



Universidad de Nariño

Consejo Superior

ACUERDO No. 030 (18 de febrero de 2008)

Por el cual se aprueba la creación del Centro de Inteligencia de Mercados de la Universidad de Nariño – CIM- UDENAR, como una Unidad Académica-administrativa, adscrita a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas bajo la coordinación del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo.

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO,
en uso de sus atribuciones legales y estatutarias y,

CONSIDERANDO:

Que el Consejo de Facultad conoció y analizó la Proposición No. 030 de Diciembre 4 de 2007, expedida por el Comité Curricular y de Investigaciones del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo, por medio de la cual recomienda la creación del Centro de Inteligencia de Mercados de la Universidad de Nariño “CIM-UDENAR” como una Unidad Académica-administrativa, adscrita a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas bajo la coordinación del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo;

Que el Plan Marco de Desarrollo Institucional de la Universidad de Nariño (PMDIU), en concordancia con la visión y misión de la institución, formula para la proyección social: “... asumir los problemas del entorno como espacios del conocimiento y proponer alternativas prioritarias de solución...” e “...interactuar con los diversos sectores sociales para fortalecer los procesos de producción del conocimiento...”;

Que la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, dentro de este objetivo institucional, con su Programa de Comercio Internacional y Mercadeo, orienta su desempeño, entre otras actividades académicas, a la generación de negocios competitivos, al fortalecimiento de las empresas en el área del comercio internacional y a la proyección internacional de sus mercados, contribuyendo así a la transformación dinámica de la región;

Que la creación de un CENTRO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS de la Universidad de Nariño “CIM-UDENAR”, como una unidad académico-administrativa, que oriente e impulse tales actividades, facilitaría aún más el logro del objetivo institucional en concordancia con el contexto tanto regional como nacional e internacional;

Que el CENTRO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS de la Universidad de Nariño “CIM-UDENAR”, estará adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, bajo la Coordinación del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo;

Que con la implementación del “Centro de Inteligencia de Mercados ”CIM-UDENAR”, se pretende alcanzar, además de los tres grandes propósitos establecidos en la política de Estado que a continuación se referencian, también la proyección social de la Universidad de Nariño:

- 1- Contribuir de manera interdisciplinaria a proyectar el incremento de la participación de la producción local en los mercados regionales, nacionales e internacionales.
- 2- Aportar en la proyección de la vinculación de las micro, pequeñas y medianas empresas regionales en procesos comerciales y diversificación de la oferta regional exportable.
- 3- Consolidar estrategias de comercialización, regional, nacional e internacional.
- 4- Como Proyección Social de la Universidad de Nariño: Generar los espacios académicos a los diferentes Programas de la Universidad de Nariño para que a través de sus Pasantes y Practicantes

desarrollen actividades de interacción social con el sector institucional, productivo, empresarial y comercial de la Región y del País.

Que el Centro de Inteligencia de Mercados “CIM-UDENAR”, tendrá una cobertura técnico-académica para el sector empresarial del Departamento, previo convenios contraídos entre la Universidad de Nariño y el ente Territorial respectivo. Su cobertura técnico – académica será interdisciplinaria bajo la coordinación del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo;

Que la Vicerrectoría Académica y la Oficina de Asesoría de Desarrollo Académico, antes de someter la propuesta a estudio de este Organismo, la analizaron y la recomiendan, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

1. El Centro es el resultado de un proceso previo de proyección social que el Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo viene adelantando desde el año 2006, mediante un convenio entre la Alcaldía del Municipio de Pasto, la Cámara de Comercio de Pasto y la Universidad de Nariño.
2. El Centro facilita procesos de proyección social, investigación y docencia, estos últimos a través de pasantías, prácticas y trabajos de grado.
3. El Centro complementa la acción de las unidades académicas de la Facultad (Departamentos, Laboratorio Empresarial y Uniempresa).
4. El Centro busca hacer aportes al desarrollo empresarial de la región en el contexto de la preparación a empresas y empresarios para la competencia a nivel local, regional, nacional y de internacionalización.
5. El Departamento de Comercio Internacional y Mercadeo cuenta con un informe amplio y detallado de los resultados obtenidos a partir del convenio, los cuales sustentan la viabilidad y efectividad del Centro.

Que el Consejo Académico de la Universidad de Nariño, mediante Proposición No. 072 de Diciembre 11 de 2007, “...recomienda la creación del Centro de Inteligencia de Mercados de la Universidad de Nariño – CIM- UDENAR, como una Unidad Académica-administrativa, adscrita a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas bajo la coordinación del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo”;

Que en uno de los considerandos de la citada Proposición, el Consejo Académico de la Universidad de Nariño expresa: “Que en consecuencia y con lo anteriormente expuesto, el Consejo Académico considera que desde el punto de vista académico, el proyecto propuesto es viable; sin embargo, manifiesta que corresponde al Consejo Superior avalar la propuesta en su conjunto, dado que ésta tiene erogaciones presupuestales, que tienen que ser analizados por dicha Corporación”;

Que el Consejo Superior, acogiendo la recomendación del Consejo Académico, solicitó a las instancias proponentes del proyecto la presentación de un resumen ejecutivo en el que se contemple la estructura organizacional del Centro y su Presupuesto, con el fin de analizar sus alcances y proyección;

Que el Consejo Superior de la Universidad de Nariño en sesión de fecha Febrero 17 de 2008, previo un análisis integral del Proyecto, el resumen ejecutivo y la sustentación de las partes Proponentes del Proyecto, aprueba en su conjunto la creación del Centro de Inteligencia de Mercados de la Universidad de Nariño – CIM- UDENAR, como una Unidad Académica-administrativa, adscrita a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas bajo la coordinación del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo y, en consecuencia,

ACUERDA:

ARTICULO PRIMERO.- Aprobar la creación del Centro de Inteligencia de Mercados de la Universidad de Nariño “CIM UDENAR” como una Unidad Académica-administrativa, adscrita a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas bajo la coordinación del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo, de acuerdo a los siguientes lineamientos:

TITULO I

DE LAS GENERALIDADES DEL “CIM-UDENAR”

ARTICULO SEGUNDO.- DEL OBJETIVO GENERAL: Especializarse en el estudio y análisis de los mercados nacionales e internacionales de bienes y servicios, para facilitar a los empresarios y productores regionales el aprovechamiento del potencial comercial de los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.

ARTICULO TERCERO.- DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Entre los objetivos específicos del CIM están:

- Establecer una plataforma comercial que acompañe, guíe y asesore al empresario urbano y rural, en todas las actividades comerciales y de mercadeo, en pro del desarrollo de nuevos mercados nacionales e internacionales.
- Preparar a los empresarios que conforman las cadenas, desde la base productiva, comercial y de mercadeo para incursionar en mercados locales, regionales, nacionales y extranjeros.
- Identificar oportunidades de negocio en los ámbitos nacional e internacional.
- Realizar seguimiento continuo a las principales variables de oportunidad comercial para un mercado o un producto determinado.
- Apoyar el diseño y ejecución de proyectos productivos empresariales y de comercialización.
- Desarrollar estudios e investigaciones para responder a las necesidades específicas de gremios, productores, comercializadores o regiones.
- Acompañar permanentemente los procesos comerciales y de mercadeo de las cadenas productivas seleccionadas para lo cual se generaran procesos de seguimiento y acompañamiento a los empresarios de los diferentes sectores económicos tanto rurales como urbanos en áreas de capacitación, fortalecimiento empresarial, mejoramiento de imagen corporativa, mejoramiento en los diferentes procesos internos de producción y de diseño, así como áreas de asesoría y consultoría.

DE LOS PROPOSITOS Y FUNCIONES

ARTÍCULO CUARTO.- DE LOS PROPOSITOS.- El “Centro de Inteligencia de Mercados ”CIM-UDENAR”, tendrá como propósitos:

- a) Contribuir de manera interdisciplinaria a proyectar el incremento de la participación de la producción local en los mercados regionales, nacionales e internacionales.
- b) Aportar en la proyección de la vinculación de las micro, pequeñas y medianas empresas regionales en procesos comerciales y diversificación de la oferta regional exportable.
- c) Consolidar estrategias de comercialización, regional, nacional e internacional.
- d) Generar los espacios académicos a los diferentes Programas de la Universidad de Nariño para que a través de sus pasantes y practicantes desarrollen actividades de interacción social con el sector institucional, productivo, empresarial y comercial de la Región y el País.

ARTÍCULO QUINTO.- DE LAS FUNCIONES.- El “Centro de Inteligencia de Mercados ”CIM-UDENAR”, tendrá como funciones:

- Facilitar el contacto directo con las organizaciones de apoyo que permitan aprovechar las oportunidades existentes en mercados regionales, nacionales e internacionales.
- Generar el espacio para la consecución de convenios con los entes territoriales del orden local, regional, nacional e internacional.
- Dar una alta importancia a las alianzas estratégicas, para que a través de las acciones individuales de cada una de las entidades de la región se promueva integralmente al empresariado de Nariño y especialmente al sector de Comercio Exterior.
- Generar un acercamiento directo con los empresarios, teniendo como fin permitir establecer un mecanismo de retroalimentación que permita conocer sus necesidades y así generar bienes, productos y servicios que pudieran cubrir necesidades en el mercado regional, nacional e internacional.
- Realizar procesos de acompañamiento a los empresarios en la ejecución de los planes de negocios y planes de mercado identificados.
- Facilitar información procesada de mercados de alta calidad, sirviendo como una guía para las empresas sobre la demanda y las oportunidades para productos y servicios sostenibles. Igualmente, facilitar información de mercados de alta calidad de compañías y organizaciones localizadas en países desarrollados, relacionadas con oportunidades comerciales para la oferta de productos y servicios producidos en Nariño.
- Prestar el servicio de orientación y guía sobre cómo aprovechar las oportunidades de mercado en la región, el país y el mercado internacional.
- Facilitar el uso de herramientas que permitan la inserción de las empresas en el mercado regional, nacional e internacional, facilitando el acceso a documentación, bases de datos especializadas, paginas web especializadas y la asesoría personalizada.

- Dar la asesoría permanente y personalizada a empresarios en temas relacionados con la investigación de mercados regionales, nacionales e internacionales. Y dentro del proceso exportador, brindar asesorías sobre trámites de exportación, trámites de importación, requisitos para importar y exportar, brindar información sobre comercializadoras internacionales, plan vallejo, zonas francas, ferias internacionales, requisitos de entrada, Vistos Buenos, normas de origen, Bacex y demás bases de datos estadísticas e informativas, directorio de importadores y exportadores.
- Recopilar y analizar información de mercado, de empresas y de productos que tengan relación con la demanda y la oferta de productos y servicios.
- Realizar asesoría y acompañamiento en los procesos de ejecución de los planes de negocios y planes de mercado identificados.
- Facilitar información de mercados de alta calidad a compañías y organizaciones localizadas en países desarrollados relacionadas con oportunidades de comercio y la oferta de productos y servicios producidos en Nariño.
- Prestar el servicio de orientación y guía sobre cómo aprovechar las oportunidades de mercado en la región, el país y el mercado internacional.
- Apoyar en el área logística a través de la FACEA y del Programa de Comercio Internacional, se reflejará en el acompañamiento en todo el proceso de desarrollo.
- Todas las demás que le sean inherentes a su objeto de constitución.

TITULO II DE LA COORDINACIÓN

ARTICULO SEXTO.- LA COORDINACIÓN: El Centro de Inteligencia de Mercados “CIM-UDENAR”, para su buen funcionamiento y alcance de los propósitos, estará bajo la Coordinación de un profesor de Tiempo Completo u hora Cátedra que esté adscrito por concurso al Programa de Comercio Internacional y Mercadeo, con una asignación de ocho (8) horas semanales, sin que ello impida la asignación de otras asignaturas en el semestre.

PARÁGRAFO 1º.- La asignación de la Coordinación se hará durante la planeación de asignación de carga académica que se realiza en Asamblea de Docentes del Programa para cada periodo Académico Semestral.

PARAGRAFO 2º.- En caso de que la Coordinación no pueda ser asumida por un Docente Tiempo Completo u Hora Cátedra del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo, se podrá vincular a un Profesional Universitario con especialización en áreas afines al comercio internacional o el mercadeo o con experiencia profesional en la investigación de mercados regionales, nacionales e internacionales.

ARTICULO SEPTIMO.- FUNCIONES DEL COORDINADOR: Son funciones del Coordinador:

- Planear, organizar, dirigir y controlar la ejecución de las funciones de la Unidad.
- Representar a la Universidad junto con el Director del Programa ante las instancias pertinentes, regionales, nacionales e internacionales.
- Comercializar los servicios que ofrece el Centro de Inteligencia de Mercados ante el sector público, privado y académico regional, nacional e internacional.
- Promover junto con la Dirección del Programa, la consecución de convenios del orden local, regional, nacional e internacional en fundamento de los propósitos del “CIM-UDENAR” y velar por el cumplimiento de los compromisos que sobre las funciones del Centro asuma la Universidad.
- Identificar el potencial de empresas que pueden hacer parte de un proceso generado por el “CIM-UDENAR” y gestionar el apoyo para ser fortalecido por las demás instituciones que hagan parte de los convenios suscritos por la Universidad de Nariño.
- Documentar las actividades del Centro de Inteligencia de Mercados.
- Identificar los usuarios del sector productivo, empresarial y comercial de la región para la oferta de los servicios que presta el “CIM-UDENAR”.

- Direccionar a los usuarios del "CIM-UDENAR, de acuerdo con sus necesidades dentro de la universidad, o hacia otras instancias relacionadas.
- Suministrar la información general de las instituciones relacionadas con información comercial y sobre comercio exterior.
- Facilitar herramientas que permitan la inserción de las empresas en el mercado nacional e internacional, facilitar el acceso a documentación, bases de datos especializadas, paginas web especializadas y la asesoría personalizada, a los usuarios inscritos al "CIM-UDENAR"
- Coordinar la asesoría personalizada en temas relacionados con la investigación de mercados regionales, nacionales e internacionales y dentro del proceso exportador en: trámites de exportación, trámites de importación, requisitos para importar y exportar, información sobre comercializadoras internacionales, plan vallejo, zonas francas, ferias internacionales, requisitos de entrada, Vistos Buenos, normas de origen, Bacex y demás bases de datos estadísticas e informativas, directorio de importadores y exportadores.
- Establecer un cronograma de actividades para fortalecer, mejorar y acondicionar los diferentes campos que han sido identificados previamente por el mismo empresario o por estudios realizados por los pasantes y practicantes del "CIM-UDENAR".
- Coordinar el equipo de profesores asesores y el de estudiantes practicantes y egresados pasantes, inscritos ante el "CIM-UDENAR" bajo la normatividad requerida para tales fines.
- Establecer, junto con la Dirección del Programa, los parámetros de selección de los egresados pasantes y estudiantes practicantes que realizarán su trabajo de proyección social a través de su pasantía o práctica empresarial o comercial, los cuales se vincularan a las empresas de acuerdo a los requerimientos de las mismas y bajo una estricta supervisión del docente asesor de la Universidad de Nariño.
- Convocar a los estudiantes de los diferentes Programas de la Universidad relacionados con los objetivos y procesos que se pretende realizar al interior de las empresas inscritas ante el "CIM-UDENAR".
- Evaluar cualitativamente y certificar el desempeño académico como resultado del proceso desarrollado por el estudiante practicante o el egresado pasante, que haya sido inscrito bajo los lineamientos que para cada caso exige la norma universitaria vigente.
- Coordinar, para los empresarios inscritos, el desarrollo de procesos de capacitación y apoyo en áreas como el comercio, procesos de importación y exportación a manera de información, capacitación contable, capacitación en áreas de mercadeo, así como la preparación para la presentación en ferias y eventos de interés para los empresarios. Las actividades de Coordinación tendrán el apoyo de docentes, pasantes y estudiantes del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo de la Universidad de Nariño, y de los inscritos en el "CIM-UDENAR".
- Coordinar el equipo de profesores y el de estudiantes practicantes y pasantes que hayan sido inscritos semestralmente al Centro.
- Coordinar, junto con los demás docentes asesores de los Programas de la Universidad, a los pasantes y practicantes inscritos al "CIM-UDENAR", en la asesoría para el desarrollo de productos y servicios de las empresas, con el fin de que éstas puedan, en lo posible, satisfacer las necesidades de sus usuarios.
- Coordinar la presentación y sustentación de los trabajos finales desarrollados por los estudiantes practicantes inscritos en el "CIM-UDENAR".
- Administrar y garantizar el buen uso de los recursos y espacios logísticos asignados por la Universidad para los propósitos del "CIM-UDENAR".
- Las demás que por la misma dinámica del Centro de Inteligencia de Mercados, así lo exijan.

PARAGRAFO: El Centro contará con una Secretaría Técnica de apoyo la cual estará a cargo de un Estudiante del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo de X o XI Semestre, quien desarrollará las actividades de secretaría operativa del Centro.

TITULO III

DE LOS DOCENTES, PASANTES Y PRACTICANTES

ARTÍCULO OCTAVO-. DE LOS DOCENTES: Harán parte de las asesorías específicas en las áreas de sus competencias, los docentes adscritos por concurso a los Programas de la Universidad de Nariño o por servicios, que hayan sido designados por sus respectivos Programas para asesorar semestralmente a los egresados pasantes (inscritos) y a los estudiantes practicantes (inscritos) en el desarrollo de su actividad académica en el Centro de Inteligencia de Mercados “CIM-UDENAR”.

ARTICULO NOVENO-. DE LOS PASANTES Y PRACTICANTES: Los Pasantes egresados y los estudiantes practicantes, serán aquellos que previamente se hayan inscrito y hayan sido seleccionados para interactuar en el Centro de Inteligencia de Mercados con el fin de contribuir a los propósitos y al desempeño de las funciones del Centro.

PARAGRAFO.- El desarrollo de los procesos de Pasantía y de Prácticas que lleven a cabo los egresados o estudiantes respectivamente, estarán sujetos a las normativas Universitarias vigentes. Para tales efectos, los Programas de la Universidad de Nariño a los cuales pertenezcan los egresados o practicantes que desean inscribirse al Centro, deberán realizar los trámites correspondientes y presentar oficialmente los documentos de respaldo al Docente Coordinador del “CIM-UDENAR”.

TITULO IV ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

ARTICULO DECIMO PRIMERO: El Centro de Inteligencia de Mercados “CIM-UDENAR” presentará la siguiente línea organizacional para su buen funcionamiento:

Es una Unidad Académico-administrativa de la Universidad de Nariño, adscrita a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, bajo la coordinación del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo.

COMITE DIRECTIVO: El Comité Directivo estará conformado por: El Decano de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, El Decano de la Facultad de Agroindustria, el Director del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo, el Director del Programa de Diseño Gráfico, el Director del Programa de Diseño Industrial, el Director del Programa de Administración de Empresas, un Representante del Sector Productivo, un docente Tiempo Completo adscrito al Programa de Comercio Internacional y Mercadeo, un docente Hora Cátedra vinculado al Programa de Comercio Internacional y Mercadeo por concurso, un Representante Estudiantil de décimo y otro de undécimo semestre del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo.

FUNCIONES DEL COMITÉ DIRECTIVO:

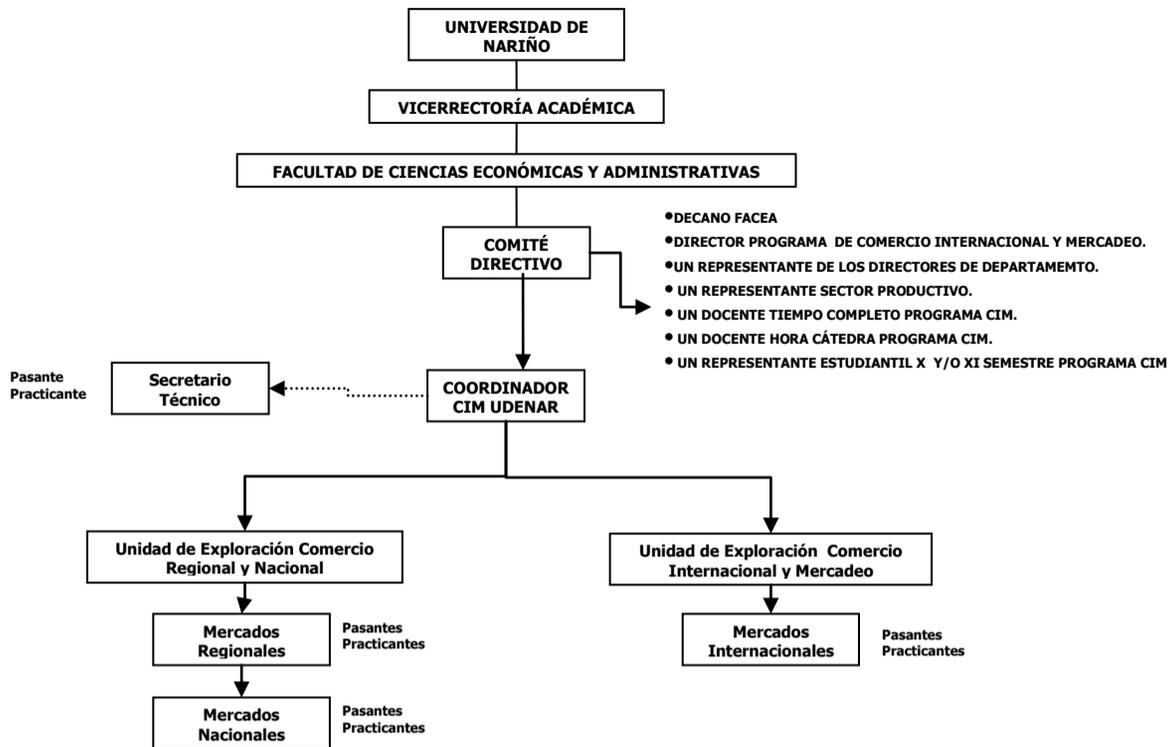
Velará por el cumplimiento de los objetivos, propósitos y funciones del Centro y apoyará en la gestión de acuerdos y convenios que garanticen la viabilidad de dicho Centro.

COORDINADOR “CIM-UDENAR”: La Coordinación del Centro estará a cargo de un Docente Tiempo Completo u hora Cátedra (adscrito al Programa por concurso) y/o un Profesional Universitario Externo, vinculado por (OPS).

SECRETARÍA TÉCNICA: El Centro contará con una Secretaría Técnica de apoyo, la cual estará a cargo de un estudiante del Programa de Comercio Internacional y Mercadeo de Décimo o undécimo Semestre, quien desarrollará las actividades de secretaría operativa del Centro.

UNIDAD DE EXPLORACIÓN DE COMERCIO Y MERCADEO REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL: La Unidad contará con tres niveles de exploración de mercados: 1-) Exploración de Mercados Regionales, 2-) Exploración de Mercados Nacionales y 3-) Exploración de Mercados Internacionales. En cada nivel participarán para su desarrollo pasantes o practicantes de los diferentes Programas de la Universidad y bajo la asesoría de los respectivos docentes asignados por los Programas.

**ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL CENTRO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS DE LA
UNIVERSIDAD DE NARIÑO – CIM UDENAR**



**TITULO V
DE LOS RECURSOS**

ARTÍCULO DECIMO- Los recursos del Centro de Inteligencia de Mercados de la Universidad de Nariño "CIM-UDENAR", provendrán de las siguientes fuentes:

- Las donaciones o demás formas de cooperación interinstitucional en función de convenios o proyectos conjuntos, para ser aplicados a los fines pertinentes.
- De la venta de servicios de asesorías, consultorías y capacitación, que requiera el sector productivo, empresarial y comercial de la región o del interior del País.
- De la gestión de proyectos respectivos ante organismos locales, regionales, nacionales e internacionales.
- Las apropiaciones presupuestales de la Universidad de Nariño.
- La logística de apoyo de la Unidad de Emprendimiento de la Universidad de Nariño y del Laboratorio Empresarial FACEA.
- Los demás autorizados por las normas universitarias.

PRESUPUESTO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS PRESUPUESTO DEL CENTRO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS C.I.M. UDENAR Año 2008		
Un director de Medio Tiempo 144 horas x semestre x 2 x \$200.000 c/h		5.375.000
Dos monitores Técnico \$ 180.000 x 12 Administrativo	2.160.000 2160.000	4.320.000
Viáticos y Gastos de Viaje Director		4.000.000
Software de Aplicación		30.000.000
Capacitación a profesores y Empresarios Adscritos		4.000.000
Apoyo investigación		4.000.000
Suscripción de Revistas		1.200.000

Suscripción de redes internacionales de información en procesos de Inteligencias de Mercados		2.000.000
Realización de Eventos y Ferias		5.000.000
Papelería y Útiles de Oficina		1.500.000
Material Publicitario (Afiches, Plegables etc.)		3.500.000
Total		64.895.000

ARTICULO DECIMO PRIMERO: El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su expedición.

COMUNIQUESE Y CUMPLASE

Dado en San Juan de Pasto, a los diez y ocho (18) días del mes de febrero de dos mil ocho (2008).



ALVARO ARTEAGA RAMIREZ
Presidente

Proyectado y elaborado por: FACEA



LEONARDO A. ENRIQUEZ MARTINEZ
Secretario General