research Society, vol. 8, núm. 2, pp. 145-146 Selva Andina Research Society, La Paz, Bolivia, p.145.
- [5] Moreno Olivos, Tiburcio, (2010), El Currículo por Competencias en la Universidad: Más Ruido que Nueces, Revista de la Educación Superior, vol. XXXIX (2), núm. 154, pp. 77-90 Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior Distrito Federal, México.
- [6] Bohórquez Lesley Fabiola, González May Estefany, (2020), Propuesta de plan de acción encaminado hacia la producción de conocimiento y desarrollo de competencias para la gestión de conocimiento y gestión de la innovación en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la UDES.
- [7] Barradas A., J. y Salgado E.(2005), El diseño curricular y la planeación estratégica, Innovación Educativa, vol. 5, n° 26, pp. 25-35.
- [8] Estrada, L. O. (2015). Propuesta metodológica para determinar la flexibilidad curricular en programas académicos soportada por software libre bajo la concepción del Modelo de sistema viable, Revista Científica, 22, 9-30. Doi: 10.14483/udistrital.jour.RC.2015.22.a2.
- [9] Urcid Puga, Rodrigo (2018), Modelo que vincula planeación estratégica con el currículo flexible, Universidad de Costa Rica - Sede de Occidente Revista Pensamiento Actual Educación y Lengua- Vol 18 - No. 31.
- [10] Balza-Franco Vladimir (2015), Formulación y diseño de un modelo de vigilancia tecnológica curricular en programas de Ingeniería en Colombia, Facultad de Ingeniería, Universidad del Magdalena, Santa Marta, Colombia, Revista de la Educación Superior 45(179) (2016) 55–77.
- [11] Tapia Silguera Rubén Darío, Calderon Samanievo Severo Simeón y Castro Cayllahua Fidel, (2019) Metodología para la Evaluación del Currículo de Estudios en la Universidad Peruana Los Andes, Unidad de Investigación de la Facultad de Ingeniería informe final de investigación, Huancayo, Perú.
- [12] Esquivel Valverde, Ángel Francisco, León Robaina, Rosario y Castellanos Graciela María, (2017), Mejora continua de los procesos de gestión del conocimiento en instituciones de educación superior ecuatoriana, Retos de la Dirección; 11(2): 56-72 , Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador.
- [13] Echeverri Luis Alfredo, Bravo Castillo Mario, (2010), Planeación y control integrado de gestión a partir del modelo del sistema viable y el Balanced Scorecard. Universidad de San Buenaventura, Editorial Bonaventuriana, Aplicación a un programa académico de pregrado, Cali.
- [14] Ruiz Magalys, (s.f.), Profesionales Competentes; Una respuesta educativa, Capítulo 2 La respuesta educativa ante la formación de las competencias profesionales y laborales, Instituto Politécnico Nacional.
- [15] Bejarano Garzón Lilian Astrid, (2017), Modelo de sistema adaptativo complejo de gestión de la calidad de la administración del proyecto curricular de pregrado prototipo de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas – investigación exploratoria – Saefiud, Bogotá, Colombia.
- [16] Quiroz, Elena, (2007), Competencias profesionales y calidad en la educación superior Reencuentro, núm. 50, pp. 93-99 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco Distrito Federal, México.
- [17] Meneses, Claudia, Estrada Ismael y Cote, (2017), Implicaciones de la inversión en recursos intangibles sobre la capacidad exportadora de las empresas de Santander, Colombia, Revista. Finanzas. y Política Económica, vol. 9, no. 2,
- [18] Le Bret R y Rueda G.E. Internacionalización de compañías exportadoras, Antecedentes Desde la doctrina clásica reconocida entre los siglos XVI y XVII pp. 127–147, 2016.
- [19] Mincomercio, (2019), Manual metodológico para la estructuración, actualización o ajuste de Agendas Departamentales de Competitividad e Innovación.
- [20] Echeverría Samanes, B. y Martínez Clares, P. (2018). Revolución 4.0, competencias, educación y orientación, Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria, 12(2), 4-34. doi: <http://dx.doi.org/10.19083/ridu.2018.831> *Correo de correspondencia: *email: becheverria9@gmail.com **email: pmclares@um.es.
- [21] Delors, J. [Coord.] (1996). La educación encierra un tesoro. Madrid: Santillana – Unesco.
- [22] Nagles García, Nofal, (2006), Productividad: una propuesta desde la gestión del conocimiento Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 58, pp. 87-105 Universidad EAN Bogotá, Colombia.
- [23] Labarca, Nelson, (2007), Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial, Omnia, vol. 13, núm. 2, , pp. 158-184 Universidad del Zulia Maracaibo, Venezuela.
- [24] Organización de Cooperación y Desarrollo económicos, OECD, (2006), Manual de Oslo, Guía para la recogida e interpretación de datos sobre la innovación, Tercera Edición, Grupo Tragsa, Madrid, España.
- [25] Consejo Nacional de Política Económica y Social. CONPES 3866, (2016). Política Nacional de Desarrollo Productivo. República de Colombia, Departamento Nacional de Planeación, Bogotá, D.C.

- [26] Consejo Privado de Competitividad, (2019), Índice Departamental de Competitividad 2019, Universidad del Rosario, Panamericana Formas e Impresos S.A. Bogotá D.C.
- [27] Departamento Nacional de Planeación, (2018), Índice Departamental de Innovación para Colombia Dirección de Desarrollo Empresarial, Ciencia, Tecnología e Innovación, Bogotá D.C.
- [28] Universidad del Rosario, (2019), Adopción Competitividad de las Tic Global 4.0, Consejo Privado de Competitividad, Centro de estudios para la Competitividad Regional – SCORE.
- [29] Barbón Pérez Olga Gloria y Fernández Pino Jorge Washington, (2018), Rol de la gestión educativa estratégica en la gestión del conocimiento, la ciencia, la tecnología y la innovación en la educación superior, Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador, Educación Médica, 19 (1):51-55.
- [30] González Verjel, May Stefanny, Bohórquez Chacón, Lesley Fabiola, (2019), Implicaciones de los Egresados de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de La UDES Cúcuta en la Economía del Conocimiento, Grupos de Investigación CIEMPIES y GISOFT, Universidad de Santander, Vicerrectoría de Investigaciones, San José de Cúcuta.
- [31] Ramírez Sánchez María, Medina García Víctor Hugo, de la Fuente García David, (2009), Mejoramiento de gestión universitaria basado en el Modelo de Sistema Viable. Caso de estudio: Universidad Libre, Revista Ingeniería - Facultad de Ingeniería, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá D.C.