



Estudio del CURI

**LAS CARRERAS DE GRADO EN RELACIONES
INTERNACIONALES EN LAS UNIVERSIDADES
PRIVADAS URUGUAYAS.**

**EL PAÍS Y EL MUNDO DESDE LA DIMENSIÓN
ECONÓMICO-COMERCIAL**

Wilson Fernández Luzuriaga

**Consejo Uruguayo
para las Relaciones Internacionales**

Estudio N° 5/21

El CURI mantiene una posición neutral e independiente respecto de las opiniones personales de sus Consejeros y Colaboradores. El contenido y las opiniones de los “Estudios del CURI” y “Análisis del CURI” constituyen la opinión personal de sus autores.

LAS CARRERAS DE GRADO EN RELACIONES INTERNACIONALES EN LAS UNIVERSIDADES PRIVADAS URUGUAYAS.

EL PAÍS Y EL MUNDO DESDE LA DIMENSIÓN ECONÓMICO- COMERCIAL*

Wilson Fernández Luzuriaga**

Introducción

Este trabajo es el tercero de una serie de cuatro artículos, editados o a editarse en esta colección de Estudios del CURI, cuyo propósito radica en analizar la construcción del campo de estudios de las Relaciones Internacionales en Uruguay, tomando como indicadores a las carreras de grado y posgrado concebidas en los centros universitarios nacionales. Así, en diciembre de 2020, se publicó un primer artículo, titulado “La carrera de Diplomacia en la Universidad de la República. Una temprana apuesta a los estudios en Relaciones Internacionales”, en el que se analiza el contexto nacional e internacional, la génesis y las características de esa carrera de grado, cuyo plan de estudios fue aprobado por el Poder Legislativo en 1919. Un segundo artículo, publicado en mayo de 2021, “La licenciatura en Relaciones Internacionales en la Universidad de la República. Un cambio radical en la concepción del campo de estudios”, describe y analiza el diseño de la carrera que se dicta en la Facultad de Derecho de la Universidad de la República. El estudio comprendió: su primer plan de estudios, aprobado entre 1985 y 1986; el informe del llamado Grupo de Trabajo de Ciencias Sociales como órgano asesor *ad hoc* del Consejo Directivo Central de esa Universidad que en 1988 evaluó el plan y la futura localización de la carrera con vistas a la creación de la Facultad de Ciencias Sociales, y, finalmente, el plan de estudios vigente desde 2013.

Este artículo revela cómo los centros universitarios privados traducen su concepción sobre el campo de estudios, analizando las características de las cuatro licenciaturas ofrecidas en 2019 a partir de sus planes de estudios, lo que comprende el análisis de los perfiles de egreso y de las estructuras de dichos planes. Para describir y analizar el perfil de egreso de cada propuesta se atenderá la presentación de cada carrera y el campo laboral prometido a sus futuros egresados, en las páginas web y/o folletos de los centros universitarios respectivos. Así, se identificarán las ideas prevalecientes en cada institución, sean exclusivas o recurrentes. Para describir y analizar la estructura de cada plan de

* Trabajo de investigación inserto en la tesis de doctorado del autor, *La construcción del campo de estudios de las Relaciones Internacionales en Uruguay 1985-2019. Entre la tradición juricista y las nuevas propuestas*. Noviembre, 2019.

** Doctor en Ciencia Política. Profesor Adjunto del Programa de Estudios Internacionales, Facultad de Ciencias Sociales – Universidad de la República.

estudios, se seguirá la estrategia utilizada por el Grupo de Trabajo de Ciencias Sociales en el informe sobre el plan 1986 de la licenciatura en Relaciones Internacionales de la entonces Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad de la República. Dicho documento divide las asignaturas y las cargas horarias correspondientes en cinco categorías: materias específicas de Relaciones Internacionales; materias metodológicas o instrumentales; materias jurídicas; materias económicas, y materias provenientes de otras ciencias sociales. Si bien la división temática sigue enteramente los criterios del Grupo de Trabajo, se ha optado en esta investigación por ponderar el peso de las asignaturas en los planes de estudio, a partir de los respectivos sistemas de creditización de cada universidad y que fueran aprobados por el Ministerio de Educación y Cultura.

Cabe acotar que, en todo este proceso de investigación, se trabajó sobre las carreras universitarias vigentes, aprobadas en la Universidad de la República y las reconocidas y aprobadas por el Ministerio de Educación y Cultura, registradas en su sección *Instituciones autorizadas y carreras reconocidas. Universidades y carreras reconocidas 2017*.

Cuadro introductorio: carreras de grado dictadas en las universidades privadas de Uruguay

Carrera de grado	Facultad	Universidad
Licenciatura en Estudios Internacionales	Facultad de Administración y Ciencias Sociales	Universidad ORT Uruguay
Licenciatura en Negocios Internacionales e Integración	Facultad de Ciencias Empresariales	Universidad Católica del Uruguay
Licenciatura en Comercio Exterior	Facultad de Ciencias Empresariales	Universidad de la Empresa
Licenciatura en Negocios Internacionales	Facultad de Ciencias Empresariales y Economía	Universidad de Montevideo

Fuente: elaboración propia.

1. Licenciatura en Estudios Internacionales, Universidad ORT Uruguay (plan 2003)¹

Esta carrera de grado se dicta en la Facultad de Administración y Ciencias Sociales de la Universidad ORT Uruguay, bajo la coordinación del Departamento de Estudios Internacionales, con reconocimiento del Ministerio de Educación y Cultura desde 1993 con su plan 2003 aprobado el 12 de noviembre de 2004. La propuesta se presenta como una carrera universitaria dirigida a los interesados en el estudio del mundo contemporáneo globalizado. En esa presentación se anuncia que el diseño incluye tanto los negocios internacionales como lo relativo a la diplomacia, la integración comercial entre países, la política exterior de los Estados, el turismo, los conflictos internacionales, el periodismo internacional, así como la docencia e investigación académica.

Como aporte distintivo en la oferta de carreras en el campo de estudios de las Relaciones Internacionales, ofrece un llamado Semestre Internacional, presentado como una oportunidad para que los estudiantes realicen estudios y conozcan la vida académica y cultural en países donde la Facultad ha establecido convenios con universidades de alta calidad.² Asimismo la licenciatura recibe a estudiantes de otros países que eligen hacer un semestre de intercambio, resaltándose la convivencia de las diversas culturas en las clases, que enriquece el debate y permite conocer valores culturales diferentes.³

1.1. Características generales y perfil de egreso

La Universidad ORT Uruguay anuncia un plan de estudios multidisciplinario que combina áreas como ciencias políticas y sociales, Teoría de las Relaciones Internacionales, Comercio Internacional, Derecho Internacional, Economía, Investigación Social y Marketing.

El análisis de esta propuesta debe atender dos cuestiones preliminares. La primera es que esta carrera universitaria, en 1993, “quebró” el monopolio de la Universidad de la República en materia de enseñanza en el campo de estudios de las Relaciones Internacionales. La segunda cuestión preliminar radica en que se constituyó y sigue relevándose como una formulación que, desde su propia denominación, atiende a dicho campo de estudios en su integralidad y no perfila el diseño de la licenciatura al ámbito del comercio exterior, como lo hacen las otras tres

¹ Información basada, principalmente, en la presentación de la licenciatura en la página web de la Universidad ORT Uruguay: <https://facs.ort.edu.uy/licenciatura-en-estudios-internacionales>

² Se mencionan: WHU, Otto Beisheim School of Management (Alemania), Universidad Torcuato di Tella (Argentina), ICHEC Brussels Management School (Bélgica), Pontificia Universidade Católica do Rio de Janeiro (Brasil), Université Laval (Canadá), Sungkyunkwan University (Corea del Sur), University of South Carolina, Darla Moore School of Business (Estados Unidos de América), Institut des Etudes Politiques de Paris - Sciences Po (Francia) o University of Manchester (Reino Unido).

³ Los alumnos de intercambio provienen de países como Alemania, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Estados Unidos de América, España, Inglaterra, México y Portugal.

universidades privadas. Por lo tanto, se debe ponderar la capacidad de sus mentores para generar una currícula innovadora, pero asumiendo una tradición arraigada en el campo de estudios en Uruguay, desde principios del siglo XX.

En este sentido, y al igual que lo proclamara la Facultad de Derecho de la Universidad de la República para su licenciatura en Relaciones Internacionales en los planes 1985-1986 y 2013, la Universidad ORT Uruguay anuncia, en la presentación de la carrera, un plan multidisciplinario. Por lo tanto, el primer concepto que deriva del perfil del egresado redactado en su página web, abrevia a estudios multidisciplinarios que aporten en el egresado una sólida capacidad de diagnóstico de fenómenos internacionales complejos, en las dimensiones económica, social, comercial y jurídica. Inclusive en la propia enumeración de haberes de dicho perfil, se ratifica este concepto, asegurando al licenciado, una orientación cosmopolita amplia y actualizada para el vínculo con personajes claves del mundo internacional.

La redacción del perfil arroja un segundo concepto, también coincidente con el perfil del egresado de la Universidad de la República: la necesidad del manejo adecuado, desde una fuerte formación general especialmente en aspectos históricos y culturales, de misiones internacionales y negociaciones políticas. Y desde allí, se alude a la inserción del licenciado en el Servicio Diplomático, ya sea en misiones permanentes o en misiones especiales o delegaciones.

El tercer concepto consiste en la promesa de capacitación para que el egresado lleve adelante tratativas comerciales entre empresas. El cuarto concepto, también reside en la formación para el sector empresarial, particularmente privado, y se expresa en la impartición de conocimientos gerenciales para ocupar cargos de dirección en corporaciones multinacionales.

Un párrafo final corrobora los conceptos enumerados en este análisis al indicar los espacios de inserción internacional. A saber: diplomacia y organismos multilaterales dentro del segundo concepto; comercio y logística internacionales y áreas de dirección de organismos públicos y privados del ámbito internacional dentro del tercero; empresas multinacionales dentro del cuarto.

Figura 1: Perfil de egreso

- ❖ Carácter multidisciplinario
- ❖ Servicio diplomático
- ❖ Empresas privadas en tareas de comercio internacional y logística
- ❖ Organismos públicos o privados del ámbito internacional en tareas de dirección
- ❖ Empresas multinacionales

Fuente: elaboración propia

1.2. Estructura del plan de estudios

Antes de describir el plan, la Universidad anuncia que los estudiantes reciben clases de un idioma de, como mínimo, dos semestres y un posible tercer semestre como materia electiva. El inglés es obligatorio, y aquellos que acrediten su dominio deben optar por el estudio de chino, francés o portugués. Asimismo, se ofrecen cursos de alemán, coreano, italiano, japonés y hebreo. Finalmente, la formación regular es complementada por actividades extracurriculares como seminarios de investigación o ciclos de visitantes provenientes de otros países y por graduados de la carrera con postgrados en el exterior. Para obtener el título es un requisito adicional el llamado Examen integrador final, plausible de exoneración con un promedio acumulado de calificaciones de 60% o superior, y la presentación de una monografía final.

La licenciatura consta de ocho semestres. Al finalizar el sexto, los estudiantes obtienen un título intermedio: Analista Internacional. Si bien el diseño no responde al sistema de créditos, las materias se dictan en 48 o 64 horas presenciales. Así, para el análisis de esta carrera de grado, se le adjudicará un valor de 16 horas presenciales a cada crédito. En definitiva, a las materias de 48 horas se les asignarán 3 créditos y a las de 64, 4 créditos.

El primer semestre se compone de cinco asignaturas: Historia Internacional Contemporánea de 4 créditos; Cultura y Sociedad Contemporánea de 3 créditos; Instituciones de Derecho Público de 3 créditos; Idioma 1 de 3 créditos; Fundamentos de la Investigación Social de 3 créditos. El segundo de otras cinco: Sistema Internacional Contemporáneo de 4 créditos; Derecho Internacional Público de 4 créditos; Nivelación Matemática de 3 créditos; Idioma 2 de 3 créditos; Fundamentos de Comercio Internacional de 3 créditos. En la estructura, al pie de la descripción de estos dos semestres, aparecen un Taller de Expresión Escrita y otro Taller de Comunicación Interpersonal y Negociación de 3 créditos cada uno.

En el tercer semestre se dictan: Historia Contemporánea de América Latina de 3 créditos; Política Comparada de 3 créditos; La Empresa y el Entorno Internacional de 3 créditos; Estadística de 3 créditos; Métodos de Investigación de 3 créditos. El cuarto semestre comprende: Política y Sociedad Uruguay de 3 créditos; Principios de Economía de 3 créditos; Instituciones Internacionales de 3 créditos; Marketing 1 de 3 créditos; Derecho de Empresa de 3 créditos. Nuevamente, al pie de la descripción de estos dos semestres, aparece una actividad obligatoria, el Taller de Exportación e Importación, al que se le asigna 3 créditos.

El quinto semestre está compuesto de: Política Exterior del Uruguay de 4 créditos; Economía y Sociedad Uruguay de 3 créditos; Comercio Internacional y Política Comercial de 3 créditos; Marco Jurídico de los Negocios Internacionales de 3 créditos; materia electiva 1. El sexto semestre está diseñado con: Economía Internacional de 3 créditos; Marketing Internacional de 3 créditos; Integración

Regional de 4 créditos; materia electiva 2; materia electiva 3. Un semestre internacional opcional y un Taller de Negociación Intercultural de 3 créditos completan la oferta del quinto y sexto semestre y, por lo tanto, del título intermedio.

Finalmente, el cuarto año comprende la Pasantía⁴, un séptimo semestre compuesto de Mercados Financieros Internacionales de 3 créditos; Análisis de la Coyuntura Internacional de 3 créditos; Seminario de Monografía de 3 créditos; materia electiva 4; materia electiva 5, para finalizar con un octavo semestre que prevé la asistencia a Conferencias de temas internacionales y el dictado de materia electiva 6, materia electiva 7 y materia electiva 8.

La Universidad ORT Uruguay presenta un listado de materias electivas “a título de ejemplo”. En un área que se titula Negocios Internacionales se incluye: Análisis y Evaluación de Negocios Internacionales; Operativa y Logística del Comercio Exterior; Gestión de Proyectos; Marketing de Servicios; Marketing Relacional; Administración de Empresas Familiares; Contabilidad Financiera 1; Operaciones y Logística; Recursos Humanos; Organización y Gerencia; Cambio Organizacional; Estrategia y Competencia; Investigación de Mercados. Una segunda área denominada Diplomacia y Relaciones Internacionales prevé en su oferta: Evolución Política y Económica de Asia Oriental; Medio Ambiente, Desarrollo y Negociaciones Internacionales; Unión Europea; Temas de Política y Economía Internacional; Periodismo Internacional; Estructuras y Coyunturas Políticas Americanas; Derecho Diplomático; Nuevos Escenarios Económico-comerciales. Todas estas materias representan 3 créditos, cada una, en el respectivo plan de estudios.

⁴ En la propuesta se detalla que la Pasantía constituye un crédito académico requerido para el otorgamiento del título. Su obtención depende de la realización de diversas actividades -laborales, académicas, comunitarias, *stages*, etc.-, en las condiciones reglamentarias generales que se resumen en el programa. En principio, consiste en una práctica laboral dentro de organizaciones constituidas -empresas, instituciones, organismos de carácter internacional, etc.- que tiene por objetivo principal que el estudiante demuestre su capacidad para enfrentarse a la actividad profesional.

Cuadro 1: distribución de créditos por tipo de asignatura y nivel de cursado

	Materias específicas de Relaciones Internacionales	Materias metodológicas o instrumentales	Materias jurídicas	Materias económicas	Otras ciencias sociales	TOTAL DE CRÉDITOS
SEMESTRE						
1er. Sem.	4 (25%)	6 (38%)	3 (19%)	-	3 (19%)	16 (100%)
2° Sem.	4 (24%)	6 (35%)	4 (24%)	3 (18%)	-	17 (100%)
Talleres	-	6 (100%)	-	-	-	6 (100%)
3er. Sem.	-	6 (40%)	-	3 (20%)	6 (40%)	15
4° Sem.	3 (20%)	-	3 (20%)	6 (40%)	3 (20%)	15 (100%)
Taller	-	3 (100%)	-	-	-	3 (100%)

5° Sem.	4 (31%)	-	3 (23%)	6 (46%)	-	13 (100%)
6° Sem.	4 (40%)	-	-	6 (60%)	-	10 (100%)
Taller	-	3 (100%)	-	-	-	3 (100%)
7° Sem.	-	3 (33%)	-	6 (33%)	-	9 (100%)
8° Sem.	-	-	-	-	-	-
Electivas Negocios Inter.	-	3 (8%)	-	30 (83%)	3 (8%)	36 (100%)
Electivas Diplomacia y RRII	9 (38%)	-	3 (13%)	3 (13%)	9 (38%)	24 (100%)
TOTAL	28 (17%)	36 (22%)	16 (10%)	63 (38%)	24 (14%)	167 (100%)

Fuente: elaboración propia.

2. Licenciatura en Negocios Internacionales e Integración, Universidad Católica del Uruguay (plan 2013)⁵

Esta propuesta se imparte en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Católica del Uruguay Dámaso Antonio Larrañaga, desde su Departamento en Negocios Internacionales e Integración. Formalmente figura como vigente un plan de estudios 2013, aprobado por el Ministerio de Educación y Cultura el 14 de junio de 2017. Antes de la creación de la licenciatura, la institución venía dictando cursos y módulos sobre negocios internacionales. Además, la

⁵ Información basada, principalmente, en la presentación de la licenciatura en la página web de la Universidad Católica del Uruguay Dámaso Antonio Larrañaga: <https://carreras.ucu.edu.uy/index.php/carreras/ciencias-empresariales/negocios-internacionales-e-integracion>

licenciatura tiene un plan previo 1997 aprobado ese mismo año. En su presentación anuncia la estructura compuesta de un Ciclo Fundamental y un Ciclo Profesional desde una formación integral, amplia y multidisciplinaria. Esto incluye estudiar un semestre en el exterior, a elección del alumno, entre más de 300 universidades en los cinco continentes.⁶

2.1. Características generales y perfil de egreso

La licenciatura se constituye en la primera propuesta de carrera universitaria que, apuesta a un perfil de corte economicista-comercial dentro del campo de estudios de las Relaciones Internacionales en Uruguay, a partir de 1997. Este perfil -que, con distintos énfasis, asumirán también la Universidad de la Empresa y la Universidad de Montevideo-, por un lado, apuesta a un ejercicio profesional en el terreno del comercio exterior y, por otro, supone una capacitación para el desempeño del graduado en el ámbito empresarial, como trasluce el plan de estudios vigente 2013.

Cabe resaltar la mención en el propio nombre de la licenciatura a la integración, lo que responde a un contexto de auge de los procesos regionales, propio de la década de los noventa: la Unión Europea con su nuevo estatus a partir de 1992; el MERCOSUR creado en 1991 y con la profundización institucional que supuso el Protocolo de Ouro Preto firmado a fines de 1994; la firma y ratificación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte entre 1991 y 1994; las reestructuras e incorporaciones de la Comunidad Andina entre 1991 y 1997.

En esa dirección, desde el anuncio de conocimientos en áreas básicamente empresariales -comercio exterior, logística, administración, marketing, economía, finanzas- y solo mencionando genéricamente a la integración económica, la negociación y el derecho como otras áreas, el primer concepto del perfil del egresado supone integrar y aplicar conocimientos para desarrollar procesos de internacionalización de una empresa u organización. Esta integración y aplicación se complementa con expresiones sobre la necesidad de negociar con éxito y trabajar en equipos multidisciplinarios.

El segundo concepto radica en el ejercicio profesional en el comercio exterior operativo, pero desde habilidades para generar y aplicar sistemas más eficientes en la cadena del comercio internacional. Finalmente, el tercer concepto apuesta a un egresado que comprenda los mecanismos de integración regional en un sistema internacional de interacciones entre Estados, organizaciones y empresas y en el mundo multicultural de los negocios.

⁶ Un mapa muestra los países en los que se están llevando a cabo esas experiencias: Alemania, Argentina, Austria, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, Corea del Sur, Dinamarca, España, Estados Unidos de América, Filipinas, Francia, Hungría, Italia, México, Panamá, Perú y Reino Unido.

Figura 2: Perfil de egreso

- ❖ Integración, aplicación y capacidad para trabajar con equipos multidisciplinares
- ❖ Empresas privadas en materia de comercio exterior en el universo del comercio internacional y en procesos de integración regional.
- ❖ Organizaciones en materia de comercio exterior en el universo del comercio internacional y en procesos de integración regional

Fuente: elaboración propia

2.2. Estructura del plan de estudios

La propuesta curricular se divide en cuatro años, anunciándose que, a los dos años y medio, el estudiante puede acceder al título intermedio de Analista en Comercio Internacional. La aprobación de las materias adjudica créditos al estudiante, y el mínimo concedido a una materia es de 2 créditos que corresponden a 21,3 horas de clase presencial. Asimismo, cada crédito representa un total de 25 horas de actividad del estudiante “acorde al modelo de créditos del Espacio Europeo de Educación Superior”. Finalmente, al llamado trabajo final de grado se le adjudica en este esquema, 240 horas de dedicación.

El primer año se compone de 12 materias: Antropología y Empresa; Comunicación Efectiva; Entorno Económico Nacional; Entorno Global de Negocios; Entorno Legal; Fundamentos del Comercio Internacional; Gestión de Personas; Información para la Toma de Decisiones; Integración Económica y Humana; Microeconomía, todas de 4 créditos. Mientras, Fundamentos de Gestión y Matemática comprenden 8 créditos cada una. El segundo año incluye 15 materias: Acuerdos Comerciales y OMC; Administración Estratégica; Business English; Derecho Internacional; Emprendedurismo e Innovación; Estadística Aplicada; Gestión de la Empresa Internacional; Herramientas de Gestión Financiera; Macroeconomía; Marketing; Modalidades de los Negocios Internacionales; Negocios con Asia; Operativa Aduanera, todas de 4 créditos. Mientras, Derecho del Comercio Exterior, y Medios de Pago y Seguros representan 2 créditos cada una.

El tercer año prevé ocho materias: Costos y Precios Internacionales; Derecho de la Integración; Economía Internacional; Finanzas Internacionales; Liderazgo Personal; Negociación; Proyecto Internacional, todas de 4 créditos. Mientras, Introducción al Comercio de Servicios equivale a 2 créditos. Este estadio de desarrollo de la licenciatura se considera el período sugerido para realizar cursos de libre configuración. Finalmente, el cuarto año consta de 13 materias, todas ellas de 4 créditos: Comercio Global de Tareas; Estrategias Competitivas Multinacionales; Ética Aplicada; Fenomenología de la Religión; Gestión de Proyectos; Investigación Empresarial; Logística de la Exportación; Logística de la Importación; Marketing Internacional; Negociación en los Procesos de

Integración; Portugués Comercial I; Portugués Comercial II; Supply Chain Management.

En tres recuadros adicionales se detalla que: los cursos de libre elección se podrán seleccionar de las carreras de la propia Universidad o de universidades del exterior; la práctica formativa supone el acercamiento al ámbito laboral para poner en práctica los conocimientos adquiridos e integrar nuevas competencias en el ejercicio laboral; para la graduación se deberá contar con un nivel de inglés equivalente al PET de la Universidad de Cambridge⁷, aclarando que la Universidad Católica ofrece cursos para tal objetivo.

Cuadro 2: distribución de créditos por tipo de asignatura y nivel de cursado

	Materias específicas de Relaciones Internacionales	Materias metodológicas o instrumentales	Materias jurídicas	Materias económicas	Otras ciencias sociales	TOTAL DE CRÉDITOS
AÑOS						
1er. Año	4 (7%)	8 (14%)	4 (7%)	24 (43%)	16 (29%)	56 (100%)
2° Año	-	8 (14%)	6 (11%)	42 (75%)	-	56 (100%)
3er. Año	-	8 (27%)	4 (13%)	14 (47%)	4 (13%)	30 (100%)
4° Año	4 (8%)	12 (23%)	-	28 (54%)	8 (15%)	52 (100%)
TOTAL	8 (4%)	36 (19%)	14 (7%)	108 (56%)	28 (14%)	194 (100%)

Fuente: elaboración propia.

⁷ Preliminary English Test.

3. Licenciatura en Comercio Exterior, Universidad de la Empresa (plan 2006)⁸

La mencionada licenciatura se dicta en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de la Empresa en vigencia del plan de estudios 2006, con una aprobación del Ministerio de Educación y Cultura del 8 de julio de 2010. La Universidad justifica la apuesta en los cambios en el escenario económico mundial y la globalización de las empresas. En efecto, argumenta que en los próximos años los temas de la integración regional van a estar incorporados con mayor énfasis en los ámbitos de trabajo de la actividad pública y privada y, en esta realidad, el área de los servicios constituye un campo que figura entre los grandes objetivos de un mayor desarrollo nacional.

3.1. Características generales y perfil de egreso

Para cumplir con el perfil del egresado que se describe, la Universidad de la Empresa anuncia una metodología de enseñanza variada, abierta y fiel reflejo del momento histórico. Argumenta que, en un mundo en constante evolución, resulta fundamental fomentar en el estudiante la generación de una capacidad especial, que le permita actuar como agente de transformación, para detectar los problemas reales y buscarles soluciones originales y creativas, junto con los aspectos estrictamente vinculados con los ámbitos abstractos de los conocimientos y las ideas. En este marco, el modelo se caracteriza por las actividades participativas: análisis de casos, discusión de situaciones, trabajos externos de investigación y solución de problemas.

La ubicación institucional de esta carrera dentro de la Universidad y el propio nombre de la Universidad, ya auguraban desde 2006, año de creación de la propuesta, su perfil economicista-comercial. La institución justifica la necesidad de esta oferta de estudios radica en una ecuación cambios en el escenario económico mundial - globalización de las empresas, en la incorporación de temas de integración regional en ámbitos de trabajo de la actividad pública y privada, y especialmente en la importancia del sector servicios en el desarrollo nacional.

El primer concepto sobre el perfil del egresado se ancla en un licenciado que ostente las herramientas y los conocimientos necesarios para desempeñarse eficazmente en el desarrollo de la capacidad empresarial y para enfrentar con éxito los desafíos de la competencia internacional. Se trata de empresas industriales, comerciales, de servicio, empresas públicas, agencias de publicidad, bancos e incluso instituciones educativas y de salud. El segundo concepto radica en el desempeño profesional en dependencias públicas, empresas privadas o

⁸ Información basada, principalmente, en la presentación de la licenciatura en la página web de la Universidad de la Empresa: <http://fcee.um.edu.uy/propuesta-academica/15-negocios-internacionales/>

consultorías a nivel nacional e internacional, con capacidad para satisfacer demandas en el conocimiento sobre comercio exterior; en concreto en: empresas industriales, comerciales, de servicios, empresas públicas, agencias de publicidad, bancos e incluso instituciones educativas y de salud.

Figura 3: Perfil de egreso

- ❖ Empresas privadas en materia de comercio exterior: comerciales, de servicio, agencias de publicidad, bancos, instituciones educativas, instituciones de salud
- ❖ Dependencias públicas en materia de comercio exterior
- ❖ Consultorías en materia de comercio exterior

Fuente: elaboración propia

3.2. Estructura del plan de estudios

La carrera se desarrolla en ocho semestres y no prevé el otorgamiento de títulos intermedios. Si bien no presenta una estructura curricular creditizada, la Universidad toma como unidad básica 16 horas de clase presencial. Por lo tanto, el plan presenta asignaturas de 16, 48 y 62 horas, a las que para este trabajo se le asignarán 1, 3 y 4 créditos respectivamente. En definitiva, se trata de 2384 horas de clase presencial, a las que se suman 100 horas asignadas al trabajo final.

En el primer semestre se dicta: Marketing; Administración I; Introducción al Derecho; Comercio Exterior I (Fundamentos); Contabilidad General; Inglés Básico I, todas asignaturas de 3 créditos, más un curso Propedéutico de 1 crédito. El segundo semestre se compone de: Análisis Cuantitativo de 4 créditos, y Administración II; Aduana I (Normativa); Comercio Exterior II (Operaciones); Costos del Comercio Exterior; Inglés Básico II, todas actividades de 3 créditos. Las asignaturas del tercer semestre, también representan 3 créditos en el plan de estudios: Estadística; Aduana II (Operaciones); Gestión Bancaria y Financiera; Transportes y Seguros; Economía I; Inglés Intermedio I. El cuarto semestre se estructura con: Investigación de Mercados Internacionales; Derecho Comercial; Gestión de Calidad; Comercio Agrícola; Economía II; Inglés Intermedio II, que siguen el molde de 3 créditos por propuesta.

Toda la segunda parte de la licenciatura también asigna 3 créditos a cada materia. Así, en el quinto semestre se imparte: Marketing Internacional; Legislación Tributaria del Comercio Exterior; Merciológia y Clasificación Arancelaria; Economía Internacional; Análisis de Estados Contables; Seminario de Contratación Mercantil; Inglés Avanzado I. El sexto prevé el dictado de: Planificación Estratégica; Administración de Operaciones Portuarias; Derecho de

la Integración; Historia Económica y Política Mundial; Finanzas; Inglés Avanzado II. El séptimo semestre está compuesto por: Integración Económica; Forma de Pago y Financiamiento Internacional; Taller de Aduana; Geografía Económica; Negociaciones Internacionales; Preparación y Evaluación de Proyectos. Finalmente, en el octavo se cursa: Logística Internacional; Globalización; Taller de Comercio Exterior; Ética de los Negocios; E-Business; Proyecto Final de Titulación.

Consejo Uruguayo para las Relaciones Internacionales

Cuadro 3: distribución de créditos por tipo de asignatura y nivel de cursado

	Materias específicas de Relaciones Internacionales	Materias metodológicas o instrumentales	Materias jurídicas	Materias económicas	Otras ciencias sociales	TOTAL DE CRÉDITOS
SEMESTRE						
1er. Sem.	-	4 (21%)	3 (16%)	12 (63%)	-	19 (100%)
2° Sem.	-	7 (37%)	3 (16%)	9 (47%)	-	19 (100%)
3er. Sem.	-	6 (33%)	-	12 (67%)	-	18 (100%)
4° Sem.	-	3 (17%)	3 (17%)	12 (67%)	-	18 (100%)
5° Sem.	-	3 (14%)	3 (14%)	15 (71%)	-	21 (100%)
6° Sem.	3 (17%)	3 (17%)	3 (17%)	9 (50%)	-	18 (100%)
7° Sem.	-	6 (33%)	-	9 (50%)	3 (17%)	18 (100%)
8° Sem.	3 (17%)	6 (33%)	-	6 (33%)	3 (17%)	18 (100%)
TOTAL	6 (4%)	38 (26%)	15 (10%)	84 (56%)	6 (4%)	149 (100%)

Fuente: elaboración propia.

4. Licenciatura en Negocios Internacionales, Universidad de Montevideo (plan 2011)⁹

Esta propuesta de carrera de grado impartida en la Facultad de Ciencias Empresariales y Economía de la Universidad de Montevideo, es la última en incorporarse a la oferta nacional en Relaciones Internacionales, mediante reconocimiento del Ministerio de Educación y Cultura de su plan de estudios 2011, el 29 de enero de 2015. La carrera se presenta con el objetivo de transmitir al alumno la importancia de entender la realidad de las empresas internacionales en Uruguay y otras partes del mundo. Se argumenta que al estudiante de Negocios Internacionales se le ofrece un fuerte enfoque internacional dado por la interacción con alumnos internacionales que estudian en la Universidad, por los profesores formados en el extranjero y por el semestre de estudio obligatorio en otro país.

4.1. Características generales y perfil de egreso

La Universidad de Montevideo afirma que el egresado será un profesional multidisciplinario con una visión global de los negocios, que contará con conocimientos en áreas como marketing, comercio exterior y logística, estrategia y análisis financiero internacional. Cabe acotar que los estudiantes que cursan esta carrera tienen la posibilidad de concentrar las materias electivas y obtener alguno de estos tres diplomas al graduarse: diploma en Marketing, diploma en Emprendimientos e Innovación o diploma en Finanzas.

Uno de los ejes centrales de la carrera se centra en los intercambios. Así, los alumnos estudian con compañeros de diferentes universidades del mundo, en un semestre internacional, con materias en inglés y profesores “de excelente nivel”. Y en el penúltimo semestre, está previsto el cursado de estudios fuera del país, en universidades socias.

Finalmente, durante el último semestre, los estudiantes participan en el desarrollo de un proyecto, en su área de especialización, que culmina en un trabajo a ser presentado en la Facultad. La propuesta incluye un subtítulo independiente para describir las prácticas profesionales con los ámbitos en los que se pueden desarrollar y las empresas a las que se puede acceder.

En definitiva, la denominación y la ubicación institucional de la licenciatura, como en los dos casos anteriores, marcan un perfil hacia la dimensión económica, comercial y hasta empresarial de las Relaciones Internacionales. Así, se alude a que el estudiante irá adquiriendo una visión amplia del mundo contemporáneo, pero, en una visión inédita, la afirmación se basa en el manejo de idiomas, el cursado de un semestre internacional con materias en inglés, compañeros extranjeros y profesores de excelente nivel, y el intercambio semestral obligatorio. No se alude

⁹ Información basada, principalmente, en la presentación de la licenciatura en la página web de la Universidad de Montevideo: <http://fcee.um.edu.uy/propuesta-academica/15-negocios-internacionales/>

al dictado de asignaturas como herramientas para analizar al sistema internacional desde visiones políticas, sociales e históricas, como en las propuestas de todas las licenciaturas en el campo de las Relaciones Internacionales dictadas en Uruguay.

En concreto, el primer concepto sobre el perfil del egresado abrevia a un profesional multidisciplinario, pero en el sentido de una visión global de negocios. Para corroborar esa afirmación la presentación de la carrera complementa esa idea con la mención de una focalización curricular en tres pilares: el económico-financiero; el de comercio exterior y logística, y el referente a la estrategia de marketing. El segundo concepto alude al desempeño del egresado en empresas privadas, internacionales o uruguayas que hayan trascendido fronteras, en áreas como: industria y comercio; viajes y turismo; asesoría financiera; arquitectura y construcción; tecnología; marketing digital; banca privada, entre otros. No se mencionan empresas públicas ni otras áreas del Estado que atiendan la inserción internacional del Uruguay.

Figura 4: Perfil de egreso

- ❖ Empresas privadas en el sector económico-financiero
- ❖ Empresas privadas en el sector comercio exterior y logística
- ❖ Empresas privadas en estrategias de marketing

Fuente: elaboración propia

4.2. Estructura del plan de estudios

El diseño del plan está estructurado en ocho semestres que representan 257 créditos. Cada crédito equivale a 10 horas de clase presencial. El primer semestre lo conforman: Introducción a la Contabilidad de 7,5 créditos; Introducción a la Economía de 6 créditos; Principios de Administración de 6 créditos; Comunicación Profesional de 6 créditos; Lenguas semestre 1 de 4,5 créditos. En el segundo semestre se dicta: Cálculo Básico Aplicado de 9 créditos; Macroeconomía I de 6 créditos; Antropología de 6 créditos; Historia Contemporánea de 4,5 créditos; Introducción a los Negocios Internacionales de 6 créditos; Lenguas semestre 2 de 4,5 créditos. El tercer semestre está compuesto por: Ética Profesional I de 4,5 créditos; Análisis Financiero Internacional de 7,5 créditos; Matemática Financiera de 6 créditos; Comercio y Logística Internacional de 6 créditos; Marketing I de 6 créditos; Lenguas semestre 3 de 4,5 créditos. El cuarto semestre consta de: Microeconomía I de 6 créditos; Cuestiones de Teología de 4,5 créditos; Probabilidad y Estadística de 9 créditos; Strategy I de 6 créditos; International Relations and Organizations de 6 créditos; Lenguas semestre 4 de 4,5 créditos

El quinto semestre tiene previsto el dictado de: Finanzas en la Empresa I de 8 créditos; Mercados Financieros Internacionales de 6 créditos; Marketing Internacional de 4,5 créditos; Comparative Legal Systems de 6 créditos; Comercio Exterior de 6 créditos; Pensamiento Político y Social de 4,5 créditos. En el sexto: International Economics de 6 créditos; Global Business Strategy de 6 créditos; Managing Cultural Diversity de 4,5 créditos; International Business Finance de 7,5 créditos; Investment Projects de 4,5 créditos; International Business Comuncation de 4,5 créditos. Este semestre se completa con una Pasantía Social de 1,5 créditos. En el séptimo período lectivo está previsto el llamado Semestre de Intercambio al que se le asignan 24 créditos, correspondiente a 240 horas de clase presencial o su equivalente. Finalmente, en el octavo semestre se anuncia: Ética Profesional II de 4,5 créditos; Taller de Negociación Internacional de 3 créditos; Leedership de 4,5 créditos; Gestión de Cadena de Suministros de 6 créditos; Proyecto Final de 9 créditos.

Cuadro 4: distribución de créditos por tipo de asignatura y nivel de cursado

	Materias específicas de Relaciones Internacionales	Materias metodológicas o instrumentales	Materias jurídicas	Materias económicas	Otras ciencias sociales	TOTAL DE CRÉDITOS
SEMESTRE						
1er. Sem.	-	4,5 (15%)	-	19,5 (65%)	6 (20%)	30 (100%)
2° Sem.	6 (17%)	13,5 (38%)	-	6 (17%)	10,5 (29%)	36 (100%)
3er. Sem.	-	4,5 (13%)	-	25,5 (74%)	4,5 (13%)	34,5 (100%)
4° Sem.	6 (17%)	13,5 (38%)	-	12 (33%)	4,5 (13%)	36 (100%)
5° Sem.	-	-	6 (17%)	24,5 (70%)	4,5 (13%)	35 (100%)
6° Sem.	1,5 (4%)	-	-	28,5 (83%)	4,5 (13%)	34,5 (100%)
7° Sem.	-	-	-	-	-	-
8° Sem.	12 (44%)	-	-	6 (22%)	9 (33%)	27 (100%)
TOTAL	25,5 (11%)	36 (15%)	6 (3%)	122 (52%)	43,5 (19%)	233 (100%)

Fuente: elaboración propia.

Reflexiones finales

Esta serie de artículos publicados en el CURI, tal como se desprende del proceso de investigación finalizado en 2019 sobre la construcción del campo de estudios de las Relaciones Internacionales en Uruguay, permite afirmar una comprobación básica: las carreras de grado se dividen en dos grandes grupos, el primero lo integran las licenciaturas en Relaciones Internacionales y en Estudios Internacionales, de la Universidad de la República y de la Universidad ORT Uruguay, respectivamente. Estas propuestas apuestan a un perfil generalista y multidisciplinario. Las ideas rectoras que se pueden extraer destacan una formación en ese sentido generalista y multidisciplinario, el desempeño del egresado en el Servicio Diplomático, la capacitación en materia de comercio exterior y logística, y la reafirmación de un ámbito de trabajo en empresas privadas.

El segundo grupo está compuesto por las licenciaturas en Negocios Internacionales e Integración de la Universidad Católica del Uruguay, en Comercio Exterior de la Universidad de la Empresa y en Negocios Internacionales de la Universidad de Montevideo. Las tres coinciden en afincar el campo laboral en organismos privados y las dos primeras también en organismos públicos, siempre con el eje central en el comercio exterior. Asimismo, en un plano menos destacado, aseguran una formación tanto a nivel de los procesos de integración regional como de actividades relativas al sector financiero, el marketing y la logística como complemento del comercio exterior. No obstante, en mayor o menor medida, todas las carreras insertan al comercio exterior en planes de estudio que incluyen miradas sistémicas, propias de la economía internacional, pero también de enfoques más multidisciplinarios, politológicos o histórico-politológicos.

La licenciatura en Estudios Internacionales de la Universidad ORT Uruguay muestra una clara concentración en materias económicas de un 38% del total de las asignaturas. Esta concentración repercute en porcentajes muy bajos en materias jurídicas -10%- , de otras ciencias sociales -14%- y, lo más llamativo, de materias específicas de Relaciones Internacionales -17%-. Sin embargo, cabe matizar estas cifras con dos consideraciones. La primera es que la licenciatura presenta una importante oferta de materias metodológicas o instrumentales de un 22%. La segunda consideración radica en que el alto porcentaje de materias económicas se explica, sobre todo, por la oferta de cursos electivos, como lo demuestra los cuadros 1 y 5. Esto sucede porque el listado de cursos electivos es configurado desde una selección de los cursos que dicta la Facultad de Administración y Ciencias Sociales; espacio institucional en el que la licenciatura constituye la única opción de carrera de grado no estrictamente adscripta a ramas económicas y empresariales.

En cuanto a las carreras de grado, que perfilan su propuesta hacia el área económico-comercial y hacia un campo laboral de corte más empresarial, la licenciatura en Negocios Internacionales e Integración de la Universidad Católica

del Uruguay presenta su plan de estudios con un 56% de materias económicas. Como se aprecia en los cuadros 2 y 5, las materias metodológicas o instrumentales alcanzan el 19% del total de la oferta. No obstante, como se desprende de los diseños de las tres licenciaturas del área de comercio internacional, muchas de ellas están dedicadas a talleres sobre la operativa del comercio exterior y a la enseñanza de idiomas. También llama la atención la baja presencia de materias jurídicas con un 7% y, sobre todo, de materias específicas de Relaciones Internacionales con un 4%. En contraste, el número de materias dedicadas a otras ciencias sociales suma un 14% con temáticas antropológicas, teológicas, éticas y relativas a los recursos humanos.

La licenciatura en Comercio Exterior de la Universidad de la Empresa, como se puede observar en los cuadros 3 y 5, presenta un diseño extremadamente similar al de la Universidad Católica del Uruguay. En efecto, hay una fuerte concentración de materias económicas que supera la mitad de la oferta, con un 56% del total. Las asignaturas referidas al área metodológica o instrumental representan un 26% que incluyen actividades de taller y variadas asignaturas de enseñanza de idiomas, y las referidas al área jurídica solo un 10%. En esta propuesta es muy baja la carga de materias específicas de las Relaciones Internacionales y de otras ciencias sociales, con un 4% en cada categoría.

Finalmente, la licenciatura en Negocios Internacionales de la Universidad de Montevideo también presenta una cifra similar que sus dos antecesoras en concentración de materias económicas con un 52% del total en el plan de estudios. Sin embargo, analizando el tipo de materias introducidas en la categoría, se puede observar una leve carga mayor dedicada a los estudios empresariales que en las licenciaturas de la Universidad Católica del Uruguay y la Universidad de la Empresa. Asimismo, los cuadros 4 y 5, muestran una asignación horaria superior de materias específicas de Relaciones Internacionales -11%- , con asignaturas dedicadas a describir el contexto internacional, y menor en materias metodológicas o instrumentales -15%- que las otras dos licenciaturas de corte economicista. Finalmente, el porcentaje de asignaturas jurídicas es sumamente bajo con un 3%, mientras el de asignaturas que refieren a otras ciencias sociales es el más alto de toda la oferta de carreras de grado en el campo de estudios en Uruguay con un 19%. Allí se introducen materias comunicacionales, antropológicas, históricas, teológicas y éticas.

Por lo tanto, de un cuadro de distribución de créditos por tipo de asignatura en todas las licenciaturas, como el que se presenta a continuación, se pueden arriesgar algunas consideraciones. En efecto, el porcentaje dedicado a materias económicas está muy por encima de los porcentajes de las materias de las otras áreas con un 51%. Esto está dado por las tres licenciaturas sobre comercio internacional y por el alto porcentaje de la licenciatura de la Universidad ORT Uruguay a partir sobre todo de su oferta de materias electivas, ofrecidas en su Facultad de Administración y Ciencias Sociales.

El cuadro también demuestra una alta preocupación por la formación metodológica del egresado, con un 21% promedio, en el que se destaca la apuesta de la licenciatura generalista y, también, la de la licenciatura en Comercio Exterior de la UDE, aunque esta última incorporando más talleres sobre operativa del comercio exterior. Definitivamente, el porcentaje de materias jurídicas no es significativo, representando un 8% del total, en diseños opuestos a la tradición de la Universidad de la República.

Las materias específicas de Relaciones Internacionales también son consideradas centrales en la Universidad ORT Uruguay. Las otras tres licenciaturas recurren a ellas para describir el contexto internacional en el que operan los negocios internacionales y, en algunos casos, los procesos de integración regional. El promedio es de un exiguo 9%. Finalmente, el porcentaje de materias inscriptas en el área que se denomina otras ciencias sociales, representa un 13%, cifra a la que se llega por apuestas muy dispares y, sobre todo, porque tanto la Universidad Católica del Uruguay como la Universidad de Montevideo complementan el diseño de sus carreras economicistas con asignaturas antropológicas, teológicas y éticas, entre las principales.

Cuadro 5: distribución de créditos por tipo de asignatura en las cuatro licenciaturas

	Materias específicas de Relaciones Internacionales	Materias metodológicas o instrumentales	Materias jurídicas	Materias económicas	Otras ciencias sociales
UORT Uruguay	17%	22%	10%	38%	14%
UCU	4%	19%	7%	56%	14%
UDE	4%	26%	10%	56%	4%
UM	11%	15%	3%	52%	19%
TOTAL	9%	21%	8%	51%	13%

Fuente: elaboración propia.

Referencias¹⁰

Instituciones autorizadas y carreras reconocidas. Universidades y carreras reconocidas 2017. Ministerio de Educación y Cultura. Educación Superior. [on line] Disponible en: <https://educacion.mec.gub.uy/innovaportal/file/68185/1/universidades-y-carreras-marzo-2018.pdf>

Licenciatura en Comercio Exterior. Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad de la Empresa. [on line] Disponible en: <https://ude.edu.uy/fce-ude/licenciatura-en-comercio-exterior/>

Licenciatura en Estudios Internacionales. Facultad de Administración y Ciencias Sociales, Universidad ORT Uruguay. [on line] Disponible en: <https://facs.ort.edu.uy/licenciatura-en-estudios-internacionales>

Licenciatura en Negocios Internacionales e Integración. Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Católica del Uruguay Dámaso Antonio Larrañaga. [on line] Disponible en: <https://carreras.ucu.edu.uy/index.php/carreras/ciencias-empresariales/negocios-internacionales-e-integracion>

Licenciatura en Negocios Internacionales. Facultad de Ciencias Empresariales y Economía, Universidad de Montevideo. [on line] Disponible en: <http://fcee.um.edu.uy/propuesta-academica/15-negocios-internacionales/>

Plan de estudios de la licenciatura en Relaciones Internacionales de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Informe del Grupo de Trabajo de Ciencias Sociales al Consejo Directivo Central. Montevideo. 25 de abril de 1988.

¹⁰ Las consultas *on line* refieren a visitas a las respectivas páginas web al 30 de octubre de 2019, fecha de finalización de la investigación referida en el pie de página del título. La fecha también refiere al último año lectivo, hasta la fecha, en el que las licenciaturas se dictaran en modo presencial, antes de la situación planteada por la pandemia del virus SARS-COV-2.