



GUÍA DE APRENDIZAJE N° 1

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Programa de Formación: Tecnólogo en Negociación Internacional.		Código: 122702		
		Versión: 02		
Nombre del Proyecto: Negociación de productos colombianos basados en acuerdos internacionales.		Código: 1301046		
Fase del proyecto: Análisis.				
Actividad (es) del proyecto:	Actividad (es) de aprendizaje:	Ambiente de formación escenario	Materiales de formación	
			Devolutivo	Consumible
Realizar diagnóstico del mercado nacional e internacional, teniendo en cuenta el entorno y objetivos de la empresa.	Determinar la oferta exportable teniendo en cuenta el comportamiento del mercado y los tratados internacionales vigentes.	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.	(Herramienta – equipo).	(Unidades empleadas durante el programa).
Resultados de Aprendizaje: 260101011-01: Seleccionar las ideas de productos o servicios teniendo en cuenta la disponibilidad económica y tecnológica que responden a las necesidades del mercado en relación con el uso y beneficio del producto, a partir de la		Competencia: 260101011: Determinar oportunidades de mercado de acuerdo con las tendencias del entorno y los objetivos de la empresa.		



<p>capacidad productiva y objetivos trazados por la empresa.</p> <p>260101011-02: Aplicar las técnicas, métodos y procedimientos de evaluación de ideas en el proceso de selección, de acuerdo con las necesidades del mercado en relación con el uso y beneficio del producto, aplicando técnicas y procedimientos existentes que estén de acuerdo con las políticas, necesidades y objetivos de la empresa.</p> <p>260101011-04: Estudiar el nivel de desarrollo, la tendencia de crecimiento y los posibles tratados internacionales con otros mercados, regiones o países, previamente seleccionados analizando las características económicas, de estabilidad política, comportamiento legal y cultural, antes de determinar las posibilidades de ingreso y definir el ambiente de un mercado que se ajuste a las políticas y objetivos de la organización.</p>	
<p>210101008-02: Analizar el comportamiento del mercado financiero internacional para tomar decisiones frente a la importación y exportación a partir de la simulación de la operación, teniendo en cuenta el comportamiento de divisas a mediano y largo plazo.</p>	<p>210101008: Costear la cadena de aprovisionamiento, distribución y transporte de acuerdo con los objetivos y estrategias del plan logístico.</p>
<p>240201500-04: Redimensionar permanentemente su proyecto de vida, de acuerdo con las circunstancias del contexto y con visión prospectiva.</p>	<p>240201500: Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.</p>



<p>240201501-01: Comprender frases y vocabulario habitual sobre temas de interés personal y temas técnicos.</p> <p>240201501-02: Comprender la idea principal en avisos y mensajes breves, claros y sencillos en inglés técnico.</p>	<p>240201501: Comprender textos en inglés en forma escrita y auditiva.</p>
Duración de la guía (en horas):	238 horas.

2. INTRODUCCIÓN

Teniendo en cuenta que el mundo se encuentra cada vez más globalizado, la inserción a escenarios internacionales es un proceso que día a día es más natural y fluido, por lo que las empresas necesitan afrontar los retos que dicho proceso exige, saber identificar oportunidades en la dinámica mundial, implementando nuevas ideas de negocios o reestructurándose para enfrentar este reto.

Como primera ventana al cumplimiento de lo propuesto en el programa de formación **Tecnólogo en Negociación Internacional**, usted debe identificar las oportunidades de mercado a nivel nacional, mediante el análisis de los sectores y subsectores de la economía colombiana con una visión exportadora; a través del desarrollo de los contenidos, también debe prepararse para ser capaz de leer en los hechos económicos y políticos, las nacientes tendencias de consumo y el comportamiento de los ciudadanos.

Además, aprenderá a determinar y seleccionar los productos y servicios que son objeto de oferta en los mercados internacionales y analizar posibles acuerdos comerciales con países según su actividad económica; es importante también como proceso integral, saber la importancia de elaborar un proyecto de vida, lo que se busca con este, es planear a futuro las cosas que se necesitan y las que se quieren hacer en la vida.

Cabe mencionar que adicionalmente se adquirirá la capacidad de producir y comprender textos en inglés, mejorar la práctica regular del uso de estructuras gramaticales que le permitan tener un valor adquirido en su formación para abrirse campo hacia el mundo laboral y contribuir la optimización de su productividad laboral y su capacidad de concentración.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 238 horas, correspondientes a un 20% de horas Directas (**D**), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80% de horas Independientes (**I**), que hacen referencia a trabajo autónomo a



realizar por parte del aprendiz.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario revisar el material de formación, explorar los materiales de apoyo y efectuar consultas en internet.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentra en la siguiente ruta: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 1: Determinar la oferta exportable teniendo en cuenta el comportamiento del mercado y los tratados internacionales vigentes. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

Antes de elaborar las evidencias propuestas en esta actividad de aprendizaje, es preciso que realice las actividades que se encuentran en el espacio Saberes previos:

- Actualización de los datos personales.
- Diligenciamiento del Sondeo de conocimientos previos.
- Presentación ante el instructor y los compañeros en el Foro social.
- Participación en el foro de reconocimiento de la plataforma.

Además, consulte el botón Tutoriales, en el menú del programa de formación, para visualizar los videos de la plataforma virtual de aprendizaje.

- **Evidencia: Efectos de la economía colombiana en los mercados internacionales**

El temor de que la inserción en la economía mundial condujera a un colapso empresarial resultó infundado. Por el contrario, la economía colombiana ha crecido y se ha diversificado en la medida en que se ha abierto hacia el exterior. Han surgido nuevos renglones de exportación. La inversión extranjera está aportando tecnología y creando nuevas fuentes de empleo formal. Las empresas han respondido a la



competencia externa mejorando la productividad y adoptando prácticas gerenciales de clase mundial. El incremento de importaciones de maquinaria y equipo ha permitido modernizar el aparato productivo nacional. Las importaciones también han puesto al alcance de los consumidores una mayor variedad de bienes a precios razonables. (Botero, 2014)

Teniendo en cuenta el texto anterior resulta importante profundizar un poco sobre el tema, por ende, a manera de reflexión personal resuelva las preguntas que se le plantean a continuación:

- o ¿Cómo considera que la internacionalización de la economía colombiana ha beneficiado al sector exportador?
- o ¿Cree que las importaciones han afectado o beneficiado al sector productivo colombiano?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 1, por lo tanto no es calificable.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

- **Evidencia: Tratados comerciales**

El estado actual de la globalización hace necesario que los países reglamenten de manera coordinada sus relaciones comerciales con el fin de incrementar los flujos de comercio e inversión, es por esto que se suscriben tratados para verificar que las condiciones sean de igualdad y transparencia.

Por lo anterior, a través de esta evidencia se incentiva al análisis sobre los tratados comerciales, consultando e investigando en fuentes confiables todo lo concerniente con cinco acuerdos suscritos actualmente en Colombia, bien sean vigentes o en proceso, para hacerlo tenga en cuenta lo siguiente:

- o Países participantes.
- o Fecha de suscripción del tratado.
- o Fecha en la que entró o entrará en vigencia.



- o Principales productos incluidos en la negociación.
- o Beneficios esperados para Colombia con el tratado.
- o Desventajas para Colombia con la firma del tratado.

Nota: este ejercicio tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable pero si muy importante para su proceso de aprendizaje.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 1: Summary “Approach to diagnostics of marketing complex of industrial enterprise”**

Gran parte de los documentos importantes relacionados con el desarrollo de este programa de formación, vienen en inglés y para muchos la herramienta del traductor se convierte en el único medio para entenderlos. Lamentablemente, esta herramienta no provee con exactitud el verdadero significado del mensaje que se quiere transmitir en el texto, es por eso que el resumen se convierte en una forma de comprender un texto de manera significativa.

Para dar cumplimiento al propósito de esta evidencia realice lo siguiente:

- o Lea y analice el material complementario denominado **Guidelines for writing a summary with in-text citations**, de esta actividad de aprendizaje.
- o Posteriormente y basados en dicho material, elabore un resumen en inglés sobre el texto que encuentra en el documento denominado **Approach to diagnostics of marketing complex of industrial enterprise**, disponible también en el material complementario.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.



Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 1: Determinar la oferta exportable teniendo en cuenta el comportamiento del mercado y los tratados internacionales vigentes / Evidencia 1: *Summary "Approach to diagnostics of marketing complex of industrial enterprise"*. **Total horas: 15, 4(D) y 11(I).**

- **Evidencia 2: Foro "Oportunidades de exportación"**

Colombia cuenta con ventajas competitivas y comparativas que lo sitúan con condiciones privilegiadas, posibilitando la negociación internacional a lo largo y ancho de los sectores.

En este orden de ideas y con la finalidad de cumplir con el propósito de esta evidencia, consulte el material de formación denominado **La oferta exportable de bienes y servicios** correspondiente a esta actividad de aprendizaje, específicamente el tema **Sectores económicos** y adicionalmente el siguiente material complementario:

- o Colombia: balance 2015 y perspectivas 2016.
- o Región Caribe.
- o Región centro-oriente.
- o Región centro-sur.
- o Región Eje Cafetero.
- o Región Eje Cafetero sin Antioquia.
- o Región Llano.
- o Región Pacífico.

Luego de estas consultas, seleccione ideas de productos, dos por cada uno de los diferentes sectores: manufacturero, agroindustrial y servicios, incluyendo sus principales características (ejemplo: zapatos deportivos para caballero) y el tipo de subsector al que pertenece.

Finalmente y de acuerdo con la selección de los productos que realizó, participe en este foro dando respuesta a las siguientes preguntas:

- o ¿Qué criterios utilizó para seleccionar estos productos o servicios?



- o ¿Por qué considera que cada uno de estos productos o servicios tienen el potencial para ser exportados? Justifique su respuesta.

Lea cuidadosamente las publicaciones de sus compañeros y comente respetuosamente dos que llamen su atención, argumentando por qué está o no de acuerdo con la opinión dada por ellos.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 1: Determinar la oferta exportable teniendo en cuenta el comportamiento del mercado y los tratados internacionales vigentes / Evidencia 2: Foro “Oportunidades de exportación”. **Total horas: 10, 1(D) y 9(I).**

- **Evidencia 3: Taller “Análisis DOFA”**

Es muy importante en la vida de cualquier ser humano diseñar o proyectar el presente y el futuro, teniendo en cuenta las características especiales de cada persona, lo que conduce a evitar errores o situaciones que ponen en riesgo las diferentes etapas de la vida; construir o proyectarse a edad temprana le permite aprovechar las oportunidades que la vida le ofrece en el camino, pero si no lo tiene claro, será imposible identificar estas circunstancias, por lo tanto, se perderán sin darles el valor que se merecen.

De acuerdo a la reflexión anterior se le sugiere consultar el material de formación denominado **Planeación estratégica DOFA para el proyecto de vida**, perteneciente a esta actividad de aprendizaje y luego de su análisis, desarrolle un taller escrito que dé respuesta a los siguientes planteamientos:

1. Identifique y describa dos ideas que reflejan la planeación estratégica personal.
2. Mencione tres elementos de lo que representa la planeación estratégica para el individuo.
3. ¿En su vocación a qué debe responder el proyecto de vida?
4. ¿Qué necesita la persona para elaborar su proyecto de vida?
5. Escriba tres condiciones que se deben tener en cuenta en el proyecto de vida.
6. ¿Cuáles son los dos factores de gran relevancia que se deben tener en cuenta antes de iniciar el análisis DOFA?
7. ¿Con qué fin se desarrollan estrategias tipo FO?



8. ¿Qué se quiere mejorar con las estrategias tipo DO?

9. ¿Con qué fin se desarrollan las estrategias tipo FA?

10. ¿Qué se quiere derribar con las estrategias tipo DA?

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 1: Determinar la oferta exportable teniendo en cuenta el comportamiento del mercado y los tratados internacionales vigentes / Evidencia 3: Taller “Análisis DOFA”. **Total horas: 13, 3(D) y 10(I).**

- **Evidencia 4: Evaluación “Sectores económicos”**

Resuelva esta evaluación con el propósito de poner en evidencia sus conocimientos con relación a la identificación de las principales características de los sectores y subsectores de la economía colombiana y su oferta exportable.

Esta evaluación consta de quince (15) preguntas, responda correctamente cada una de ellas, esto le permitirá demostrar los conocimientos aprendidos durante la actividad de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 1: Determinar la oferta exportable teniendo en cuenta el comportamiento del mercado y los tratados internacionales vigentes / Evidencia 4: Evaluación “Sectores económicos”. **Total horas: 20, 1(D) y 19(I).**

- **Evidencia 5: Estudio de caso “La importancia de aprender un idioma”**

En la actualidad, el avance de la tecnología, la globalización y el crecimiento del comercio han sobrepasado los límites a través del conocimiento del idioma, por lo tanto, aprender inglés es de suma importancia en el crecimiento profesional de toda persona.

Para dar cumplimiento al objetivo de esta evidencia, consulte en internet u otra fuente de investigación, el video denominado **Les Luthiers - Radio Tertulia - Parte VI**, donde se observan las particularidades de una situación real entre dos interlocutores que hablan idiomas diferentes, lo que dificulta establecer una buena comunicación.

Posteriormente, responda y argumente en inglés las preguntas que se le plantean a



continuación:

- o ¿Qué problema de comunicación encontró entre las dos partes?
- o ¿La información dada por los locutores fue correcta? Justifique su respuesta.
- o Enumere otras situaciones similares que conozca donde se presente este problema.
- o ¿Qué concluye de esta situación?

Desarrolle esta evidencia con la herramienta ofimática de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 1: Determinar la oferta exportable teniendo en cuenta el comportamiento del mercado y los tratados internacionales vigentes / Evidencia 5: Estudio de caso “La importancia de aprender un idioma”. **Total horas: 10, 3(D) y 7(I).**

- **Evidencia 6: Ejercicio práctico “Piensa positivo”**

Es necesario realizar cambios de paradigma y pensamiento para ver las cosas desde una perspectiva más positiva, pensar con optimismo a pesar de las dificultades, ayuda a que las cosas vayan bien.

Si fracasa, es necesario levantarse y prepararse para un nuevo camino teniendo la confianza de que todo va a salir bien, pero ahora con un nuevo aliado, la sabiduría.

Por lo tanto, es necesario confiar en que se va a lograr y tener un pensamiento positivo constante, ya que este cambia la realidad, resalta las cosas buenas en cada situación aparentemente mala y observa lo bueno dentro de lo malo, esta es una forma de enfrentar los inconvenientes de la vida, plantearlos como retos y no como impedimentos.

Para la presente evidencia debe leer y analizar el documento complementario denominado **Las historias de vida como método de acercamiento a la realidad social**, específicamente **El caso de Ahmed**, tome las situaciones de dificultad del protagonista de esta lectura y como ejercicio práctico en un documento escrito realice lo siguiente:

- o ¿Por qué el protagonista tuvo que pasar por esa diversidad de dificultades?
- o ¿Cuáles son las fortalezas y las debilidades personales del protagonista de la lectura?



- o Describa las actividades o retos que pudo proponerse **Ahmed** para superar las dificultades.
- o Mencione qué alternativas hubiera tomado usted frente a estas situaciones.
- o ¿Qué cree que hubiera pasado con el protagonista de la lectura si hubiera tenido un plan estratégico desde el comienzo?
- o Finalmente emita un concepto de lo vivido por **Ahmed**.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 1: Determinar la oferta exportable teniendo en cuenta el comportamiento del mercado y los tratados internacionales vigentes / Evidencia 6: Ejercicio práctico “Piensa positivo”. **Total horas: 16, 5(D) y 11(I).**

- **Evidencia 7: Mapa mental “Variación de la tasa de cambio”**

Las exportaciones e importaciones están muy expuestas al riesgo económico por un aspecto que no es la esencia del negocio como lo es la tasa de cambio, este es un factor externo cuyo impacto no puede controlar el empresario, pero sí puede aminorarlo.

Para desarrollar esta evidencia tenga en cuenta los siguientes pasos:

- o Consulte y analice el material complementario denominado **Divisa y la tasa de cambio, constantes compañeras de nuestra vida cotidiana**.
- o Una vez estudiado el anterior documento, elabore un mapa mental en el cual incluya lo siguiente:
 - Idea central: tasa de cambio.
 - Ideas principales: ¿Qué es? ¿Cuál es su historia? ¿Cómo funciona el mercado cambiario en Colombia? Comportamiento e influencia de la tasa de cambio en la vida cotidiana.
 - El mapa debe incluir imágenes.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.



Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 1: Determinar la oferta exportable teniendo en cuenta el comportamiento del mercado y los tratados internacionales vigentes / Evidencia 7: Mapa mental “Variación de la tasa de cambio”. **Total horas: 15, 4(D) y 11(I).**

- **Evidencia 8: Evaluación “Yes/No questions and Wh- questions”**

Tener un conocimiento sobre los tipos de preguntas en inglés permite realizar actividades importantes como: hoja de vida, entrevista laboral, una conversación con posibles clientes extranjeros, entre otras; consiguiendo con esto un mejor desempeño en la vida laboral y profesional.

Teniendo en cuenta lo anterior, resuelva esta evaluación que consta de dieciséis (16) preguntas, con el propósito de poner en evidencia estos conocimientos. Para hacerlo, consulte previamente los siguientes materiales complementarios:

- o *Question types.*
- o *10 tips on writing a successful CV.*

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 1: Determinar la oferta exportable teniendo en cuenta el comportamiento del mercado y los tratados internacionales vigentes / Evidencia 8: Evaluación “Yes/No questions and Wh- questions”. **Total horas: 10, 1(D) y 9(I).**

- **Evidencia 9: Estudio de caso “Riesgos en la negociación internacional”**

Cuando las empresas deciden incorporarse al mercado internacional, aumentan su nivel competitivo y su imagen de marca se posiciona con más fuerza, se impulsan al intercambio de productos y servicios mediante innovaciones tecnológicas y crecen no solo a nivel internacional sino también a nivel nacional, al asumir este reto las empresas se enfrentan a muchos riesgos.

Para el desarrollo de esta evidencia es importante la lectura y análisis previo del material de formación denominado **La oferta exportable de bienes y servicios**, así como el material complementario **Colombia régimen cambiario**.

En esta evidencia se dan a conocer dos situaciones que debe leer con atención, analizarlas y posteriormente resolver las indicaciones propuestas en la misma.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la



herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 1: Determinar la oferta exportable teniendo en cuenta el comportamiento del mercado y los tratados internacionales vigentes / Evidencia 9: Estudio de caso “Riesgos en la negociación internacional”. **Total horas: 15, 5(D) y 10(I).**

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 10: Informe “Método de selección de ideas”**

El propósito de esta evidencia es elegir un producto o servicio para comercializar en el mercado exterior, este será el que se utilice de aquí en adelante en otras evidencias que se desarrollarán durante este proceso de formación.

El método de selección de ideas por ponderación le ayudará seleccionar sistemáticamente la mejor opción, porque como se menciona en el material que ya ha sido consultado por usted, la búsqueda de ideas no debe ser aleatoria, es decir, no puede ser espontánea, ni de inspiración y tampoco puede ser por casualidad.

Para el desarrollo de esta evidencia tenga en cuenta los siguientes pasos:

1. Desarrolle el modelo **Método selección de ideas por ponderación**, que se encuentra adjunto a esta evidencia descargable en una hoja en formato Excel la cual debe diligenciar en su totalidad.
2. Con los resultados que arroje el método de selección, elabore un informe donde indique los tres productos seleccionados y exponga porqué el producto seleccionado es la mejor opción para exportar de acuerdo a los criterios, explique cómo el método de ponderación lo ayudó a tomar esta decisión.
3. El informe debe presentarse con normas APA e incluir los siguientes puntos:
 - o Portada.



- o Tabla de contenido.
- o Introducción.
- o Cuerpo del informe.
- o Conclusiones.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 1: Determinar la oferta exportable teniendo en cuenta el comportamiento del mercado y los tratados internacionales vigentes / Evidencia 10: Informe “Método de selección de ideas”. **Total horas: 20, 4(D) y 16(I).**

- **Evidencia 11: Diagnóstico del mercado y análisis DOFA**

Las empresas de hoy se enfrentan a un mundo globalizado en el cual el entorno afecta su operación, necesitan analizar todos los factores económicos, políticos, legales, geográficos, económicos y buscar elementos que sean útiles para la empresa y determinantes en su situación competitiva, en esta evidencia se presenta una situación que requiere de la intervención de un grupo de trabajo conformado con otros dos compañeros con el fin de obtener un buen diagnóstico de mercado al producto seleccionado por usted.

Antes de iniciar este trabajo en grupo, es necesario que cada uno reconozca cómo funciona el espacio de “Grupo de trabajo” en la plataforma virtual de aprendizaje, por eso, antes de desarrollar esta evidencia, debe leer con atención el documento **Guía para una participación exitosa en un grupo de trabajo**, disponible en el material complementario, el cual explica lo siguiente:

- o Acceso a Grupo de trabajo.
- o Inscripción a un Grupo de trabajo.
- o Herramientas disponibles en el espacio del Grupo de trabajo.
- o Recomendaciones para una participación exitosa en un grupo de trabajo.

Cada uno de los integrantes de este grupo de trabajo debe asumir con responsabilidad



su rol para realizar en conjunto lo siguiente:

1. Elijan uno de los productos seleccionados para el proceso de exportación en la evidencia anterior, **Informe “Método de selección de ideas”**, y luego elaboren un documento donde realicen el diagnóstico del macroentorno teniendo en cuenta los siguientes ámbitos: económico, político, legal, demográfico, tecnológico, sociocultural, ecológicos y geográficos.
2. Luego construyan la matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) del producto seleccionado.

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tenga en cuenta las indicaciones referidas en la evidencia descargable **Pautas claves para el trabajo en grupo**.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique el documento final en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 1: Determinar la oferta exportable teniendo en cuenta el comportamiento del mercado y los tratados internacionales vigentes / Evidencia 11: Diagnóstico del mercado y análisis DOFA. **Total horas: 30, 5(D) y 25(I).**

- **Evidencia 12: Sesión virtual “My CV”**

Para nuestra vida profesional, la hoja de vida es nuestra carta de presentación inicial y una hoja de vida en inglés es el valor agregado que permite más opciones en el campo laboral, si se desea ocupar un lugar en el mercado internacional, además de esta es muy importante estar preparados para la entrevista laboral en este idioma, la práctica constante de estas preguntas permite que se sienta y se transmita más confianza hacia quien lo entrevista, lo cual genera una excelente impresión para la empresa que desee contratarle.

Teniendo en cuenta lo anterior, la esencia de esta evidencia es construir su hoja de vida en inglés y adicionalmente preparar la entrevista laboral, por lo que debe elaborar una serie de preguntas y respuestas en Inglés, enviarlas al instructor a través de la plataforma, luego presentar la entrevista en la **Sesión virtual “My CV”** con el fin de afianzar su pronunciación y el uso adecuado de la estructura para hacer preguntas. De igual manera, tenga presente que el instructor es el encargado de crear y habilitar esta sesión en línea.



Para el desarrollo de esta evidencia tenga en cuenta lo aprendido con la lectura y análisis previo del material de formación **Personal information**, en el tema titulado **Questions for a CV**, además lo realizado en la evidencia 8 de esta guía de aprendizaje.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta ofimática de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 1: Determinar la oferta exportable teniendo en cuenta el comportamiento del mercado y los tratados internacionales vigentes / Evidencia 12: Sesión virtual “My CV”. **Total horas: 15, 2(D) y 13(I).**

- **Evidencia 13: La DOFA en mi proyecto de vida**

Tomando como referencia lo aprendido sobre metodología DOFA, se aplicarán estos conceptos con el fin de analizar su propia vida en cuanto a aquellos aspectos que contribuyen o no, a llevar a cabo sus metas, sueños y expectativas.

Para el desarrollo de esta evidencia, en un documento escrito resuelva los siguientes puntos:

1. En primer lugar identifíquese como el actor principal de su vida, quién es usted en su entorno familiar, laboral y/o académico y piense en el rol que cumple actualmente en esos contextos.
2. Describa las metas, sueños y expectativas que tenga claras en este momento de su vida.
3. Analice las variables internas preguntándose y escribiendo:
 - ¿Qué fortalezas tengo como persona que contribuyen a lograr mis metas, sueños y expectativas?
 - ¿Qué debilidades tengo como persona para alcanzar mis metas, sueños y expectativas?
 - En estas preguntas tenga en cuenta aspectos de su personalidad, carácter, actitudes, forma de reaccionar y de actuar frente a las diferentes circunstancias de la vida.
4. Piense en las variables externas que pueden ser una solución o un obstáculo para su



realización personal en los diferentes ámbitos de su vida, teniendo en cuenta la conceptualización de oportunidad y amenaza señalada en el material de formación.

5. Estructure la planeación estratégica para alcanzar sus objetivos, sueños y expectativas, planteando las actividades o acciones que deba desarrollar en DO, FO, DA y FA para su proyecto de vida.
6. Finalmente identifique tres objetivos o sueños que tenga como proyecto de vida y para cada uno de estos, elabore una matriz teniendo en cuenta el modelo planteado.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 1: Determinar la oferta exportable teniendo en cuenta el comportamiento del mercado y los tratados internacionales vigentes / Evidencia 13: La DOFA en mi proyecto de vida. **Total horas: 19, 5(D) y 14(I).**

- **Evidencia 14: Ejercicio práctico “Comportamiento del mercado de capitales”**

El propósito de esta evidencia es tener las bases y argumentos suficientes para analizar y evaluar oportunidades comerciales que le permitan diseñar estrategias acordes y con ello tomar buenas decisiones al incursionar en el mercado internacional.

Teniendo en cuenta el material de formación y complementario analizado con anterioridad y con el fin de demostrar lo aprendido hasta el momento, desarrolle como ejercicio práctico lo siguiente:

1. Investigue y documéntese sobre un caso real de exportación de un producto desde Colombia hacia un país europeo, tenga en cuenta lo investigado en la **Evidencia: Tratados comerciales**.
2. Asuma que usted es el exportador y está expuesto al riesgo de transferibilidad; explique porqué se presenta este tipo de riesgo y describa detalladamente las opciones que existen para disminuirlo.
3. Posteriormente y teniendo en cuenta el punto 1, elija un producto a exportar que ya exista en el mercado europeo y demuestre cómo puede vencer los riesgos del mercado para que su producto sea elegido por encima de la competencia.
4. Indique y explique brevemente el tipo de riesgo que asume el exportador cuando el mercado colombiano sufre desequilibrios en la balanza de pagos y la divisa se



deprecia respecto a la europea.

5. Elabore para su posible comprador un pequeño resumen sobre el régimen cambiario de Colombia, con el fin de que obtenga un mayor conocimiento de la normatividad de este país, este resumen debe contener lo siguiente:

- Propósito de este régimen dentro de las negociaciones internacionales.
- Manera de evitar las sanciones cambiarias.
- Con base en directrices y categorías señaladas en el Artículo 4 de la Ley 9 de 1991, mencione cada una de las operaciones de cambio y explique de manera breve porqué deben ser canalizadas a través del mercado cambiario.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 1: Determinar la oferta exportable teniendo en cuenta el comportamiento del mercado y los tratados internacionales vigentes / Evidencia 14: Ejercicio práctico “Comportamiento del mercado de capitales”. **Total horas: 30, 4(D) y 26(I).**

3.5. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 2: Foro de “Oportunidades exportación”.	<ul style="list-style-type: none">• Selecciona las ideas de producto que respondan a las necesidades del mercado en relación con el uso y beneficio del producto, a partir de la capacidad productiva y objetivos trazados por la empresa.• Genera ideas de productos y/o servicios, teniendo en cuenta los	Lista de chequeo: Foro.



	sistemas de información provenientes de los mercados y que respondan a los objetivos propuestos por la empresa.	
Evidencia de conocimiento: Evidencia 4: Evaluación "Sectores económicos".	<ul style="list-style-type: none">• Selecciona las ideas de producto que respondan a las necesidades del mercado en relación con el uso y beneficio del producto, a partir de la capacidad productiva y objetivos trazados por la empresa.• Genera ideas de productos y/o servicios, teniendo en cuenta los sistemas de información provenientes de los mercados y que respondan a los objetivos propuestos por la empresa.	Cuestionario: Evaluación.
Evidencia de conocimiento: Evidencia 8: Evaluación "Yes/No questions and Wh-questions".	Plantea y responde preguntas sobre sí mismo.	Cuestionario: Evaluación.



Evidencia de desempeño: Evidencia 12: Sesión virtual “My CV”.	Plantea y responde preguntas sobre sí mismo.	Lista de chequeo: Sesión virtual.
Evidencia de producto: Evidencia 1: <i>Summary “Approach to diagnostics of marketing complex of industrial enterprise”.</i>	Elabora resúmenes cortos sobre textos sencillos y con contenido técnico.	Lista de verificación: Resumen.
Evidencia de producto: Evidencia 3: Taller “Análisis DOFA”.	<ul style="list-style-type: none">• Identifica e integra los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida.• Desarrolla actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal según los requerimientos del proceso formativo.	Lista de verificación: Taller.
Evidencia de producto: Evidencia 5: Estudio de caso “La importancia de aprender un idioma”.	Elabora resúmenes cortos sobre textos sencillos y con contenido técnico.	Lista de verificación: Estudio de caso.



Evidencia de producto: Evidencia 6: Ejercicio práctico “Piensa positivo”.	<ul style="list-style-type: none">• Identifica e integra los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida.• Desarrolla actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal según los requerimientos del proceso formativo.	Lista de verificación: Ejercicio práctico.
Evidencia de producto: Evidencia 7: Mapa mental “Variación de la tasa de cambio”.	<ul style="list-style-type: none">• Analiza los objetivos, las estrategias y formas de negociación internacional teniendo en cuenta el movimiento de divisas a mediano y largo plazo y el comportamiento del mercado de capitales y factores de riesgo.• Evalúa el comportamiento de los mercados financieros y monetarios, sus índices según los objetivos y estrategias de negociación y el movimiento del mercado internacional a corto, mediano y largo plazo para tomar decisiones de un negocio de acuerdo con el plan y los	Lista de verificación: Mapa mental.



	<p>objetivos de la negociación.</p> <ul style="list-style-type: none">• Verifica los procedimientos de los sistemas financieros y monetarios en los procesos de importación y exportación según las políticas del gobierno y las políticas comerciales, las tasas de cambio y los tipos de monedas, y la devaluación para la toma de decisiones de un negocio.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 9: Estudio de caso “Riesgos en la negociación internacional”.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Analiza los objetivos, las estrategias y formas de negociación internacional teniendo en cuenta el movimiento de divisas a mediano y largo plazo y el comportamiento del mercado de capitales y factores de riesgo.• Evalúa el comportamiento de los mercados financieros y monetarios, sus índices según los objetivos y estrategias de negociación y el movimiento del mercado internacional a corto, mediano y	<p>Lista de verificación:</p> <p>Estudio de caso.</p>



	<p>largo plazo para tomar decisiones de un negocio de acuerdo con el plan y los objetivos de la negociación.</p> <ul style="list-style-type: none">• Verifica los procedimientos de los sistemas financieros y monetarios en los procesos de importación y exportación según las políticas del gobierno y las políticas comerciales, las tasas de cambio y los tipos de monedas, y la devaluación para la toma de decisiones de un negocio.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 10: Informe “Método de selección de ideas”.</p>	<p>Aplica las técnicas, métodos y procedimientos de evaluación de ideas en el proceso de selección, de acuerdo con las necesidades del mercado en relación con el uso y beneficio del producto o servicio, que respondan a los objetivos de la empresa.</p>	<p>Lista de verificación:</p> <p>Informe.</p>
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 11: Diagnóstico del mercado y análisis DOFA.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Analiza las características económicas, de estabilidad política, comportamiento legal y	<p>Lista de verificación:</p> <p>Trabajo de grupo.</p>



	<p>cultural, antes de determinar la posibilidad de ingreso y definir el ambiente de un mercado que se ajuste a las políticas y objetivos de la organización.</p> <ul style="list-style-type: none">• Identifica la extensión del territorio, ubicación, clima, temperatura, fronteras, infraestructura y sistemas de comunicación para proyectar la demanda de los productos o servicios que estén acorde con la oferta y objetivos de la organización.• Identifica las oportunidades comerciales y financieras, de acuerdo con el plan de negocios, antes del ingreso a un mercado, teniendo en cuenta las normas legales vigentes y que se cumplan los objetivos de la compañía.• Identifica la reglamentación relativa al establecimiento de organizaciones locales de ventas y servicios, los requisitos de salud,	
--	--	--



	higiene, seguridad y medio ambiente de la región o país seleccionado, teniendo en cuenta los objetivos de la organización.	
Evidencia de producto: Evidencia 13: La DOFA en mi proyecto de vida.	<ul style="list-style-type: none">• Identifica e integra los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida.• Desarrolla actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal según los requerimientos del proceso formativo.	Lista de verificación: Documento escrito.
Evidencia de producto: Evidencia 14: Ejercicio práctico “Comportamiento del mercado de capitales”.	<ul style="list-style-type: none">• Analiza los objetivos, las estrategias y formas de negociación internacional teniendo en cuenta el movimiento de divisas a mediano y largo plazo y el comportamiento del mercado de capitales y factores de riesgo.• Evalúa el comportamiento de los mercados financieros y monetarios, sus índices según los objetivos y estrategias de negociación y el	Lista de verificación: Ejercicio práctico.



	<p>movimiento del mercado internacional a corto, mediano y largo plazo para tomar decisiones de un negocio de acuerdo con el plan y los objetivos de la negociación.</p> <ul style="list-style-type: none">• Verifica los procedimientos de los sistemas financieros y monetarios en los procesos de importación y exportación según las políticas del gobierno y las políticas comerciales, las tasas de cambio y los tipos de monedas, y la devaluación para la toma de decisiones de un negocio.	
--	---	--



4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	Duración (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (instructores)		Ambientes de aprendizaje tipificados
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	Escenario (Aula, laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Realizar diagnóstico del mercado nacional e internacional, teniendo en cuenta el entorno y objetivos de la empresa.	238					Tecnólogo en negociación internacional, profesional y/o tecnólogo en ingeniería industrial, ingeniería de mercados, logística, administradores de empresas, contabilidad, finanzas y ciencias afines, preferiblemente con	3	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

						especialización en logística, comercio internacional o negocios internacionales y ciencias afines.		
						Profesional en ciencias humanas.		
						Profesional en idiomas o lenguas modernas.		



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Autodiagnóstico: es la evaluación que hace una persona de sí misma para identificar sus potencialidades y dificultades al momento de alcanzar sus objetivos.

Bancoldex: es el banco de desarrollo empresarial y comercio exterior de Colombia.

Cámara de Comercio Internacional (CCI): es la única organización empresarial que representa mundialmente los intereses empresariales, se constituyó en París en 1919 y continúa teniendo su sede social en la capital francesa. Tiene personalidad propia y su naturaleza jurídica es asociativa, sus fines estatutarios básicos son actuar a favor de un comercio abierto y crear instrumentos que lo faciliten, con la firme convicción de que las relaciones económicas internacionales conduzcan a una prosperidad general y a la paz entre los países. Los miembros de la CCI son empresas que efectúan transacciones internacionales y también organizaciones empresariales. En la actualidad, las miles de empresas que agrupa proceden de más de 130 países y se organizan como comités nacionales en cerca de 80 de ellos.

Cambios demográficos: la demografía es el análisis de las comunidades humanas a partir de la estadística. El concepto procede de un vocablo griego compuesto que puede traducirse como “descripción del pueblo”. Esta disciplina estudia el tamaño, la estratificación y el desarrollo de una colectividad, desde una perspectiva cuantitativa.

Comercio internacional: del latín *commercium*, el comercio es una actividad que consiste en la compra o venta de bienes para su transformación, su reventa o su utilización. Es una transacción que implica el cambio de una cosa por otra, generalmente dinero. Internacional, por su parte, es aquello perteneciente o relativo a dos o más países o que ha trascendido las fronteras de una nación. Estas dos definiciones hacen referencia a la noción de comercio internacional, que es la actividad comercial entre dos países. En este sentido, un país exportador envía productos y/o servicios a un país importador. (Definición.de, s.f.)

Confianza en sí mismo: es creer en lo que se piensa y hace porque se tienen principios y valores positivos.

CV: hoja de vida.



Demográfico: es el estudio de la población humana y sus características, las tendencias de consumo en los hogares y las naciones.

Diseño de investigación: es la estructura o plano de ejecución que sirve para llevar a cabo el proyecto de investigación, donde se detallan los procedimientos necesarios para obtener la información requerida.

Exportación: acción de vender mercancías al exterior.

Geográfico: es la ubicación geográfica del país que sirve para determinar oportunidades de acceso a mercados internacionales.

Investigación de mercados: la investigación de mercados puede ayudar a crear el plan estratégico de la empresa, preparar el lanzamiento de un producto o soportar el desarrollo de los productos lanzados dependiendo del ciclo de vida. Con la investigación de mercados, las compañías pueden aprender más sobre los clientes en curso y potenciales.

Macroentornos: son aquellas fuerzas no controlables que se encuentran fuera de las organizaciones, además afectan la capacidad de una empresa para desarrollar operaciones, transacciones y relaciones internacionales con éxito, entre ellos están: lo sociocultural, la economía, lo político y legal, la demografía y lo geográfico.

“Matriz: sociedad que ostenta el control o dominio o poder de decisión sobre otra llamada subordinada” (Bancolombia, s.f.).

Metas personales: es lo que se debe hacer para lograr los objetivos personales.

“Negociación: es un proceso por el cual las partes interesadas resuelven conflictos, acuerdan líneas de conducta, buscan ventajas individuales o colectivas, o procuran obtener resultados que sirvan a sus intereses” (Moreno y Renner, 2007).

Objetivos personales: es la identificación de los logros que se quieren alcanzar en la vida.

Pensar positivo: es la actitud que se debe tener ante situaciones de dificultad para ponderar posibles soluciones, en lugar de dar pensamiento a lamentaciones.

Planteamiento del problema: incluye formular un objetivo, presentar modelos analíticos, formular hipótesis, identificar características o factores que puedan influir en el diseño de la investigación.

Proyecto de vida: es plasmar de manera ordenada las acciones que se deben realizar para alcanzar los sueños y los objetivos que se quieren lograr en la vida, a partir de un conjunto de valores positivos que se han integrado y jerarquizado al interior de las personas por sus



vivencias y aprendizaje.

Riesgo: es el grado de variabilidad o contingencia del retorno de una inversión. En términos generales se puede esperar que, a mayor riesgo, mayor rentabilidad de la inversión. Existen varias clases de riesgos: de mercado, solvencia, jurídico, de liquidez, de tasa de cambio y riesgo de tasa de interés. (Asobancaria, 2014)

Summary: resumen.

Wh-questions: preguntas de respuesta abierta.

Work interview: entrevista laboral.

Yes/No questions: preguntas de respuesta sí o no.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Andere, E. y Kessel, G. (1992). *México y el tratado trilateral del libre comercio: impacto sectorial*. México, México D.F.: MacGraw-Hill.
- ANDI. (2015). *Colombia balance 2015 y perspectivas 2016*. Consultado el 12 de julio de 2016, en <http://www.andi.com.co/Paginas/Index.aspx>
- Arjona, A. y Checa, J. (1998). *Las historias de vida como método de acercamiento a la realidad social*. Consultado el 14 de julio de 2016, en <http://digibug.ugr.es/>
- Asobancaria. (2014). *Riesgo*. Consultado el 14 de julio de 2016, en <http://www.asobancaria.com>
- Banco de la República. (2005). *Sectores económicos*. Consultado el 12 de julio de 2016, en <http://www.banrepcultural.org>
- Banco de la República. (s.f.). *Divisa y la tasa de cambio, constantes compañeras de nuestra vida cotidiana*. Consultado el 14 de julio de 2016, en <http://www.banrep.gov.co/>
- Bancoldex. (2006). *Colombia régimen cambiario*. Consultado el 14 de julio de 2016, en <https://www.bancoldex.com/portal/default.aspx>



- Bancolombia. (s.f.). *Matriz*. Consultado el 14 de julio de 2016, en http://www.valoresbancolombia.com/cs/Satellite?c=Page&cid=1259764072905&pagina=ValoresBancolombia%2FVB_TemplateGeneral
- Barón, J. (2002). *Las regiones económicas de Colombia: un análisis de clusters*. Consultado el 12 de julio de 2016, en <http://www.banrep.gov.co/>
- Bauer, C. (2015). *Guidelines for writing a summary with in-text citations*. Consultado el 14 de julio de 2016, en <http://www.smcvt.edu/academics/>
- Behrens, L. y Rosen, L. (2003). *Writing and reading across the curriculum*. (8ª ed.). Nueva York, Estados Unidos: Pearson Education.
- Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España. (s.f.) *¿Qué es el riesgo comercial?* Consultado el 12 de julio de 2016, en <http://www.plancameral.org/web/portal-internacional>
- Colombia.com. (s.f.) *¿Cuáles son los sectores beneficiados y perjudicados por el TLC?* Consultado el 12 de julio de 2016, en <http://www.colombia.com>
- Creative boom. (s.f.). *10 tips on writing a successful CV*. Consultado el 14 de julio de 2016, en <http://www.creativeboom.com>
- Definición.de. (s.f.). *Demografía*. Consultado el 14 de julio de 2016, en <http://definicion.de>
- El Tiempo. (2004). *El TLC es un juego de intereses difícil con reglas que usted debe conocer*. Consultado el 12 de julio de 2016, en <http://www.eltiempo.com>
- Englishclub. (s.f.). *Question types*. Consultado el 14 de julio de 2016, en <https://www.englishclub.com/>
- English Grammar. (s.f.). *Guide to English Grammar*. Consultado el 11 de julio de 2016, en <http://bluelook.net>
- Fernández, C., Llorente, A. y Pérez, E. (2007). *Economía*. Madrid, España: EDITEX S.A.
- Fourastié, J. (1956). *La gran esperanza del siglo XX 1956*. Barcelona, España: Luis Miracle.
- LanguageGuide.org. (s.f.). *Gramática*. Consultado el 11 de julio de 2016, en <http://www.languageguide.org/>



- Meléndez, I. (2016). *Cómo contribuyen los sectores económicos a la producción nacional de Colombia*. Bogotá, Colombia.
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2016). *Modelo de inteligencia de mercado*. Bogotá, Colombia: Impresol Ediciones Ltda.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). *Región Caribe*. Consultado el 14 de julio de 2016, en <http://www.mincit.gov.co>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). *Región centro-oriente*. Consultado el 14 de julio de 2016, en <http://www.mincit.gov.co>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). *Región centro-sur*. Consultado el 14 de julio de 2016, en <http://www.mincit.gov.co>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). *Región Eje Cafetero sin Antioquia*. Consultado el 14 de julio de 2016, en <http://www.mincit.gov.co>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). *Región Eje Cafetero*. Consultado el 14 de julio de 2016, en <http://www.mincit.gov.co>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). *Región Llano*. Consultado el 14 de julio de 2016, en <http://www.mincit.gov.co>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). *Región Pacífico*. Consultado el 14 de julio de 2016, en <http://www.mincit.gov.co>
- Moreno, A. y Renner, I. (2007). *Gestión integral de cuencas*. Lima, Perú: Visión PC.
- Morgan, G. (2007). *Les Luthiers - Radio Tertulia - Parte VI*. Consultado el 14 de julio de 2016, en <https://www.youtube.com>
- Palacios, L. (2010). *Dirección estratégica*. Bogotá, Colombia: D'Vinni Impresos.
- Piñeiro, L. (s.f.). *Principales riesgos de los negocios internacionales*. Consultado el 12 de julio de 2016, en <https://www.bancoldex.com>
- Portafolio. (2016). *Los 68 productos ganadores con la Alianza del Pacífico*. Consultado el 12 de julio de 2016, en <http://www.portafolio.co>
- ProColombia. (2011). *Oferta colombiana en exportaciones*. Consultado el 12 de julio de 2016, en <http://www.procolombia.co>



- ProColombia. (2012). *Inversión en el sector Agroindustrial de Colombia*. Consultado el 12 de julio de 2016, en <http://www.inviertaencolombia.com.co>
- ProColombia. (s.f.). *Inversión en el sector servicios en Colombia*. Consultado el 12 de julio de 2016, en <http://www.inviertaencolombia.com.co>
- Proexport Colombia. (2013). *Guía legal para hacer negocios en Colombia*. Bogotá, Colombia: Building a better working world.
- RCN Radio. (2015). *La industria colombiana crecerá 3,5% en 2016, estima la Andí*. Consultado el 12 de julio de 2016, en <http://www.rcnradio.com>
- Resumengenius. (s.f.). *Common Interview Questions and Answers*. Consultado el 11 de julio de 2016, en <https://resumegenius.com/>
- Rouco, A. (1997). *Economía agraria*. Murcia, España: EDITUM.
- Serrano, S. (2012). *Análisis DOFA*. Bogotá, Colombia: Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).
- Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). (s.f.). *Análisis DOFA*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Shapran, E. (s.f.). *Approach to diagnostics of marketing complex of industrial enterprise*. Lugansk, Ukraine: Ukrainian National University.
- Vargas, R. (2005). *Proyecto de vida y planeamiento estratégico personal*. Lima, Perú.
- Warp Theme Framework. (s.f.). *English Grammar*. Consultado el 11 de julio de 2016, en <http://www.mu.edu.et>

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Expertos técnicos

Adriana Milena Mesa Martínez
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío



Mayo de 2016.

Aida Carmenza Torres Vargas
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Mayo de 2016.

Ana Milena Moreno Pinilla
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Mayo de 2016.

Ismari Herrera Jerez
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Mayo de 2016.

Jairo Figueroa Chaparro
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Mayo de 2016.

Manuela Jaramillo Mejía
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Mayo de 2016.

Asesora Pedagógica
Gloria Amparo López Escudero
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Julio de 2016.

Guionista
Paola Andrea Bobadilla Gutiérrez
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Julio de 2016.



GUÍA DE APRENDIZAJE N° 2

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Programa de Formación: Tecnólogo en Negociación Internacional.		Código: 122702		
		Versión: 02		
Nombre del Proyecto: Negociación de productos colombianos basados en acuerdos internacionales.		Código: 1301046		
Fase del proyecto: Análisis.				
Actividad (es) del proyecto:	Actividad (es) de aprendizaje:	Ambiente de formación escenario	Materiales de formación	
			Devolutivo	Consumible
Realizar la investigación de mercados con base en el producto o servicio objeto de negociación.	Analizar el comportamiento del mercado potencial según la oferta y la demanda.	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.	(Herramienta – equipo).	(Unidades empleadas durante el programa).
Resultados de Aprendizaje: 260101011-03: Evaluar las ideas de los productos y servicios frente a las necesidades y requerimientos establecidos en el estudio de mercado, teniendo en cuenta las necesidades, requerimientos, ajustando las ideas a los		Competencia: 260101011: Determinar oportunidades de mercado de acuerdo con las tendencias del entorno y los objetivos de la empresa.		



mercados a partir del análisis de las variables del entorno y las barreras de entrada tarifarias y no tarifarias, que se ajusten a las necesidades y políticas de la organización.	
<p>260101027-01: Clasificar los datos obtenidos mediante la asignación de números de formularios de estudio y códigos, según respuestas de los diferentes ítems de acuerdo con las variables y parámetros requeridos en la investigación.</p> <p>260101027-02: Procesar el conjunto de datos con el apoyo de tecnologías de la información teniendo en cuenta la amplitud, profundidad de contenidos, el problema y objetivos de investigación según el plan esquema básico de publicación de resultados.</p> <p>260101027-03: Registrar la información apoyado por tecnologías de información aplicando el inglés al manejo informático de datos dentro del tiempo establecido según el plan de investigación y los resultados obtenidos.</p> <p>260101027-04: Analizar la información a partir del desarrollo de elementos de lógica matemática y la aplicación de métodos de inferencia estadística para proyectar los datos cuantitativos según técnicas proyectivas.</p>	<p>260101027: Procesar la información recolectada de acuerdo con los manuales de manejo de información.</p>
<p>240201500-02: Asumir actitudes críticas, argumentativas y propositivas en función de la resolución de problemas de carácter productivo y social.</p>	<p>240201500: Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.</p>



240201501-04: Encontrar información específica y predecible en escritos sencillos y cotidianos.	240201501: Comprender textos en inglés en forma escrita y auditiva.
240201502-02: Identificar formas gramaticales básicas en textos y documentos elementales escritos en inglés.	240201502: Producir textos en inglés en forma escrita y oral.
Duración de la guía (en horas):	255 horas.

2. INTRODUCCIÓN

La naturaleza cada vez más global de los mercados y la competencia han incrementado la necesidad de realizar investigación de mercados en entornos internacionales, adquiriendo importancia el conocimiento del conjunto de características que presentan los mercados para incursionar en los mismos con garantías y posibilidades de éxito, evitando la pérdida de esfuerzos y recursos.

Conducir la investigación del marketing internacional es mucho más complejo que la investigación de mercados al interior de un país, sin embargo, los pasos para la investigación de mercados son aplicables en la investigación de mercados internacionales, puesto que el ambiente que prevalece en los países, las unidades culturales y los mercados internacionales son considerados en ambas. Para tener un acercamiento con el mercado meta al cual quiere incursionar, es recomendable realizar un análisis sobre las estadísticas comerciales de las exportaciones e importaciones, los índices de precios, los socios comerciales y los canales de comercialización; también es necesario incluir los ambientes comerciales, gubernamentales, legales, económicos, estructurales, informativos, tecnológicos y socioculturales de los países.

Por otro lado, una organización está compuesta por individuos y el conflicto es inherente al ser humano; entonces la presencia de conflictos y su solución funcional y constructiva genera un aprendizaje personal, grupal y organizacional. Sin dejar de lado el papel que desempeña el uso del inglés en el manejo y registro de datos con la ayuda de la tecnología.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 255 horas, correspondientes a un 20% de horas Directas (**D**), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80% de horas Independientes (**I**), que hacen referencia a trabajo autónomo a



realizar por parte del aprendiz.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario revisar el material de formación, explorar los materiales de apoyo y efectuar consultas en internet.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentra en la siguiente ruta: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 2: Analizar el comportamiento del mercado potencial según la oferta y la demanda. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia: Efectos de la economía colombiana en los mercados internacionales**

Antes de comenzar con este proceso de formación, le invitamos a reflexionar sobre lo siguiente:

Las nuevas tecnologías permiten que las empresas puedan realizar investigaciones, midiendo el nivel de actividad de las redes sociales, estas se han convertido en una herramienta importante que brinda la oportunidad a las empresas de obtener información y datos estadísticos sobre los mercados y adquirir un conocimiento más ajustado de lo que piensan las personas.

Teniendo en cuenta el texto anterior, reflexione sobre las siguientes preguntas:

- o ¿Ha respondido alguna vez una encuesta?
- o ¿Para qué tipo de producto o servicio?
- o ¿Conocía el objetivo del estudio?
- o ¿Fue totalmente honesto al responderla?
- o ¿Considera que la gente se comporta de la misma manera cuando responde una encuesta que al sostener una conversación con amigos, compañeros del trabajo o en el anonimato de un foro?



Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 2, por lo tanto no es calificable.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

- **Evidencia: Cambio de nombre**

El propósito de esta evidencia es contextualizarlo sobre la importancia de conocer el mercado al que oferta sus productos o servicios, garantizando así mayores probabilidades de éxito para la empresa.

Lea y analice el siguiente caso:

En 1985 Coca-Cola Company cometió un error de marketing garrafal. Tras 99 años de éxito, la empresa abandonó su fórmula original de la bebida, apareciendo en su lugar la Nueva Coca-Cola, con un sabor más dulce y suave.

Al principio se vendió bien, sin embargo, las ventas pronto se ralentizarían cuando el público empezó a reaccionar. La empresa empezó a recibir sacos de cartas y más de 1500 llamadas diarias de consumidores enfadados.

Existía la amenaza de recibir demandas si no se volvía a la antigua fórmula. Tras 3 meses, la empresa resucitó al antiguo refresco, recibiendo el nombre de Coca-Cola Clásica y compartiéndolo con la Nueva Coca-Cola. A finales de ese año, las ventas de Coca-Cola Clásica desbancaban a las de la nueva en una proporción de 2 contra 1. La Coca-Cola Clásica volvió a ser la principal bebida refrescante líder del país.

A principios de los 80, aun siendo Coca-Cola el refresco líder, estaba perdiendo cuota de mercado frente a Pepsi. Coca-Cola tenía que hacer algo, porque la tendencia era que Pepsi acabara siendo líder si todo seguía así.

La empresa inició un estudio de productos colosal, con más de 200.000 catas y



30.000 sólo sobre la fórmula definitiva, obteniéndose unos resultados que revelaban que el 60% de consumidores preferían la Nueva Coca-Cola antes que la antigua, y el 52% la preferían antes que Pepsi. Los estudios revelaban que la Nueva Coca-Cola sería un éxito.

Este estudio únicamente se centraba en el sabor, pero no abordaba los sentimientos de los consumidores respecto a abandonar la antigua Coca-Cola y sustituirla por la nueva versión. No prestaron ninguna atención a los valores intangibles, como el nombre, la historia, el embotellado, el legado cultural y la imagen.

Para muchos, Coca-Cola se sitúa a la altura del beisbol y de los perritos calientes en EEUU como instituciones de dicho país: representan la esencia de los EEUU. El significado simbólico de Coca-Cola resultó para muchos consumidores más importante que su sabor. Esto es lo que la investigación de mercados no detectó, las fuertes emociones vinculadas a la marca.

Además, parece que los resultados obtenidos no se interpretasen de la forma adecuada. Si se obtuvo que el 60% prefería la Nueva Coca-Cola, eso significa que el 40 restante seguiría con la antigua y, al eliminar la Coca-Cola Tradicional, la empresa estaba pisoteando el gusto de los bebedores del refresco tradicional que no deseaban tal cambio. (Kotler y Armstrong, 2003)

Teniendo en cuenta el texto anterior y sus conocimientos sobre marketing, a manera de enriquecimiento personal analice y responda las siguientes preguntas:

- o ¿Cuál considera que fue el posible error cometido por Coca-Cola, al querer cambiar la fórmula de su producto insignia?
- o Según su criterio ¿cuáles aspectos a considerar eran los más adecuados antes de realizar este cambio?
- o ¿Considera que los resultados obtenidos en el estudio de productos estuvieron bien interpretados?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la



Actividad de aprendizaje 2, por lo tanto no es calificable.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 1: Barreras de ingreso a los mercados**

Dentro de los factores a considerar para la selección de un nuevo mercado, se incluyen las barreras de entrada al país (que pueden ser de tipo tarifario y no tarifario), ya que a pesar del desarrollo del comercio internacional y de la globalización, sigue siendo un recurso muy utilizado por los diferentes países para equilibrar la balanza comercial y proteger algunos sectores productivos.

El propósito de esta evidencia es identificar este tipo de barreras antes del ingreso a un mercado, ya que se hace indispensable para conocer la incidencia que las posibles regulaciones tendrán sobre los productos o servicios a comercializar.

Para dar cumplimiento a esta evidencia consulte el material de formación denominado **El comportamiento del mercado**, correspondiente a esta actividad de aprendizaje y adicionalmente el siguiente material complementario: **Barreras en mercados exteriores**.

Posteriormente y basados en dicho material, analice el texto que se encuentra en la evidencia descargable y resuelva las preguntas allí planteadas.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 2: Analizar el comportamiento del mercado potencial según la oferta y la demanda / Evidencia 1: Barreras de ingreso a los mercados. **Total horas: 10, 2(D) y 8(I).**



- **Evidencia 2: Workshop “Products and services”**

La lectura es una de las habilidades más utilizadas en el mundo, pero a la vez es la menos motivante, dado que en ocasiones hay textos muy extensos y con vocabulario complejo que dificulta su comprensión y le resta interés al texto; afortunadamente existen nuevos métodos que facilitan obtener la información necesaria y con ello aumentar el léxico personal.

En este orden de ideas y con la finalidad de cumplir con el propósito de esta evidencia, consulte el material complementario denominado ***Integration of products and services***.

Luego de esta consulta, resuelva el taller sobre comprensión lectora que encuentra en la evidencia descargable.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 2: Analizar el comportamiento del mercado potencial según la oferta y la demanda / Evidencia 2: Workshop “Products and services”. **Total horas: 22, 3(D) y 19(I).**

- **Evidencia 3: Ejercicio práctico “Evaluar mercados potenciales”**

A la hora de definir los mercados de destino más adecuados para el producto o servicio objeto de una negociación internacional, deben tomarse en cuenta diferentes elementos claves en la determinación del mercado, aspectos como: el riesgo, la competencia, los recursos, entre otros.

El desarrollo de esta evidencia le permitirá empezar a medir la dimensión y la potencialidad de un mercado, por esto debe consultar el material de formación denominado **El comportamiento del mercado**, perteneciente a esta actividad de aprendizaje y luego con su grupo de trabajo creado en la actividad de aprendizaje 1 y con el cual debe desarrollar todas la evidencias grupales que se presenten durante este programa de formación, desarrollen el siguiente ejercicio práctico:

1. Identifiquen tres países que consideren como mercados potenciales para la comercialización del producto o servicio previamente determinado en la **Evidencia 11: Diagnóstico del mercado y análisis DOFA**, de la actividad de aprendizaje 1, también tengan en cuenta los países pertenecientes a los diferentes tratados suscritos o vigentes actualmente en Colombia y que fueron material de estudio en la actividad de



aprendizaje anterior.

2. Evalúen a cada país, aplicando los criterios directos e indirectos sugeridos en la tabla denominada **Criterios utilizados para la preselección de un mercado** que se encuentra en el tema 4. **Cómo elegir un destino de exportación** del material de formación consultado.
3. Posteriormente planteen mínimo cinco criterios adicionales a los expuestos en la tabla del material de formación y aplíquenlos para la preselección del país de mercado potencial.
4. Analicen los resultados de la aplicación de los criterios y definan cuál sería el país mercado con mayor potencial para realizar la exportación de su producto o servicio; tenga en cuenta que este país destino de la exportación se seguirá trabajando a lo largo de este programa de formación.
5. Finalmente, soporten todo el ejercicio en un documento escrito donde además presenten las conclusiones del ejercicio y el país seleccionado para exportar el producto o servicio elegido.

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique el documento escrito en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 2: Analizar el comportamiento del mercado potencial según la oferta y la demanda / Evidencia 3: Ejercicio práctico “Evaluar mercados potenciales”.
Total horas: 10, 4(D) y 6(I).

- **Evidencia 4: Propuesta “Planeación para investigación de mercados”**

Toda investigación de mercados debe iniciar con un esquema básico que le permita determinar la finalidad de la investigación y los recursos necesarios para desarrollarla, por lo tanto, la presente evidencia tiene como finalidad determinar las variables relacionadas a la etapa de planeación del proceso de investigación de un mercado, planteando el problema base de la investigación, los objetivos y la manera en que se



obtendrá la información como plataforma para estructurar las demás fases investigativas.

Después de leer el material de formación correspondiente a esta actividad de aprendizaje y tomando como referencia el producto o servicio a exportar elegido con anterioridad y que será objeto de la negociación internacional, elabore con su grupo de trabajo una propuesta de planeación de investigación de mercados, que contenga lo siguiente:

1. Título de la investigación.
2. Definición del problema (plantear el problema que se abordará en la investigación).
3. Objetivos y alcance de la investigación.
4. Planteamiento de la hipótesis.
5. Esquema o diseño de la investigación.
6. Utilizar fuentes de datos primarias y secundarias para resolver el problema de investigación.
7. Metodología de investigación a implementar: fuentes, técnicas y tipos de datos a utilizar (debe contener una breve explicación de cómo se recolectarán los datos, cuáles serán las formas de recopilación, entre otros).
8. Recurso humano requerido para la investigación.
9. Fases del estudio.
10. Tiempo requerido para la investigación por cada una de las fases.

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique la propuesta en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 2: Analizar el comportamiento del mercado potencial según la



oferta y la demanda / Evidencia 4: Propuesta “Planeación para investigación de mercados”. **Total horas: 30, 5(D) y 25(I).**

- **Evidencia 5: Plan de muestreo “Recolección de información”**

La encuesta constituye el término medio entre la observación y la experimentación; esta sirve para conocer la opinión y sus comportamientos, de igual manera debe ser analizada, editada y codificada para lograr no solo que los datos estén completos, sean confiables y legibles, sino que cada una de las respuestas cuente con un indicador numérico que permita su tabulación y graficación.

En esta evidencia se tiene la oportunidad de realizar una investigación concreta, en la que puede medirse los aspectos de un diseño metodológico como son: la población, las características que deben poseer los elementos para formar parte del estudio, el número de elementos que conforman la población, si este número se conoce con certeza o se puede estimar, el tipo de muestreo y la técnica utilizada, el tamaño de la muestra y el error de muestreo establecido.

Para dar cumplimiento al objetivo de esta evidencia, consulte el material de formación **El comportamiento del mercado**, así como los materiales complementarios que se relacionan a continuación:

- o ¿Cómo elaborar encuestas?
- o Técnicas de muestreo y determinación del tamaño de la muestra en investigación cuantitativa.
- o Ejecución de la investigación de mercados.

Luego de estas lecturas y con su grupo de trabajo realicen lo siguiente:

1. Tomen como referencia el resultado obtenido en la **Evidencia 3: Ejercicio práctico “Evaluar mercados potenciales”** de esta guía de aprendizaje, después diseñen y formulen, la encuesta que les permita medir el grado de aceptación del producto o servicio dentro del país elegido.
2. Planteen los objetivos que esperan alcanzar con esta encuesta.
3. Elaboren el plan de muestreo y determinen el tamaño de la muestra.
4. Apliquen la encuesta a la población objetivo (mínimo 20 encuestas).



5. Posterior a la aplicación de las encuestas, realicen la validación, edición y codificación de los resultados de las mismas.

6. En un documento recopilen el desarrollo de todos los puntos solicitados en esta evidencia, incluyendo fotografías (si las tienen) que demuestren la aplicación de la encuesta.

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique el plan de muestreo en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 2: Analizar el comportamiento del mercado potencial según la oferta y la demanda / Evidencia 5: Plan de muestreo “Recolección de información”. **Total horas: 30, 8(D) y 22(I).**

- **Evidencia 6: Estudio de caso “Solución de conflictos grupales”**

La presencia de conflictos en las empresas y la búsqueda de soluciones funcionales y constructivas generan un aprendizaje personal, grupal y organizacional; concebir el conflicto como algo positivo y remediarlo de manera acertada y cooperativa, constituye una experiencia formativa proactiva.

El manejo de situaciones de conflictos está determinada por el interés propio y la relación entre las partes, por lo tanto, es importante alcanzar conocimientos básicos en la búsqueda de habilidades para confluir los intereses de las partes con los propios, por lo tanto, con esta evidencia se espera que adquiera habilidades para analizar, argumentar y resolver conflictos mediante el uso de la racionalidad en los contextos productivos y sociales.

Para desarrollar esta evidencia es importante la lectura y el análisis previo del material de formación denominado **Solución de conflictos**, perteneciente a esta actividad de aprendizaje, posteriormente consulte la evidencia descargable donde encuentran los diferentes puntos de vista de cada uno de los gerentes de las áreas de venta, producción y publicidad de una empresa que produce refrescos y los distribuye en los mercados internacionales de la zona caribe y que no ha alcanzado los niveles de ventas



esperados; posteriormente a este análisis, elabore una propuesta o una agenda de trabajo donde se planteen diferentes actividades, debidamente justificadas para solucionar el conflicto con las características que en la evidencia le indican.

La propuesta debe contener:

- o Título.
- o Introducción.
- o Análisis de la situación de conflicto entre los gerentes de área.
- o Actividades a desarrollar para solucionar el conflicto.
- o Justificación de cada una de las actividades a desarrollar para solucionar el conflicto.
- o Descripción de cómo se van a desarrollar cada una de las actividades.
- o Conclusiones.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 2: Analizar el comportamiento del mercado potencial según la oferta y la demanda / Evidencia 6: Estudio de caso “Solución de conflictos grupales”.

Total horas: 48, 10(D) y 38(I).

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 7: Informe “Variables de la investigación”**

Tabular es la forma más exacta de presentar la información y al graficarla proporciona una comprensión más rápida de los datos arrojados.



Por lo anterior, la finalidad de esta evidencia es construir un informe con la interpretación de los resultados arrojados en la **Evidencia 5: Plan de muestreo “Recolección de información”** donde aplicaron la encuesta a la población objeto de la investigación, por lo tanto desarrolle esta evidencia nuevamente con su grupo de trabajo.

Este informe debe incluir lo siguiente:

- o Propósito del informe.
- o Soportes del trabajo de aplicación de encuestas realizado (imágenes, audio o video).
- o Descripción de la ejecución de la aplicación de las encuestas.
- o Resultados obtenidos en la recolección de la información.
- o Análisis de la comparación de resultados arrojados con el plan de muestreo y los objetivos propuestos.
- o Aspectos positivos a destacar.
- o Aspectos negativos a tener en cuenta.
- o Tabulación y gráficos con resultados de la recolección de la información.
- o Conclusiones (estas deben presentarse tanto en inglés como en español).
- o Anexos (incluir encuestas diligenciadas).

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique el informe en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 2: Analizar el comportamiento del mercado potencial según la oferta y la demanda / Evidencia 7: Informe “Variables de la investigación”. **Total horas: 50, 15(D) y 35(I).**



- **Evidencia 8: Video “My job”**

Para presentar las conclusiones de un reporte o informe, no solo debe ser escrito sino sustentado, ya que se pueden aclarar dudas en el momento de su presentación; tenga en cuenta que la clave de tener una buena fluidez verbal en inglés consiste en la práctica constante de este idioma.

Teniendo en cuenta lo anterior, el propósito de esta evidencia es perfeccionar su pronunciación en inglés, por lo tanto, elabore un video donde exponga en inglés el informe realizado en la evidencia anterior.

Envíe al instructor el video o el enlace de este con el desarrollo de la evidencia a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 2: Analizar el comportamiento del mercado potencial según la oferta y la demanda / Evidencia 8: Video “My job”. **Total horas: 25, 2(D) y 23(I).**

- **Evidencia 9: Sesión virtual “Sustentación de resultados”**

El análisis de los resultados permite deducir con éxito la viabilidad del proceso de investigación de mercados y tener claridad sobre el grado de aceptación del producto dentro del país, con el fin de conducir la oferta comercial exportable.

Por lo anterior, con su grupo de trabajo, condensen en una presentación los resultados del proceso de investigación de mercados desarrollado durante el transcurso de esta actividad de aprendizaje y establecer si el producto o servicio objeto de la oferta internacional, tendrá aceptación en el mercado del país objetivo y sustentar su respuesta con los resultados arrojados, por lo tanto, apóyense para esta presentación en las siguientes evidencias:

- o Evidencia 3: Ejercicio práctico “Evaluar mercados potenciales”.
- o Evidencia 4: Propuesta “Planeación para investigación de mercados”.
- o Evidencia 5: Plan de muestreo “Recolección de información”.

Compartan la presentación en la sesión virtual “Sustentación de resultados” y expónganla a su instructor y grupo de compañeros. Recuerde que el instructor es el encargado de crear y habilitar esta sesión en línea.



Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique la presentación en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Análisis / Actividad de aprendizaje 2: Analizar el comportamiento del mercado potencial según la oferta y la demanda / Evidencia 9: Sesión virtual “Sustentación de resultados”. **Total horas: 30, 2(D) y 28(I).**

3.5 Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 1: Barreras de ingreso a los mercados.	<ul style="list-style-type: none">• Evalúa las ideas de los productos y servicios frente a las necesidades y requerimientos establecidos en el estudio de mercado, teniendo en cuenta las necesidades, requerimientos, políticas y objetivos determinados por la empresa.• Ajusta las ideas a los mercados a partir del análisis de las variables del entorno y las barreras de entradas tarifarias y no tarifarias, que se ajusten a las necesidades y políticas de la organización.	Cuestionario: Cuestionario.



	<ul style="list-style-type: none">• Identifica las barreras de entradas tarifarias y no tarifarias, considerando una región o país como mercado potencial de los productos o servicios que sean de interés y se encuentren dentro de los objetivos de la empresa.• Evalúa los mercados aplicando las técnicas, variables y criterios de investigación de mercados, teniendo en cuenta las normas vigentes del país y que se ajusten a las necesidades y objetivos de la empresa.	
Evidencia de desempeño: Evidencia 8: Video “My job”.	Escribe o presenta descripciones de sí mismo, su profesión y su entorno.	Lista de chequeo: Video.
Evidencia de desempeño: Evidencia 9: Sesión virtual “Sustentación de resultados”.	Interpreta el resultado del comportamiento de los datos mediante la aplicación del análisis estadístico de los resultados de las variables para la toma de decisiones.	Lista de chequeo: Sesión virtual.
Evidencia de producto:	<ul style="list-style-type: none">• Puede extraer información adecuada y	Lista de verificación:



Evidencia 2: <i>Workshop</i> “Products and services”.	precisa, y tomar nota de una conversación, programa, clase, etc.; referido a su profesión. • Puede completar frases basado en información leída previamente en un texto.	Taller.
Evidencia de producto: Evidencia 3: Ejercicio práctico “Evaluar mercados potenciales”.	 • Evalúa las ideas de los productos y servicios frente a las necesidades y requerimientos establecidos en el estudio de mercado, teniendo en cuenta las necesidades, requerimientos, políticas y objetivos determinados por la empresa. • Ajusta las ideas a los mercados a partir del análisis de las variables del entorno y las barreras de entradas tarifarias y no tarifarias, que se ajusten a las necesidades y políticas de la organización. • Identifica las barreras de entradas tarifarias y no tarifarias, considerando una región o país como mercado potencial de los productos o servicios que sean de interés y se encuentren dentro de los objetivos de la empresa.	Lista de verificación: Ejercicio práctico.



	<ul style="list-style-type: none">• Evalúa los mercados aplicando las técnicas, variables y criterios de investigación de mercados, teniendo en cuenta las normas vigentes del país y que se ajusten a las necesidades y objetivos de la empresa.	
Evidencia de producto: Evidencia 4: Propuesta “Planeación para investigación de mercados”.	Clasifica los ítems en categorías mediante la escala e instrumento apropiado considerando su validez, confiabilidad y factibilidad, teniendo en cuenta la asignación de códigos a factores y variables según la naturaleza de los datos.	Lista de verificación: Propuesta.
Evidencia de producto: Evidencia 5: Plan de muestreo “Recolección de información”.	Determina los elementos de un resumen de datos mediante la aplicación de formatos y tablas de frecuencias, teniendo en cuenta el plan de tabulación y la codificación asignada para el análisis de la información según la necesidad de la organización.	Lista de verificación: Plan de muestreo.
Evidencia de producto: Evidencia 6: Estudio de caso “Solución de conflictos	<ul style="list-style-type: none">• Analiza de manera crítica las situaciones pertinentes que contribuyen a la	Lista de verificación: Estudio de caso.



grupales”.	<p>resolución de problemas, según los requerimientos de los contextos productivos y sociales.</p> <ul style="list-style-type: none">• Resuelve conflictos mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y la asertividad.• Argumenta y acoge objetivamente los criterios que contribuyen a la resolución de problemas, según requerimientos del proceso formativo en función de las demandas concretas de los contextos productivos y sociales.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 7: Informe “Variables de la investigación”.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Construye variables de forma lógica a partir de las ya existentes, mediante la aplicación de conectores lógicos y argumentos válidos dentro del contexto de la lógica matemática para analizar la información.• Aplica el idioma inglés y español apoyado en la interpretación del software estadístico y en la generación de documentos y archivos, teniendo en cuenta los	<p>Lista de verificación:</p> <p>Informe.</p>



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

	<p>requerimientos de la organización.</p> <ul style="list-style-type: none">• Fracciona la información considerando el comportamiento de las variables cuantitativas, según la medida de tendencia central requerida para el análisis de la investigación.	
--	--	--



4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	Duración (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (instructores)		Ambientes de aprendizaje tipificados
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	Escenario (Aula, laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Realizar la investigación de mercados con base en el producto o servicio objeto de negociación.	255					Tecnólogo en negociación internacional, profesional y/o tecnólogo en ingeniería industrial, ingeniería de mercados, logística, administradores de empresas, contabilidad, finanzas y ciencias afines, preferiblemente con	3	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

						especialización en logística, comercio internacional o negocios internacionales y ciencias afines.		
						Profesional en ciencias humanas.		
						Profesional en idiomas o lenguas modernas.		



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Bussines report: reporte de negocios.

Canal: es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran.

Capital: es la suma de todos los recursos, bienes y valores movilizados para la constitución y puesta en marcha de una empresa. Es su razón económica. Cantidad invertida en una empresa por los propietarios, socios o accionistas” (Bancolombia, s.f.).

Client: Cliente.

Conflicto: es una situación en la que dos o más individuos con intereses contrapuestos o diferentes, entran en confrontación, oposición y emprenden acciones mutuamente antagonistas con el propósito de neutralizar e imponerse a la contraparte.

Datos primarios: se originan por el propósito específico de la investigación para atender el problema que se enfrenta, pueden ser costosos y requieren tiempo.

Datos provisionales: información no definitiva suministrada por el exportador en la SAE, en los casos permitidos en la norma, en espera de ser confirmados o suministrados de manera definitiva, mediante la presentación de la Declaración de Exportación” (Gestión global, 2016).

Datos secundarios: son aquellos que ya se han recolectado para fines distintos al problema que se enfrenta. Estos datos se pueden obtener de manera rápida y poco costosa” (Malhotra, 2004).

Demografía: la demografía es el análisis de las comunidades humanas a partir de la estadística. El concepto procede de un vocablo griego compuesto que puede traducirse como “descripción del pueblo”. Esta disciplina estudia el tamaño, la estratificación y el desarrollo de una colectividad, desde una perspectiva cuantitativa. (Definición.de, 2008)

DIAN: la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, es la entidad encargada de garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias en Colombia; además facilita las operaciones de comercio internacional del país.



Diseño de investigación: es la estructura o plano de ejecución que sirve al momento de llevar a cabo el proyecto de investigación, detalla los procedimientos necesarios para obtener la información requerida.

Encuesta: es un instrumento que contiene una secuencia de preguntas relacionadas con un tema de investigación, pero la forma de plantearlas y el mecanismo utilizado para registrar las respuestas conforman la escala de medida.

Estrategia: conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión.

Información: es un conjunto organizado de datos procesados que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que lo recibe.

Investigación cualitativa: tiene como objetivo facilitar o proporcionar información de grupos reducidos de personas que no son representativos de la población objeto de estudio, por lo tanto, no se trata de realizar análisis numéricos que sean estadísticamente significativos, sino que la finalidad principal es conocer y comprender las actividades, las opiniones, los hábitos y motivaciones de las personas.

Investigación cuantitativa: el objetivo de la investigación cuantitativa es recoger información primaria para estudiar qué cantidad de elementos de una población poseen una determinada característica, cuántos son consumidores o tienen establecimientos que siguen unas determinadas estrategias, entre otros. Estas técnicas trabajan con grupos relativamente grandes de elementos y persiguen en todo momento, extraer datos que sean representativos estadísticamente de la población objeto de estudio.

Investigación de mercados: es el proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia como los clientes, los competidores y el mercado.

Mediación: es un proceso confidencial y voluntario de resolución de conflictos donde un tercero, el mediador, de forma neutral e imparcial, ayuda a las personas implicadas a comunicarse entre sí de una forma adecuada y positiva con el fin de alcanzar acuerdos satisfactorios y aceptados por todos los participantes. (Pastor, Escobar, Mayoral y Ruiz, 2015)

Medición: asignación de números u otros signos a las características de los objetos, de acuerdo con ciertas reglas.



Muestra: población o mercado meta sobre el que se aplican los instrumentos de investigación.

Negociación: es un esfuerzo de interacción orientado a generar beneficios; sus objetivos pueden ser resolver puntos de diferencia, ganar ventajas para una persona o grupo, diseñar resultados para satisfacer varios intereses, mejorar situaciones actuales, resolver conflictos o llegar a un punto neutral.

Relaciones humanas: es el nombre dado al conjunto de interacciones que se da en los individuos que pertenecen a una sociedad, la cual tiene grados de órdenes jerárquicos. Las relaciones humanas se basan principalmente en los vínculos existentes entre los miembros de la comunidad.

Report: Reporte.

Resolución de conflictos: es el conjunto de conocimientos y habilidades para comprender e intervenir en la solución pacífica y no violenta de los conflictos.

Scanning: escanear una lectura en busca de palabras claves.

Skimming: echar una ojeada a una lectura.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Airola, A., Hawkins, J., Huotilainen, S. y Stenroos, A. (2000). *How to write a report*. Paris, Francia: Universidad de Mompelier.
- Bancolombia. (s.f.). *Valores Bancolombia*. Consultado el 25 de julio de 2016, en <http://www.valoresbancolombia.com>
- Banz, C. (2008). *Aprender a resolver conflictos de forma colaborativa y autónoma: un objetivo educativo fundamental*. Consultado el 20 de mayo de 2016, en <http://www.educarchile.cl>
- Cantoni, N. (2009). Técnicas de muestreo y determinación del tamaño de la muestra en investigación cuantitativa. *Revista Argentina de Humanidades y Ciencias Sociales*, 7(2), 1-10.
- Chisnall, P. (1999). *La esencia de la investigación de mercados*. México, México D.F.: Prentice Hall Hispanoamericana.



- Definición.de. (2008). *Demografía*. Consultado el 25 de julio de 2016, en <http://definicion.de/>
- Departamento de enseñanza de Cataluña. (s.f.) *¿Cómo elaborar encuestas?* Madrid, España: Autor.
- Dirección General de Comercio Exterior e Inversiones. (2015). Barreras en mercados exteriores. *En portada*, 3061, 3-25.
- Domínguez, R. (s.f.). *Ejecución de la investigación de mercados*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Education and Training. (s.f.). *Reading comprehension*. Consultado el 19 de julio de 2016, en <http://www.education.vic.gov.au>
- El 42% de las firmas, afectadas por medidas no arancelarias. (2015, 06 de Marzo). *Portafolio*.
- European Commission. (2015). *Integration of products and services*. Consultado el 25 de julio de 2016, en <http://ec.europa.eu/epsc/>
- Ewiss, J., Weiss, L. y Silver, J. (2016). *Easy EMG*. (2ª ed.). Nueva York, Estados Unidos: ELSEVIER.
- García, F. (1992). *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación*. Madrid, España: Alianza Universidad.
- Gestión global. (2016). *Glosario*. Consultado el 25 de julio de 2016, en <http://www.gestionglobalacq.com/>
- González, Y. (2010). El conflicto organizacional: una solución constructiva. *Revista Pensando Psicología*, 6(11), 11-27.
- Hair, J. (2010). *Investigación de mercados*. Madrid, España: McGraw-Hill Interamericana.
- Hand in Hand Education. (2016). *5 Types of Reading Comprehension*. Consultado el 19 de julio de 2016, en <http://www.handinhandhomeschool.com>
- IBM. (2012). *Guía breve de IBM SPSS Statistics 21*. Nueva York, Estados Unidos: Autor.
- Instituto de Tecnologías Educativas. (2016a). *Gráficos de líneas*. Consultado el 21 de



julio de 2016, en <http://educalab.es/intef>

- Instituto de Tecnologías Educativas. (2016b). *Gráficos de círculos*. Consultado el 21 de julio de 2016, en <http://educalab.es/intef>
- Instituto de Tecnologías Educativas. (2016c). *Gráficos de barras*. Consultado el 21 de julio de 2016, en <http://educalab.es/intef>
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. (6ª ed.). México, México D.F.: Pearson Education.
- Kotler, P., y Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. (14ª ed.). México, México D.F.: Pearson Education.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados*. (4ª ed.). México, México D.F.: Pearson Education.
- Mochón, F. (2012). *Principios de economía*. (4ª ed.). Madrid, España: McGraw-Hill.
- Muñoz, R. (2016). *Proceso de investigación de mercados*. Consultado el 21 de julio de 2016, en <http://www.marketing-xxi.com>
- Nagy, J. y Wolff, R. (2013). *Caja de herramientas comunitarias, Capacitar para la resolución de conflictos*. Consultado el 06 de Agosto de 2016, en <http://ctb.ku.edu/es>
- Orozco, A. (1999). *Investigación de mercados, concepto y práctica*. Bogotá, Colombia: Norma S.A.
- Pastor, A., Escobar, D., Mayoral, E. y Ruiz, F. (2015). *Comunicación y sociedad II*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Reading and Study Skills Lab. (s.f.). *Skimming and Scanning*. Consultado el 19 de julio de 2016, en <https://www.aacc.edu>
- Universidad ICESI. (2009). *Barreras al comercio*. Consultado el 21 de julio de 2016, en <https://www.icesi.edu.co>
- Universidad Interamericana para el Desarrollo. (s.f.). *Investigación de mercados*. México, México D.F.: Autor.
- Whitehead, A. (1967). *The aims of education*. Nueva York, Estados Unidos: The Free Press.



7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Expertos técnicos

Adriana Milena Mesa Martínez
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Junio de 2016.

Aida Carmenza Torres Vargas
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Junio de 2016.

Ismari Herrera Jerez
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Junio de 2016.

Jairo Figueroa Chaparro
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Junio de 2016.

Manuela Jaramillo Mejía
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Junio de 2016.

Asesora Pedagógica

Gloria Amparo López Escudero
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Julio de 2016.

Guionista

Paola Andrea Bobadilla Gutiérrez
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Julio de 2016.



GUÍA DE APRENDIZAJE N° 3

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Programa de Formación: Tecnólogo en Negociación Internacional.		Código: 122702		
		Versión: 02		
Nombre del Proyecto: Negociación de productos colombianos basados en acuerdos internacionales.		Código: 1301046		
Fase del proyecto: Planeación.				
Actividad (es) del proyecto:	Actividad (es) de aprendizaje:	Ambiente de formación escenario	Materiales de formación	
			Devolutivo (Herramienta – equipo).	Consumible (Unidades empleadas durante el programa).
Elaborar plan de mercadeo según segmentación del mercado.	Segmentar el mercado según características de los consumidores.	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.		
Resultados de Aprendizaje: 260101001-01: Realizar la segmentación a partir de características psicográficas, demográficas, culturales, geográficas, psicológicas y socioeconómicas de cada estrato social combinando las variables		Competencia: 260101001: Proyectar el mercado de acuerdo con el tipo de producto o servicio y características de los consumidores y usuarios.		



para producir el nivel de aceptación de un producto o servicio, identificando el segmento de mercado con base en características, intereses, preferencias y opiniones de la población a la que se desea llegar con el producto o servicio a mercadear basado en las políticas establecidas por la organización.

260101001-02: Recopilar la información sobre comportamiento, relaciones de causalidad, tamaño de muestra son recopiladas para base de datos de población por edades, mapas, planos, fotografías definiendo el segmento objetivo, dividiendo los países en grupos homogéneos con el fin de que las estrategias definidas sean válidas en distintos países por las similitudes económicas y culturales, geográficas, climas, costumbres, religión teniendo en cuenta las normas legales para vender los productos en el mercado internacional de acuerdo con los objetivos propuestos por la organización.

260101001-03: Seleccionar los criterios de segmentación dependiendo si se trata de segmentación de clientes de consumo o segmentación de clientes de inversión teniendo en cuenta normas nacionales e internacionales, determinando el potencial de exportación, las dimensiones y característica de la demanda y los canales de distribución de acuerdo con las normas legales, son determinados para segmentar el mercado y el potencial de compradores de los productos o servicios de acuerdo con la misión y visión de la empresa.



<p>260101016-01: Preparar los informes relacionados con el comportamiento del consumidor teniendo en cuenta el contexto mercadológico, elaborando el plan de acción de mercadeo teniendo en cuenta las técnicas mercadológicas y de planeación de acuerdo con los objetivos fijados por la empresa.</p> <p>260101016-02: Diseñar las estrategias de acuerdo con el plan de mercadeo teniendo en cuenta productos y servicios y el comportamiento de los consumidores, la gestión de ventas y las metas fijadas por la organización.</p> <p>260101016-03: Determinar los indicadores y estándares de gestión de acuerdo con los planes de mercadeo teniendo en cuenta el cumplimiento de metas logradas en un periodo de tiempo con base en los objetivos fijados por la organización.</p> <p>260101016-04: Definir el plan de acción de mercadeo teniendo en cuenta datos y estadísticas de gestión y el comportamiento de los consumidores, realizando un diagnóstico de mercados que identifique oportunidades de negocios utilizando software especializado en proyecciones de mercadeo teniendo en cuenta las políticas de la empresa.</p>	<p>260101016: Planear actividades de mercadeo que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y a los objetivos de la empresa.</p>
<p>240201501-03: Leer textos muy breves y sencillos en inglés general y técnico.</p> <p>240201501-05: Encontrar vocabulario y expresiones de inglés técnico en anuncios, folletos, páginas web, etc.</p>	<p>240201501: Comprender textos en inglés en forma escrita y auditiva.</p>
<p>Duración de la guía (en horas):</p>	<p>380 horas.</p>



2. INTRODUCCIÓN

En esta actividad de aprendizaje adquirirá conocimientos que le permitirán implementar el plan de acción de mercadeo y conocer más sobre las estrategias de aprendizaje necesarias para garantizar la identificación de las oportunidades de negocio; así como establecer indicadores y estándares de gestión según metas y objetivos de la empresa, los cuales son parámetros de control en la planeación de mercadeo y que responden a los requerimientos de un mercado potencial determinado por la organización.

En la proyección de mercados no se puede obviar la trascendencia del idioma inglés en este proceso, debido a que toda empresa sueña con cruzar fronteras y crecer con nuevos clientes en otros países, pero la falta de conocimiento del inglés impide que se cumplan estos proyectos, por lo tanto, conocer vocabulario para describir una población, aprender expresiones referentes a opiniones, preferencias y comprender textos en dicha lengua sobre este tema, son herramientas útiles para proyectar mercados en nuevos países.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 380 horas, correspondientes a un 20% de horas Directas (**D**), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80% de horas Independientes (**I**), que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario revisar el material de formación, explorar los materiales de apoyo y efectuar consultas en internet.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentra en la siguiente ruta: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 3: Segmentar el mercado según características de los consumidores. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia: El riesgo como estrategia**

Mark Zuckerberg creador de Facebook mencionó la siguiente frase:



“El mayor riesgo es no correr ningún riesgo. En un mundo que cambia rápidamente, la única estrategia que garantiza fallar es no correr riesgos”.

En muchos ámbitos de la vida y en un mundo que cambia rápidamente, se plantea si una estrategia para alcanzar el éxito es correr riesgos.

Teniendo en cuenta lo anterior reflexione sobre las siguientes preguntas:

- o ¿Se considera una persona que asume riesgos?
- o ¿Qué riesgos ha asumido para alcanzar una meta que se haya propuesto?
- o ¿Ha dejado de alcanzar un logro por el temor a asumir algún riesgo?
- o ¿Quién cree que puede lograr más, una persona arriesgada o una más cautelosa?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 3, por lo tanto no es calificable.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

- **Evidencia: Caso “Toyota Corolla”**

En los años 70 cuando Toyota iba a realizar el lanzamiento del Toyota Corolla, previamente tuvo años de preparación en la estrategia, realizó estudios de carretera y de condiciones climáticas, encuestas de satisfacción entre los clientes, estudió la competencia (Ford y Chevrolet) y los precios, entre otros aspectos; pero todo lo que realizó rindió sus frutos ya que posicionó su producto tan fuerte que hoy sigue siendo la marca y modelo preferido por quienes adquieren su primer vehículo. Todo esto es el resultado de una buena planeación de mercado.

Según lo comentado anteriormente y como enriquecimiento personal, analice los siguientes interrogantes:

- o ¿Qué considera hubiera sucedido si Toyota no hubiera preparado su estrategia?
- o Según su criterio ¿la planeación es importante en cualquier proyecto que se emprenda?
- o ¿Considera que la planeación es una técnica que utilizan exclusivamente las grandes



empresas?

- o ¿Qué aspectos tendría en cuenta al momento de planear?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 3, por lo tanto no es calificable.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 1: Taller “Global Country”**

Global Country es la simulación de una situación de mercado, en la cual se describen las características geográficas, económicas y comportamentales de su población, que con su análisis permitirá definir los criterios de segmentación de un mercado y desarrollar estrategias de mercadeo, teniendo en cuenta las características específicas de la población de estudio.

Para dar cumplimiento a esta evidencia consulte el material de formación denominado **Segmentación y plan de acción de mercadeo**, correspondiente a esta actividad de aprendizaje y adicionalmente el siguiente material complementario:

- o Caso Global Country.
- o ¿Cómo desarrollar Plan Exportador?
- o Factores que influyen en la conducta del consumidor.
- o Guía para exportar servicios.

Posteriormente y basado en dichos materiales, desarrolle el siguiente taller:

1. Defina los criterios de segmentación con sus respectivas variables y con ello diligencie la tabla que se encuentra en la evidencia descargable.



2. Describa qué segmentos de clientes de consumo o de inversión, se pueden encontrar en Global Country.
3. Elabore una matriz mercado-producto para un producto que considere se pueda vender en Global Country exitosamente.
4. Qué acciones de mercadeo se pueden implementar para llegar a cada uno de los segmentos que definió para Global Country, sea cliente de consumo o de inversión.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 3: Segmentar el mercado según características de los consumidores / Evidencia 1: Taller “Global Country”. **Total horas: 30, 5(D) y 25(I).**

- **Evidencia 2: Market Projection**

Todo logro requiere de un plan para alcanzarlo, sin una buena organización de ideas es imposible conseguir las metas propuestas en la proyección de un mercado, afortunadamente existen recursos que apoyan y orientan este proceso, especialmente en inglés.

En este orden de ideas y con la finalidad de cumplir con el propósito de esta evidencia, consulte el material de formación denominado ***Expressing opinions and preferences*** correspondiente a esta actividad de aprendizaje y adicionalmente el siguiente material complementario:

- o *Market share projection tips for small business.*
- o *8 steps for the success of a marketing plan.*

Luego de estas consultas, realice lo siguiente:

- o Elabore en inglés un mapa conceptual del tema visto en el primer material complementario indicado.
- o Realice un resumen en inglés que contenga como mínimo dos párrafos, de la lectura del segundo material complementario mencionado anteriormente.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al



instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 3: Segmentar el mercado según características de los consumidores / Evidencia 2: *Market Projection*. **Total horas: 25, 5(D) y 20(I).**

- **Evidencia 3: Ejercicio práctico “La mejor estrategia corporativa”**

Las estrategias corporativas son acciones que se llevan a cabo con el fin de alcanzar determinados objetivos, pero que presentan cierto grado de dificultad en su formulación y ejecución.

Esta evidencia le enseñará a diferenciar los tipos de estrategias que se pueden definir en una empresa para lograr los objetivos trazados; para esto es indispensable consultar el material de formación denominado **Segmentación y plan de acción de mercadeo**, específicamente el subtema: **Estrategia**, correspondiente a esta actividad de aprendizaje.

Luego de esta lectura, presente un cuadro en el que incluya el tipo de estrategia y un ejemplo de una empresa real que sepa que la aplica. Las estrategias a incluir en el cuadro son:

1. Estrategias de integración:

- Hacia adelante.
- Hacia atrás.
- Horizontal.

2. Estrategia intensiva:

- Penetración de mercado.
- Desarrollo de producto.
- Desarrollo de mercado.

3. Estrategia de diversificación:

- Concéntrica.
- Conglomerada.



- Horizontal.

4. Estrategia defensiva:

- Alianza estratégica.
- Atrincheramiento.
- Desinversión.
- Liquidación.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 3: Segmentar el mercado según características de los consumidores / Evidencia 3: Ejercicio práctico “La mejor estrategia corporativa”. **Total horas: 60, 12(D) y 48(I).**

• Evidencia 4: Control de gestión

Los indicadores le permiten observar el comportamiento en el corto, mediano y largo plazo de la empresa, proyectando lo que sucedería en el tiempo bajo ciertas circunstancias y hacer los ajustes y correcciones requeridas en el momento oportuno.

Esta evidencia le permitirá conocer cómo realizar control y seguimiento a las acciones de mercadeo que se ejecuten en la organización.

Para dar cumplimiento al objetivo de esta evidencia, consulte el material de formación denominado **Segmentación y plan de acción de mercadeo**, específicamente el subtema **Indicadores de gestión de mercadeo**.

Teniendo en cuenta el producto o servicio seleccionado para el proceso de exportación en la **Evidencia 10: Informe “Método de selección de ideas”** realizado en la actividad de aprendizaje 1 y basados en las lecturas anteriores, elabore con su grupo de trabajo un documento escrito que contenga la evaluación del plan de mercadeo de dicho producto o servicio, por lo que deben diseñar los indicadores para medir la gestión; dicho documento debe contener los siguientes puntos:

- o Objetivo de los indicadores.



- o Estrategias que se emplearán para lograr los objetivos.
- o Definir los factores críticos de éxito (FCE).
- o Establecer los indicadores de gestión para los factores críticos de éxito (FCE).
- o Establecer el estado, umbral y rango de gestión para cada indicador.
- o Diseñar la medición.

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique el documento escrito en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 3: Segmentar el mercado según características de los consumidores / Evidencia 4: Control de gestión. **Total horas: 30, 8(D) y 22(I).**

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 5: Tabla de datos “Identificación del segmento”**

Al tomar la decisión de exportar, las empresas deben definir el segmento objetivo para llevar a cabo una estrategia de marketing adecuada enfatizando sobre las características y las necesidades del cliente de cada segmento.

Esta evidencia le permitirá definir los criterios de segmentación para el producto o servicio a exportar y que fue seleccionado con anterioridad, y así plantear las estrategias



concretas para este mercado objetivo.

Para lograr el objetivo de esta evidencia se requiere de la intervención del grupo de trabajo con el que ha venido trabajando desde la actividad de aprendizaje 1, por lo que deben tener en cuenta, tanto el producto o servicio que seleccionaron, como el país objetivo a exportar y con ello realizar lo siguiente:

1. Elaborar una tabla que incluya los criterios de segmentación que se mencionan a continuación y las variables correspondientes a cada uno de ellos, estos son:

- Criterios geográficos: región, país, número de habitantes, densidad de la población y condiciones geográficas.
- Criterios demográficos: edad, género, estado civil, tamaño de la familia, ingreso, educación, raza, ocupación, religión, nacionalidad y generación.
- Criterios psicográficos: clase social, estilo de vida, personalidad y valores.
- Criterios conductuales: frecuencia de uso, lealtad de marca, tasa de uso, ocasión de uso, tipo de usuario, actitud hacia el producto y beneficios esperados.

2. De acuerdo al desarrollo del punto anterior, definir cuál es la variable de segmentación más importante para su producto o servicio a exportar y explicar el por qué.

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique la tabla de datos en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 3: Segmentar el mercado según características de los consumidores / Evidencia 5: Tabla de datos “Identificación del segmento”. **Total horas: 40, 10(D) y 30(I).**

• **Evidencia 6: *Segmentation “Describing potential clients”***

En la proyección de mercados, la segmentación permite identificar las necesidades y el



comportamiento de los consumidores para satisfacer sus deseos, teniendo en cuenta que la idea es exportar el producto seleccionado a un país de habla inglesa ya establecido, entonces es importante tener en cuenta el vocabulario y las estructuras necesarias en inglés para elaborar una adecuada consulta y así lograr un mayor conocimiento de las necesidades y expectativas de los clientes, y con ello obtener una mejor visión de lo que se pretende ofrecer al mercado internacional.

Por lo anterior y con la finalidad de cumplir con esta evidencia, desarrolle lo siguiente:

1. Resuelva en inglés las preguntas que se le presentan en la evidencia descargable.
2. Describa en inglés el tipo de población a la que pretende proyectar el producto o servicio, de acuerdo con el país ya seleccionado.
3. En base a la población descrita con anterioridad elabore una encuesta en inglés para ser aplicada a esta población.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 3: Segmentar el mercado según características de los consumidores / Evidencia 6: *Segmentation "Describing potential clients"*. **Total horas: 25, 4(D) y 21(I).**

- **Evidencia 7: Informe "Análisis del mercado"**

Conocer la oferta y la demanda del producto en el mercado es de gran importancia porque se describe la interacción entre comprador y vendedor en relación con el precio y las ventas del producto.

Esta evidencia tiene como finalidad conocer cuál es la oferta y demanda para su producto o servicio en el país a exportar, por lo tanto la debe desarrollar en base al producto o servicio ya seleccionado en la actividad de aprendizaje 1 y al país que eligió como destino a exportar en la **Evidencia 3: Ejercicio práctico "Evaluar mercados potenciales"** de la actividad de aprendizaje 2.

Posteriormente y teniendo en cuenta lo aprendido con el material de formación y complementario de esta actividad de aprendizaje, elabore nuevamente con su grupo de trabajo, un informe con el análisis de la oferta y la demanda, el cual debe incluir lo siguiente:



1. Describir brevemente el producto o servicio a exportar.
2. Para el tema de la oferta desarrollar lo siguiente:
 - Definir los factores que afectarían la oferta de su producto o servicio en el país destino de exportación.
 - Investigar a través de fuentes primarias y secundarias, a cuánto ascienden las ventas de su sector en el país destino de exportación.
 - Calcular la capacidad de producción total de su producto y proyectarla a cinco años.
 - Mencionar cómo el incremento o disminución de precios afecta la oferta.
3. Para el tema de la demanda desarrollar lo siguiente:
 - Informar la cantidad de habitantes del país al cual va a exportar su producto o servicio.
 - Calcular el número de personas que componen su segmento de mercado.
 - Definir los motivos por los cuales sus consumidores potenciales adquirirán su producto o servicio.
 - Mencionar los factores que afectarían la demanda de su producto en el país destino.
 - Determinar la demanda anual de su producto o servicio en el mercado del país destino y proyéctela a cinco años.
 - Mencionar como el incremento o disminución de precios afecta la demanda.
 - Establecer el punto de equilibrio.
4. Adicionar en el informe el mapa del país destino de exportación para el cual se realizó la segmentación, en el que se identifique o señale la ubicación del mercado meta.
5. Incluir imágenes que reflejen las características comunes a todos los consumidores que conforman su segmento de mercado.

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.



Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique el informe en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 3: Segmentar el mercado según características de los consumidores / Evidencia 7: Informe “Análisis del mercado”. **Total horas: 60, 11D) y 49(I).**

- **Evidencia 8: Proyecciones del mercado**

Es de gran importancia que las empresas proyecten sus ventas y crecimiento en el corto, mediano y largo plazo, con el fin de determinar su comportamiento y cómo este se ve influenciado por las diferentes variables del mercado y que la pueden afectar de manera positiva o negativa.

Por lo anterior, en esta evidencia debe realizar las proyecciones del mercado a cinco años en el país y para el producto o servicio que ya fueron seleccionados anteriormente, gráficas de acuerdo con las variables y situaciones planteadas para cada una de estas, que las encuentra en la evidencia descargable de manera detallada.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 3: Segmentar el mercado según características de los consumidores / Evidencia 8: Proyecciones del mercado. **Total horas: 20, 4D) y 16(I).**

- **Evidencia 9: Plan estratégico de mercadeo**

El plan de mercadeo es fundamental en la estrategia de la organización, por lo que es importante conocer el contenido de este, las principales herramientas utilizadas en su elaboración y los tipos de estrategias que se pueden desarrollar; estos son algunos de los aspectos básicos que se deben tener en cuenta para que el plan de mercadeo contribuya a lograr los objetivos deseados.

Dado lo anterior, su grupo de trabajo (con el que ha venido desarrollando evidencias anteriores) ha sido contratado por la empresa que se encargará de exportar el producto o



servicio ya elegido anteriormente al país meta, y su primer trabajo como grupo asesor será el de elaborar una propuesta del plan estratégico de mercadeo que incluya los siguientes puntos:

1. Misión y visión de la empresa.
2. Políticas corporativas.
3. Análisis de la situación actual: análisis interno y externo (tenga en cuenta la **Evidencia 11: Diagnóstico del mercado y análisis DOFA**, realizado en la actividad de aprendizaje 1).
4. Objetivos del plan estratégico de mercadeo.
5. Estrategias corporativas.
6. Mezcla de mercadeo:
 - Producto: atributos, políticas, factores de estandarización, etiquetado, marca, garantía y factores que favorecen la adaptación del producto.
 - Precio: políticas, objetivos y estrategias de precios.
 - Plaza: tipo de canal y alternativas de acceso.
 - Promoción: formas de promoción a utilizar.

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique la propuesta del plan estratégico en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 3: Segmentar el mercado según características de los consumidores / Evidencia 9: Plan estratégico de mercadeo. **Total horas: 50, 14D) y 36(I).**



• **Evidencia 10: Sesión virtual “Plan de acción de mercadeo”**

Es de gran importancia que el plan estratégico de mercadeo se socialice al interior de las organizaciones, ya que esta no debe ser una actividad aislada, sino por el contrario debe estar perfectamente unida al resto de departamentos de la empresa, por lo tanto y continuando como el grupo asesor de la empresa que los ha contratado, deben socializar el plan de acción de mercadeo para el producto objeto de exportación que desarrollaron en la evidencia anterior.

Para el desarrollo de esta evidencia, con su grupo de trabajo deben realizar lo siguiente:

1. Elaborar una presentación para el plan estratégico de mercadeo realizado en la evidencia anterior.
2. Compartir esta presentación en la sesión virtual “Plan de acción de mercadeo” y exponerla a su instructor y grupo de compañeros. Recuerde que el instructor es el encargado de crear y habilitar esta sesión en línea.
3. De las sustentaciones que realicen los demás grupos de trabajo, deben elaborar un documento, que dé respuesta a las siguientes preguntas:
 - ¿Cuál es la mayor fortaleza que encuentran en los planes de mercadeo presentados por los otros grupos?
 - ¿Qué sugerencias le harían a cada uno de los grupos con respecto a su plan de mercadeo?

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique la presentación en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 3: Segmentar el mercado según características de los consumidores / Evidencia 10: Sesión virtual “Plan de acción de mercadeo”. **Total horas: 40, 3(D) y 37(I).**



3.5. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 2: <i>Market Projection</i> .	Interpreta un texto sencillo y puede construir un mapa conceptual basado en el mismo.	Lista de verificación: Mapa conceptual.
Evidencia de desempeño: Evidencia 10: Sesión virtual "Plan de acción de mercadeo".	<ul style="list-style-type: none">• Prepara los informes relacionados con el comportamiento del consumidor, teniendo en cuenta el contexto mercadológico de acuerdo con los planes y objetivos determinados por la empresa.• Elabora el plan de acción de mercadeo teniendo en cuenta las técnicas mercadológicas y de planeación, de acuerdo con los objetivos fijados por la empresa.	Lista de chequeo: Sesión virtual.
Evidencia de producto: Evidencia 1: Taller "Global Country".	Selecciona los criterios de segmentación dependiendo si se trata de segmentación de clientes de consumo o segmentación de clientes de inversión teniendo en cuenta normas nacionales e internacionales, teniendo	Lista de verificación: Taller.



	en cuenta las políticas de la empresa.	
Evidencia de producto: Evidencia 3: Ejercicio práctico “La mejor estrategia corporativa”.	Diseña las estrategias de acuerdo con el plan de mercadeo, teniendo en cuenta productos y servicios y el comportamiento de los consumidores, la gestión de ventas y las metas fijadas por la organización.	Lista de verificación: Ejercicio práctico.
Evidencia de producto: Evidencia 4: Control de gestión.	Determina los indicadores y estándares de gestión de acuerdo con los planes de mercadeo, teniendo en cuenta el cumplimiento de metas logradas en un periodo de tiempo con base en los objetivos fijados por la organización.	Lista de verificación: Documento escrito.
Evidencia de producto: Evidencia 5: Tabla de datos “Identificación del segmento”.	Realiza la segmentación a partir de características psicográficas, demográficas, culturales, geográficas, psicológicas y socioeconómicas de cada estrato social combinando las variables para producir el nivel de aceptación de un producto o servicio, de acuerdo con las políticas de la organización.	Lista de verificación: Tabla de datos.
Evidencia de producto:	Estructura adecuadamente una opinión sobre un tema	Lista de verificación:



Evidencia 6: <i>Segmentation</i> “Describing potential clients”.	conocido de su especialidad.	Encuesta.
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 7: Informe “Análisis del mercado”.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Recopila la información sobre comportamiento, relaciones de causalidad, tamaño de muestra son recopiladas para base de datos de población por edades, mapas, planos y fotografías, con el fin de seleccionar el segmento objetivo, teniendo en cuenta los objetivos de la empresa.• Define las cantidades de oferta y la demanda de acuerdo con la tendencia de ventas, los eventos y actividades especiales, la participación de la empresa y peso del producto o servicio en el mercado, de acuerdo con los objetivos fijados por la empresa.• Determina los criterios de fijación de precios de los productos y servicios teniendo en cuenta factores externos e internos, punto de equilibrio y las estrategias para ser colocados en el mercado nacional e internacional, teniendo	<p>Lista de verificación:</p> <p>Informe.</p>



	<p>en cuenta los parámetros del mercado y los establecidos por la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none">• Pronostica la oferta y la demanda según el comportamiento del mercado, análisis de informes para definir la oferta y demanda de un producto o servicio determinado, y verificando el resultado del cumplimiento del producto que responda a las necesidades de la empresa.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 8: Proyecciones del mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Define el plan de acción de mercadeo, teniendo en cuenta datos y estadísticas de gestión y el comportamiento de los consumidores, los objetivos y recursos de la empresa.• Realiza el diagnóstico de mercados que identifique oportunidades de negocios utilizando software especializado en proyecciones de mercadeo teniendo en cuenta las políticas de la empresa.	<p>Lista de verificación:</p> <p>Informe gráfico.</p>
<p>Evidencia de producto:</p>	<ul style="list-style-type: none">• Define el plan de acción	<p>Lista de verificación:</p>



Evidencia 9: Plan estratégico de mercadeo.	<p>de mercadeo, teniendo en cuenta datos y estadísticas de gestión y el comportamiento de los consumidores, los objetivos y recursos de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none">• Realiza el diagnóstico de mercados que identifique oportunidades de negocios utilizando software especializado en proyecciones de mercadeo teniendo en cuenta las políticas de la empresa.	Propuesta.
--	--	------------



4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	Duración (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (instructores)		Ambientes de aprendizaje tipificados
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	Escenario (Aula, laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Elaborar plan de mercadeo según segmentación del mercado.	380					Tecnólogo en negociación internacional, profesional y/o tecnólogo en ingeniería industrial, ingeniería de mercados, logística, administradores de empresas, contabilidad, finanzas y ciencias afines, preferiblemente con	2	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.



**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE**

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

						especialización en logística, comercio internacional o negocios internacionales y ciencias afines. Profesional en idiomas o lenguas modernas.		
--	--	--	--	--	--	---	--	--



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Brochure: catálogo comercial para mostrar productos o servicios de una empresa.

Concept map: mapa conceptual.

Customer: cliente.

Demográfico: es el estudio de la población humana y sus características. Las tendencias de consumo en los hogares y las naciones.

“Estrategia: conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión” (Escudero, s.f.).

Features: rasgos, características.

Feria internacional: son espacios donde confluyen varios actores de la cadena de un producto, en la cual una empresa puede asistir como expositor o visitante para identificar clientes, tendencias, competidores y precios de los productos.

Franquicia: forma parte de las redes de comercio exterior y es aquella situación en que una persona natural o jurídica adquiere acciones; el *goodwill* o el *know-how* de una empresa ya posicionada en el mercado para poner una filial en el país de residencia de la empresa o persona que la adquiere y así comercializar de manera legal.

Geográfico: la ubicación geográfica del país y personas para determinar oportunidades de acceso a mercados internacionales.

Joint venture: dentro de las redes de comercio exterior, es la asociación de dos o más empresas a largo plazo para trabajar en común sin necesidad de formar una nueva.

Macroentornos: son aquellas fuerzas no controlables que se encuentran fuera de las organizaciones. Además afectan la capacidad de una empresa para desarrollar operaciones, transacciones y relaciones internacionales con éxito.

Marcas: se refiere a la información exterior que debe incluir el embalaje de la carga.

Market: mercado.

Mercancías: productos que se exportan o importan.

Objetivos específicos: es la información que se necesita para lograr el objetivo general,



por ejemplo: identificar el mercado meta, conocer gustos y preferencias del mercado meta y determinar los canales de distribución, entre otros.

Objetivos generales: es lo que se pretende lograr una vez terminada la investigación, por ejemplo, establecer la aceptación del producto en un determinado país. Los objetivos se redactan con verbos en infinitivo y buscan ampliar el conocimiento.

Precio unitario: precio individual de los productos.

Producto: nombre del bien u objeto de importación o exportación.

Segmentation: segmentación.

Tasa de cambio: tasa de cambio con que se liquida la moneda facturada a pesos colombianos.

Vendedor: es quien realiza el proceso de exportar.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Bahamón, J. (2003). *Construcción de indicadores de gestión bajo el enfoque de sistemas*. Consultado el 02 de agosto de 2016, en <http://www.icesi.edu.co>
- Baptiste, Y. (s.f.). *Useful expressions*. Consultado el 02 de agosto de 2016, en <http://yvanbaptiste.pagesperso-orange.fr>
- Bhasin, H. (2016). *8 steps for the success of a marketing plan*. Consultado el 02 de agosto de 2016, en <http://www.marketing91.com/>
- Colectivo de autores. (2010). *Mercadotecnia*. México, México D.F.: Editorial B-Pro México.
- Creative Commons. (s.f.). *Licencias*. Consultado el 02 de agosto de 2016, en <http://co.creativecommons.org>
- Departamento Administrativo de la Función Pública. (2015). *Guía para la construcción de indicadores de gestión*. Consultado el 02 de agosto de 2016, en <https://www.funcionpublica.gov.co>
- Dimitri, R. y Rodríguez, S. (2005). *Planeación estratégica*. Córdoba, Colombia: El Cid



Editor.

- Drive your success. (s.f.). *Market share projection tips for small business*. Consultado el 02 de agosto de 2016, en <http://www.driveyoursuccess.com/>
- Escudero, M. (s.f.). *Marketing en la actividad comercial*. Madrid, España: EDITEX.
- Fernández, R. (2007). *Manual para elaborar un plan de mercadotecnia*. México, México D.F.: McGraw Hill Interamericana.
- Fernández, R. (2009). *Segmentación de mercados*. (3ª ed.). México, México D.F.: McGraw Hill Interamericana.
- Fisher, L. y Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. (4ª ed.). México, México D.F.: McGraw Hill.
- Guinart, J. (2004). Indicadores de gestión para las entidades públicas. *Revista de Administración Pública*, 110(2), 315-334.
- Kerin, R. (2014). *Marketing*. (11ª ed.). México, México D.F.: McGraw Hill Interamericana Editores.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. (8ª ed.). México, México D.F.: Pearson Education.
- Kotler, P. y Keller, P. (2012). *Dirección de marketing*. (14ª ed.). México, México D.F.: Pearson Education.
- Ledesma, C. y Domínguez, M. (2004). *Consorcios de exportación: el despegue regional Argentina*. Buenos Aires, Argentina: Osmar D. Buyatti Librería Editorial.
- Lerma, A. y Márquez, E. (2004). *Comercio y mercadotecnia internacional*. México, México D.F.: Cengage Learning.
- Limas, S. (2012). *Marketing empresarial*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Maddala, G. y Miller, E. (2005). *Microeconomía*. México, México, D.F.: McGraw Hill Interamericana.
- Minervini, N. (2002). *La ingeniería de la exportación: herramientas para actuar con éxito en los mercados internacionales*. México, México D.F.: McGraw Hill Interamericana.
- Moreno, A. (s.f.). *Caso Global Country*. Armenia, Colombia: Autor.



- Moreno, J. (1995). *Marketing internacional: contenido, políticas y estrategias exitosas*. (2ª ed.). Buenos Aires, Argentina: Macchi Group Editor, S.A.
- Oshima, A. y Hogue A. (2006). *Writing academic English*. Nueva York, Estados Unidos: Pearson Education Inc.
- Palacios, L. (2009). *Dirección estratégica*. Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.
- ProColombia. (2016) *¿Cómo desarrollar Plan Exportador?* Consultado el 02 de agosto de 2016, en <http://www.procolombia.co/>
- ProColombia. (2016). *Guía para exportar servicios*. Consultado el 02 de agosto de 2016, en <http://www.colombiaexportaservicios.co/>
- RAE. (2016). *Estrategia*. Consultado el 02 de agosto de 2016, en <http://dle.rae.es>
- Rojas, M. y Medina, L. (2011). *Planeación estratégica: fundamentos y casos*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Ruibal, A. (1994). *Gestión logística de la Distribución Física Internacional*. Madrid, España: Editorial Norma.
- Sahui, J. (2008). *Factores que influyen en la conducta del consumidor*. Consultado el 02 de agosto de 2016, en <http://www.colpamex.org/>
- Santesmases, M. (2012). *Marketing: conceptos y estrategias*. (6ª ed.). Madrid, España: Larousse - Ediciones Pirámide.
- Stanton, W. (2007). *Fundamentos de marketing*. México, México D.F.: McGraw Hill Interamericana.
- USU Libraries Reference Service Department. (s.f.). *How to create a concept map*. Consultado el 02 de agosto de 2016, en <https://library.usu.edu>
- Velasco, E. (1994). *El precio*. México, México D.F.: McGraw Hill.



7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Expertas técnicas

Ana Milena Moreno Pinilla
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Junio de 2016.

Ismari Herrera Jerez
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Junio de 2016.

Asesora Pedagógica

Gloria Amparo López Escudero
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Agosto de 2016.

Guionista

Paola Andrea Bobadilla Gutiérrez
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Agosto de 2016.



GUÍA DE APRENDIZAJE N° 4

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Programa de Formación: Tecnólogo en Negociación Internacional.		Código: 122702		
		Versión: 02		
Nombre del Proyecto: Negociación de productos colombianos basados en acuerdos internacionales.		Código: 1301046		
Fase del proyecto: Planeación.				
Actividad (es) del proyecto:	Actividad (es) de aprendizaje:	Ambiente de formación escenario	Materiales de formación	
			Devolutivo	Consumible
Establecer canales de distribución para el producto o servicio objeto de negociación.	Definir canal de distribución según el mercado y el tipo de producto.	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.	(Herramienta – equipo).	(Unidades empleadas durante el programa).
Resultados de Aprendizaje: 260101004-01: Seleccionar los canales teniendo en cuenta la naturaleza del producto y el segmento del mercado, las variables evaluadas en cada canal analizando el mercado, tamaño, volumen, venta, cobertura y capacidad financiera		Competencia: 260101004: Desarrollar los canales de distribución a partir del mercado, idiosincrasia, cultura y necesidades de los clientes.		



siguiendo procedimientos en la revisión del informe de acuerdo con la mezcla de productos y las políticas de la organización.	
260101001-03: Establecer los estándares del canal de distribución teniendo en cuenta las normas legales, el número de pedidos, cantidad de unidades compradas, vendidas y devueltas, por cada canal en un tiempo determinado de acuerdo con las características de los productos y/o servicios, la tecnología, tipo de empaques, precio, fletes según las políticas implementadas por la organización.	
240201502-03: Comprender una amplia variedad de frases y vocabulario en inglés sobre temas de interés personal y temas técnicos.	240201502: Producir textos en inglés en forma escrita y oral.
Duración de la guía (en horas):	102 horas.

2. INTRODUCCIÓN

Los canales de distribución física son de gran importancia ya que a través de estos, las compañías logran presencia en el mercado nacional e internacional, teniendo en cuenta que los lugares donde se hallan los clientes y las oportunidades de llegar a ellos están muy disgregados, lo que hace que su selección sea uno de los retos de mayor trascendencia que ha de afrontar la gerencia de las organizaciones, porque establecer políticas o lineamientos para la selección adecuada de un canal de distribución no es una tarea sencilla, debido a que no siempre es posible conseguir los canales esperados, acordes con las necesidades del consumidor, los intereses del fabricante y los distribuidores.

Por consiguiente, es importante elegir un canal de distribución eficiente y acorde con las necesidades de la organización. Dentro de esta elección se encontrará que al buscar un canal de distribución en otros países se puede enfrentar a barreras como el idioma, haciendo muy importante que tenga un manejo adecuado de las herramientas lingüísticas y en especial del inglés, ya que este es el idioma más usado para la realización de negocios y



acuerdos entre los diferentes países alrededor del mundo.

Es importante que estudie el material propuesto en la presente actividad de aprendizaje y obtenga así los resultados esperados para su conocimiento y aplicación en el contexto internacional de los mercados, ya que la competitividad de las organizaciones dedicadas a la ampliación de los mercados está en continuo desarrollo y la obtención de canales de distribución es cada vez más acorde con la expansión de la demanda externa de los productos que se desean acercar a los consumidores de dicho mercado meta.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 102 horas, correspondientes a un 20% de horas Directas (**D**), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80% de horas Independientes (**I**), que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario revisar el material de formación, explorar los materiales complementarios y efectuar consultas en internet.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentra en la siguiente ruta: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 4: Definir canal de distribución según el mercado y el tipo de producto. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia: La carrera de la entrega “Express”**

La inmediatez se impuso en el mundo del comercio minorista el día en que internet redujo la distancia entre fabricantes y compradores. La logística, el sector que se dedica al transporte y entrega de paquetes, vive de los *clicks* de los usuarios. Las ventas por internet son su principal palanca de crecimiento, y a la vez su mayor desafío. Cada pedido es un pistoletazo de salida hacia una carrera contra el tiempo, en la que calidad y rapidez son sinónimos que tienen que ir de la mano.

El centro logístico de Seur en Madrid opera tarde y noche. Está sincronizado con la



hora en la que se realizan el grueso de las compras por internet, a partir de las seis o siete de la tarde, cuando los españoles salen del trabajo. Unos 400 operarios trabajan a ritmo frenético entre pilas de paquetes. Los montacargas suben y bajan grandes cajas que se enviarán al norte y al sur del país. Las primeras, a la derecha de la nave. Las segundas, hacia la izquierda. Cintas transportadoras con 68 puertas de salida llevan paquetes a una velocidad de dos metros por segundo. Los sistemas de clasificación automáticos (con láser y fotografías) y manuales analizan hasta 28.000 bultos cada hora, que se entregarán con 24 horas de media. “Si algo o alguien está parado es que es un responsable o que algo falla”, comentan los encargados de dirigir este tráfico.

Seur tiene dos grandes centros logísticos en Madrid y Barcelona, donde los camiones salen rebosantes. La mayoría de estos productos ha sido elegida y pagada a través de internet, el canal que ha relanzado el consumo en la era tecnológica. “Antes el diálogo era con la empresa productora, ahora es con el consumidor final”, explica Carlos Caverio Mestre, director general de logística en Seur, para describir los cambios generados por el comercio electrónico.

Las compras por internet en España siguen siendo inferiores por volumen a las de países como Francia o Reino Unido. Pero la tendencia es al alza. Solo en el tercer trimestre del año pasado -los últimos datos oficiales disponibles- se registraron cerca de 74 millones de transacciones, un 27,4% más que en el mismo periodo del año anterior. El marketing directo; los discos, libros, periódicos y papelería y las prendas de vestir lideran la tabla por número de compraventas (9,2%, 7,7% y 7,3% respectivamente).

En la batalla para liderar este negocio, las empresas que se dedican a la logística son a la vez aliadas y competidoras de los gigantes del comercio electrónico, como Amazon u otras grandes cadenas, que cada vez más apuestan por mecanismos propios de entrega. Este es, por ejemplo, el caso de El Corte Inglés. El grupo presidido por Dimas Gimeno lanzó en diciembre un servicio de entrega exprés de productos



propios en un plazo de dos horas, y desde ayer se ha añadido la posibilidad de elegir la hora exacta en la que el cliente quiere recibir el pedido. De momento está disponible en un total de 27 ciudades españolas y permite elegir entre más de 120.000 artículos.

Amazon, el gigante estadounidense del comercio electrónico, aspira a entregar paquetes en un tiempo aún más reducido. Quiere llegar a las casas de sus clientes en una hora. Ya ha llevado a cabo alguna prueba en determinadas ciudades como Milán y de cara al futuro experimenta con drones.

La entrada del grupo de Jeff Bezos a España en 2011 representó una verdadera revolución. Su apuesta por un enorme catálogo y la rapidez en la entrega modificó los parámetros clásicos del comercio minorista. Su expansión en España le llevó a abrir un almacén en Madrid, que está ampliando. Planea otro en Barcelona, cerca del aeropuerto. Y ha alquilado un edificio en la calle Rosselló de la capital catalana para entregas *express* en el centro.

Seur, que tiene un acuerdo con Amazon, ve en el comercio electrónico una palanca para crecer. E intensifica su presencia en el segmento aún emergente, pero que podría ser la nueva punta de lanza del sector: el negocio de la comida rápida a domicilio. "En EE UU este mercado está funcionando muy bien, y creemos que en España tiene un gran margen de crecimiento", afirma Pedro Gallego, director corporativo de operaciones de Seur, que revela que, tras el acuerdo con la aplicación JustEat, el grupo prevé triplicar su flota de repartidores para llevar comida en un plazo máximo de 40 minutos. "Y todo con vehículos eléctricos", especifica. (El País, 2016)

Basado en el texto anterior, reflexione como enriquecimiento personal sobre lo siguiente:

- o ¿Por qué es importante conocer y dominar el proceso de Distribución Física Internacional?
- o ¿Qué cambios deben aplicar las empresas para entrar a la vanguardia del siglo XXI?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la



Actividad de aprendizaje 4, por lo tanto no es calificable.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

- **Evidencia: Caso “System Technology”**

Los intermediarios son un conjunto de organizaciones independientes que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor o de un usuario industrial y a esto se le denomina “canal de distribución”. Pocos productores venden sus bienes directamente a los usuarios finales, en vez de eso usan los intermediarios para llevar sus productos al mercado o cliente final de una manera más rápida y en algunos casos más económica.

El siguiente texto tiene como finalidad contextualizarlo sobre “definir canales de distribución, según el mercado y tipo de producto”, por lo que debe leer el siguiente caso:

Manuel es el gerente de “System Technology”, empresa que fabrica equipos informáticos, componentes de ordenador, periféricos y es distribuidor en exclusiva de varias marcas de informática con una buena relación calidad - precio. El día de hoy Manuel tiene una importante reunión con la junta directiva de la empresa para exponer el plan de negocios, en la cual se estudiará y seleccionará el canal de distribución más apropiado para los productos que ofrece la compañía.

Manuel considera que deben buscar representantes en el exterior para que estos se encarguen de ofrecer sus productos en otros países, pero algunos miembros de la junta están pensando que es mejor que la empresa venda directamente sus productos al mercado final sin necesidad de intermediarios, es decir, a través de tiendas propias.

Analice el caso expuesto y desde su experiencia y conocimiento previo, cuestiónese sobre los siguientes interrogantes:

- o ¿Cuál sería su posición sobre el tema, estaría de acuerdo con Manuel o con la junta directiva?
- o ¿Cuál considera representaría mayor facilidad para llegar a los clientes y menores costos para la empresa?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 4, por lo tanto no es calificable.



3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 1: Actividad interactiva “La Distribución Física Internacional”**

El punto de partida para seleccionar el plan de canal de distribución más efectivo, se encuentra en la clara identificación del objetivo de mercado para la acción de marketing de la compañía, y en la identificación de las necesidades y preferencias del mercado objetivo.

Para desarrollar esta evidencia ingrese a la actividad interactiva “La Distribución Física Internacional” ubicada en la plataforma en el espacio destinado para ella y siga las instrucciones allí descritas; también es importante la lectura y análisis previo del material de formación denominado **La Distribución Física Internacional** y de los siguientes materiales complementarios:

- o Transporte y logística internacional.
- o Motivaciones de compra y tipología de clientes.
- o Canales de distribución física.

Para acceder a la actividad interactiva, remítase al menú principal, dando clic en el botón: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 4: Definir canal de distribución según el mercado y el tipo de producto / Evidencia 1: Actividad interactiva “La Distribución Física Internacional”. **Total horas: 7, 1(D) y 6(I).**

- **Evidencia 2: Workshop “Distribution channels”**

Conocer en qué consiste la selección de los canales de distribución y manejar este tema en el idioma inglés le permite ampliar el campo de acción hacia otros países de cualquier empresa que desee exportar un producto o servicio y con ello aumentar sus ingresos; en caso de contar con clientes o socios de habla inglesa.

Por lo anterior y para desarrollar esta evidencia, consulte el material de formación denominado **Distribution channels** y los siguientes materiales complementarios:



- o *Vocabulary.*
- o *English prepositions.*

Luego de estas consultas, desarrolle en inglés el taller que se encuentra en la evidencia descargable, cuya finalidad es afianzar el manejo de contenidos en inglés con respecto al tema canales de distribución.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 4: Definir canal de distribución según el mercado y el tipo de producto / Evidencia 2: *Workshop "Distribution channels"*. **Total horas: 12, 2(D) y 10(I).**

- **Evidencia 3: Estudio de caso "Estándares para seleccionar el canal"**

La distribución física tiene por finalidad descubrir la solución más satisfactoria para llevar la cantidad correcta de producto desde su origen hasta su lugar de destino, en el tiempo necesario y al mínimo costo posible, compatible con la estrategia de servicio requerida.

Para dar cumplimiento al objetivo de esta evidencia, consulte el material de formación denominado **La Distribución Física Internacional**, así como los materiales complementarios que se relacionan a continuación:

- o Indicadores logísticos.
- o Tecnologías de la información en la cadena de suministro.
- o Política de distribución.

Luego del análisis de estos materiales, revise el estudio de caso expuesto en la evidencia descargable y realice lo que allí se le indica.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 4: Definir canal de distribución según el mercado y el tipo de



producto / Evidencia 3: Estudio de caso “Estándares para seleccionar el canal”. **Total horas: 40, 7(D) y 33(I).**

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 4: Sesión virtual “Prepositions”**

En el proceso de aprendizaje de una segunda lengua, es de suma importancia afianzar las cuatro competencias que son: leer, escribir, escuchar y pronunciar. Sin embargo, es necesario practicar esta última habilidad para mejorar la calidad en la pronunciación de las palabras en inglés.

Para lograr el objetivo de esta evidencia se requiere que prepare una lista de diez oraciones relacionadas con el tema de los canales de distribución, utilizando en cada oración por lo menos una preposición; adicionalmente escuche el audio que se encuentra adjunto a esta evidencia descargable con el nombre **Learn English Teens** y prepárese para algunas preguntas que el instructor le hará al respecto en la sesión virtual. Recuerde que el instructor es el encargado de crear y habilitar esta sesión en línea.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 4: Definir canal de distribución según el mercado y el tipo de producto / Evidencia 4: Sesión virtual “Prepositions”. **Total horas: 10, 2(D) y 8(I).**

- **Evidencia 5: Informe “Selección del tipo de canal”**

La distribución se refiere a la manera como la empresa lleva sus productos o servicios al mercado y todo el proceso que atraviesa para lograrlo.

Teniendo en cuenta el material de formación y complementario correspondiente a esta actividad de aprendizaje y con el fin de demostrar lo aprendido hasta el momento elabore un informe con su grupo de trabajo, en el que identifiquen qué tipo de canal de distribución deben aplicar y sus ventajas, para el producto o servicio que se escogió en la



actividad de aprendizaje 1 en la **Evidencia 10: Informe “Método de selección de ideas”** y el país que seleccionaron en la actividad de aprendizaje 2 en la **Evidencia 3: Ejercicio práctico “Evaluar mercados potenciales”**, además debe tener en cuenta el plan de acción de mercadeo desarrollado en la actividad de aprendizaje 3 en la **Evidencia 9: Plan estratégico de mercadeo**.

Tengan en cuenta que el informe debe contener lo siguiente:

1. Objetivos del canal de distribución.
2. Políticas.
3. Estrategias teniendo en cuenta la longitud y la cobertura del mercado.
4. Selección del canal de distribución: largo o corto.
5. Mencionen los criterios por los cuales tomaron la decisión.
 - Naturaleza del producto.
 - Naturaleza del mercado.
 - Situación financiera de la empresa.
 - Competencia.
 - Conveniencia económica.
6. Diseñen los indicadores de gestión para el canal de distribución seleccionado:
 - Indicadores de eficiencia.
 - Indicadores de eficacia.
 - Indicadores de productividad.

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique el informe en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en



plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 4: Definir canal de distribución según el mercado y el tipo de producto / Evidencia 5: Informe “Selección del tipo de canal”. **Total horas: 33, 8(D) y 25(I).**

3.5. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 1: Actividad interactiva “La Distribución Física Internacional”.	<ul style="list-style-type: none">• Implementa las políticas y estrategias de distribución de acuerdo con el plan de mercadeo.• Estructura la red de los sistemas de información de los canales de distribución, fundamentada sobre las características específicas, el entorno tecnológico, político, sociológico, jurídico y reglamentario de la organización.• Define el sistema de distribución y venta, de acuerdo con el tipo de canal, las características del producto o servicio y el plan de mercadeo, teniendo en cuenta procedimientos y elección de un sistema de distribución.	Cuestionario: Cuestionario.



	<ul style="list-style-type: none">• Selecciona los canales de distribución de acuerdo con la naturaleza del producto y el segmento del mercado, teniendo en cuenta los procedimientos que se siguen en la revisión del informe de selección en relación con las variables evaluadas en cada canal, de acuerdo con las políticas de la organización.• Clasifica los canales de distribución con base en su magnitud, metas de participación en el segmento de mercado, tamaño, volumen de venta, cobertura, capacidad financiera, combinación o mezcla de productos y experiencia en la distribución.• Selecciona el sistema de distribución considerando los de producción y marketing, factores de entrega y costo de los productos o servicios con base en el mercado objetivo, los canales, el ciclo de vida del producto y la estrategia promocional de la organización.	
--	--	--



	<ul style="list-style-type: none">• Elabora el plan de distribución teniendo en cuenta el potencial de la demanda, las fechas y eventos especiales, número de mayoristas o tiendas que se empleará para la distribución de los productos fundamentada en los cambios geográficos, el desarrollo de nuevos productos, el transporte, la tecnología, la competencia y los canales, de acuerdo con las estrategias de la compañía.• Establece los sistemas de distribución con base en el mercado objetivo, los canales y el ciclo de vida del producto y estrategia promocional de la organización.• Define el número de elementos por escalón de acuerdo con las estrategias de cobertura, el medio de distribución para introducirse en los mercados elegidos, a partir del análisis del riesgo económico o de recursos y ayuda de los organismos públicos y de acuerdo con las políticas de la organización.	
--	---	--



	<ul style="list-style-type: none">• Diseña la red geográfica de distribuidores de acuerdo con el tamaño del mercado, los costos, distancias y centros de unidades de negocio, teniendo en cuenta los indicadores de gestión, con base los objetivos trazados por la organización.	
Evidencia de desempeño: Evidencia 4: Sesión virtual <i>"Prepositions"</i> .	<ul style="list-style-type: none">• Puede realizar actividades de verdadero o falso, basados en una conversación que ha escuchado o en un texto que ha leído.• Puede responder cuestionarios de selección múltiple, escritos en inglés.	Lista de chequeo: Sesión virtual.
Evidencia de producto: Evidencia 2: <i>Workshop "Distribution channels"</i> .	<ul style="list-style-type: none">• Puede realizar actividades de verdadero o falso, basados en una conversación que ha escuchado o en un texto que ha leído.• Puede responder cuestionarios de selección múltiple, escritos en inglés.	Lista de verificación: Taller.



<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 3: Estudio de caso “Estándares para seleccionar el canal”.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Establece los estándares del canal de distribución teniendo en cuenta el número de pedidos, la cantidad de unidades compradas, el espacio de venta por metro cuadrado, la rotación y número de visitas, participación y crecimiento del mercado, el número de devoluciones y averías de producto por cada canal en un tiempo determinado.• Calcula los estándares aplicando los procedimientos técnicos y tecnológicos existentes, de acuerdo con las estrategias aplicadas en la distribución, el nivel de servicio, el cumplimiento en la entrega, la calidad, los precios y el número de quejas y reclamos.• Implementa las políticas y estrategias de los canales de distribución de acuerdo con el plan de mercadeo, teniendo en cuenta las características de los productos y servicios, de acuerdo con la tecnología, tipos de empaques, precio,	<p>Lista de verificación:</p> <p>Estudio de caso.</p>
--	---	--



	fletes, tiempos para la distribución y penetración.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 5: Informe “Selección del tipo de canal”.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Implementa las políticas y estrategias de distribución de acuerdo con el plan de mercadeo.• Estructura la red de los sistemas de información de los canales de distribución, fundamentada sobre las características específicas, el entorno tecnológico, político, sociológico, jurídico y reglamentario de la organización.• Define el sistema de distribución y venta, de acuerdo con el tipo de canal, las características del producto o servicio y el plan de mercadeo, teniendo en cuenta procedimientos y elección de un sistema de distribución.• Selecciona los canales de distribución de acuerdo con la naturaleza del producto y el segmento del mercado, teniendo en cuenta los procedimientos que se	<p>Lista de verificación:</p> <p>Informe.</p>



	<p>siguen en la revisión del informe de selección en relación con las variables evaluadas en cada canal, de acuerdo con las políticas de la organización.</p> <ul style="list-style-type: none">• Clasifica los canales de distribución con base en su magnitud, metas de participación en el segmento de mercado, tamaño, volumen de venta, cobertura, capacidad financiera, combinación o mezcla de productos y experiencia en la distribución.• Selecciona el sistema de distribución considerando los de producción y marketing, factores de entrega y costo de los productos o servicios con base en el mercado objetivo, los canales, el ciclo de vida del producto y la estrategia promocional de la organización.• Elabora el plan de distribución teniendo en cuenta el potencial de la demanda, las fechas y eventos especiales, número de mayoristas o tiendas que se empleará para la distribución de	
--	---	--



	<p>los productos fundamentada en los cambios geográficos, el desarrollo de nuevos productos, el transporte, la tecnología, la competencia y los canales, de acuerdo con las estrategias de la compañía.</p> <ul style="list-style-type: none">• Establece los sistemas de distribución con base en el mercado objetivo, los canales y el ciclo de vida del producto y estrategia promocional de la organización.• Define el número de elementos por escalón de acuerdo con las estrategias de cobertura, el medio de distribución para introducirse en los mercados elegidos, a partir del análisis del riesgo económico o de recursos y ayuda de los organismos públicos y de acuerdo con las políticas de la organización.• Diseña la red geográfica de distribuidores de acuerdo con el tamaño del mercado, los costos, distancias y centros de unidades de negocio, teniendo en cuenta los indicadores de gestión,	
--	--	--



**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE**

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

	con base los objetivos trazados por la organización.	
--	--	--



4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	Duración (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (instructores)		Ambientes de aprendizaje tipificados
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	Escenario (Aula, laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Establecer canales de distribución para el producto o servicio objeto de negociación.	102					Tecnólogo en negociación internacional, profesional y/o tecnólogo en ingeniería industrial, ingeniería de mercados, logística, administradores de empresas, contabilidad, finanzas y ciencias afines, preferiblemente con	2	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

						especialización en logística, comercio internacional o negocios internacionales y ciencias afines. Profesional en idiomas o lenguas modernas.		
--	--	--	--	--	--	--	--	--



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Aéreo: se refiere al modo de transporte.

Aeropuerto: terminal aéreo dispuesto para cargar mercancías y pasajeros, que ingresan y salen del territorio.

Agente comercial: persona natural o jurídica que gestiona por cuenta ajena las operaciones de compra - venta. Interviene con poder suficiente en las operaciones de contrato de carácter comercial, gestionando incluso las operaciones de cobros y de pagos.

Agente de carga: operador que se encarga del manejo de la carga, que es objeto de negociación internacional.

Almacén: lugar o espacio físico donde se depositan las materias primas, el producto semiterminado o el terminado, a la espera de ser transferido al siguiente eslabón de la cadena de suministro.

Bien de capital: son los vehículos, las herramientas, los equipos, las máquinas, y las herramientas que están destinadas directa o indirectamente, para la producción o comercialización de bienes y servicios.

Bodegaje: el costo que se genera al mantener la mercancía almacenada.

Buque motonave: vehículo de transporte marítimo o fluvial.

Cadena logística: proceso de flujo de materiales e información entre proveedores y clientes.

Canal: circuito a través del cual los fabricantes, o productores, ponen a disposición de los consumidores, usuarios finales, los productos para que los adquieran.

Cantidad: número de unidades facturadas.

Comercializadora internacional: en Colombia, son empresas privadas con régimen especial, previa autorización de la DIAN, bajo la cual pueden efectuar compras de mercancías del mercado nacional, con destino a la exportación pero libres del impuesto a las ventas IVA y/o de la retención en la fuente.

Competitividad: capacidad de reducir los costos de una operación, manteniendo su eficiencia.



Contratos globales: tipo de negociación que se debe aplicar a nivel mundial, para un mismo cliente o a producto.

Costo: gasto que se genera al mover y/o transportar la carga.

Defecto: carencia de las cualidades propias o naturales de una cosa. Es la imperfección natural o moral.

Distribución Física Internacional (DFI): herramienta logística que se desarrolla para situar un producto en el mercado internacional, cumpliendo con los términos negociados entre el vendedor y el comprador. El objetivo primordial de la DFI es reducir los tiempos, los costos y el riesgo que se pueda generar.

Documentos: papeles que se deben emitir para los procesos de exportación e importación.

Entrega: acción del vendedor, de entregar la carga al comprador.

Exportación: acción de vender mercancías al exterior.

Franquicia: formato de negocio en el que una parte llamada franquiciante, cede al franquiciado la licencia de una marca a cambio de un derecho de entrega *franchise fee*, y los métodos de hacer negocios, a cambio de una tarifa periódica o regalía. En algunos casos, el franquiciante percibe también una regalía o un canon, por concepto del manejo publicitario de la marca.

Frontera: punto común entre dos países.

Giro directo: opción de pago donde se gira el dinero anticipadamente, para liberar el empaque.

Granel: carga que por sus características, se maneja en grandes cantidades.

Importación: transporte legítimo de bienes y de servicios del extranjero, los cuales son adquiridos por un país para distribuirlos en el interior del mismo.

Incremento: porcentaje que se estima, puede aumentar los precios después de aplicar costos.

Infraestructura de servicios: conjunto de servicios que se requieren para desarrollar una operación.

Logística de distribución: proceso que se requiere para la comercialización y el traslado de la propiedad de las mercancías o productos terminados; va desde el productor hasta los



clientes.

Logística: fragmento del proceso de gestión de la cadena de suministro que se encarga de la planificación, la implementación y el control eficiente del flujo de materiales y/o productos terminados. Además, se encarga del flujo de información, cumpliendo al máximo con las necesidades de los clientes y generando los mínimos costos operativos.

Marcas: se refiere a la información exterior, que debe incluir el embalaje de la carga.

Marítima: se refiere al medio de transporte marítimo o por vías navegables.

Mayorista: el distribuidor mayorista es un componente de la cadena de distribución, en el cual la empresa no se pone en contacto directo con los consumidores o usuarios finales, sino que entrega dicha tarea a un especialista. El mayorista es intermediario entre el fabricante, o proveedor, y el usuario final.

Minorista: el distribuidor minorista, venta en menudeo o detallista, es la empresa comercial o persona, que vende productos al consumidor final.

Origen: país de origen de la mercancía de exportación.

País de destino: país que compra o importador.

País de origen: país que vende o exportador.

Producto: nombre del bien objeto de importación o de exportación.

Riesgo: la posibilidad de siniestro a la que se expone la mercancía de una transacción internacional, bien sea una importación o una exportación.

Tangible: carga física o que puede tocarse.

Tasa de cambio: es la tasa con la cual se liquida la moneda facturada a pesos colombianos.

Tiempo de producción: período de tiempo entre la iniciación y el término de un proceso de producción.

Tiempo de tránsito: período de tiempo, entre la salida de planta del producto y su llegada al destino final.

Transferencia de riesgo: cuando se transfiere la responsabilidad de la carga, del vendedor al comprador.



Transportador: persona natural o jurídica que efectúa el transporte de los bienes y/o servicios.

Transporte local: servicio de movilizar la carga dentro del territorio nacional.

Transporte principal: medio seleccionado para movilizar la carga de un lugar a otro, en un vehículo principal.

Unidad de empaque: unidades en las que se facturan los productos.

Utilidad proyectada: utilidad estimada de un producto exportado o importado.

Vendedor: quien realiza el proceso de exportar.

Volumen: espacio que ocupa la carga debidamente empacada y embalada.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Belio, J. y Sainz, A. (2007). *Claves para gestionar precio, producto y marca*. Madrid, España: Wolkers Klumer.
- British Council. (s.f.). *Learn english teens*. Consultado el 09 de agosto de 2016, en <http://learnenglishteens.britishcouncil.org/>
- Buhalis, D. y Laws, E. (2001). *Tourismo Distribution Channels*. Cornwall, Reino Unido: Thomson Learning.
- Carpintero, L. (2014). *Políticas de marketing internacional*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Castellanos, A. (2015). *Logística comercial internacional*. Bogotá, Colombia: Universidad del Norte.
- Ceipa. (s.f.). *Canales de distribución física*. Consultado el 09 de agosto de 2016, en <https://campus.ceipa.edu.co>
- Cobb, W. y Johnson, M. (2012). *Vocabulary*. Bloomington, Estados Unidos: Liberty Drive.
- Correa, A. y Gómez, R. (2008). Tecnologías de la información en la cadena de suministro. *Dyna*, 76(157), 37-48.



- Dorta, P. (2013). *Transporte y logística internacional*. Las palmas, España: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- El País. (2016). *La carrera de la entrega 'express' agita los almacenes*. Consultado el 09 de agosto de 2016, en www.elpais.com
- English grammar online. (s.f.). *Prepositions*. Consultado el 18 de agosto de 2016, en www.academia.edu
- Kirberg, A. (2014). *Desarrollo de nuevos productos creatividad, innovación y marketing*. México, México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Lamb, C., Hair, J. y McDaniel, C. (2002). *Marketing*. México, México D.F.: Thompson Editores S.A.
- Mestre a casa. (s.f.). *Motivaciones de compra y tipología de clientes*. Consultado el 09 de agosto de 2016, en <http://mestreacasa.gva.es/web/guest/inicio>
- Peñalver, P. (s.f.). *Política de distribución*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Perea, N. (2013). *English prepositions*. Bogotá, Colombia: Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).
- Pixabay. (2012). *Dinero, costos y negocios*. Consultado el 18 de agosto de 2016, en www.pixabay.com
- Pixabay. (2015). *Paquetes de transporte*. Consultado el 18 de agosto de 2016, en www.pixabay.com
- Quintero, M. (2011). *Indicadores logísticos*. Bogotá, Colombia: Proexport.
- Salas, R. (s.f.). *Un modelo de referencia del comercio electrónico en la red*. Consultado el 09 de agosto de 2016, en <http://winred.com/>
- Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). (s.f.). *Channels of distribution*. Bogotá, Colombia: Autor.



7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Expertas técnicas

Ismari Herrera Jerez
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Julio de 2016.

Manuela Jaramillo Mejía
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Julio de 2016.

Asesora Pedagógica

Gloria Amparo López Escudero
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Agosto de 2016.

Guionista

Paola Andrea Bobadilla Gutiérrez
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Agosto de 2016.



GUÍA DE APRENDIZAJE N° 5

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Programa de Formación: Tecnólogo en Negociación Internacional.		Código: 122702		
		Versión: 02		
Nombre del Proyecto: Negociación de productos colombianos basados en acuerdos internacionales.		Código: 1301046		
Fase del proyecto: Planeación.				
Actividad (es) del proyecto:	Actividad (es) de aprendizaje:	Ambiente de formación escenario	Materiales de formación	
			Devolutivo (Herramienta – equipo).	Consumible (Unidades empleadas durante el programa).
Definir rutas de transporte según canal de distribución seleccionado.	Gestionar la red de distribución de acuerdo con modos de transporte.	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.		
Resultados de Aprendizaje: 210101026-01: Elaborar las rutas de transporte teniendo en cuenta la naturaleza de los objetos o elementos que se van a transportar, infraestructura, el origen, destino, tiempo, distancia y		Competencia: 210101026: Coordinar el transporte según medios y modos.		



<p>recorrido fijando tiempos en el ruteo, elaborando el plan de ruta crítica con el apoyo de Software especializado, de acuerdo con el clima, la seguridad aérea, marítima, terrestre, fluvial infraestructura de basado en las normas legales vigentes y las políticas establecidas por la organización.</p> <p>210101026-02: Soportar las rutas asignadas para el transporte de carga y reglamentadas con los mapas respectivos de vías y recorridos teniendo en cuenta las normas nacionales e internacionales vigentes elaborando las rutas para cada fase de transporte de destino a destino, simulando y verificando el cumplimiento de los parámetros establecidos en la ruta, de acuerdo con las normas legales vigentes y las políticas trazadas por la empresa.</p> <p>210101026-03: Asignar las rutas de transporte según las vías asignadas para la movilización de la carga teniendo en cuenta las normas legales nacionales e internacionales vigentes de importación y exportación, determinando las rutas de transporte elaboradas según las vías asignadas para la movilización de la carga de importación y exportación, de acuerdo con los objetivos fijados por la empresa.</p>	
<p>240201500-11: Asumir los deberes y derechos con base en las leyes y la normativa institucional en el marco de su proyecto de vida.</p>	<p>240201500: Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.</p>



240201502-01: Reproducir en inglés frases o enunciados simples que permitan expresar de forma lenta ideas o conceptos.	240201502: Producir textos en inglés en forma escrita y oral.
Duración de la guía (en horas):	160 horas.

2. INTRODUCCIÓN

Los empresarios que buscan comercializar sus productos en el exterior, deben prepararse para que estos y la mercancía en general, tengan buena aceptación y cumplan con la normatividad internacional, pues esto se verá reflejado en el posicionamiento que se logre en los mercados externos. Todas las organizaciones deben procurar que sus actividades y operaciones sean procesos perfectamente controlados y presupuestados, para ello, es preciso comprender la dinámica y oportunidades que brindan los mercados internacionales, conocer las rutas, los medios y los modos de transporte; igual que determinar las ventajas y los tipos de productos que se requieren en esos mercados.

Después de haber determinado el mercado potencial para el ingreso del producto a exportar, hay que enfocarse en la tarea de analizar, desarrollar y ejecutar las estrategias de distribución física necesarias, estructurando los medios, los mecanismos y los canales al interior de la organización.

Sumado a ello, si los países donde se va a exportar son de habla inglesa, se hace indispensable manejar dicho idioma, con el fin de seleccionar unas rutas adecuadas que permitan llevar los productos a los sitios donde están los compradores y consumidores en el menor tiempo posible y con la mejor calidad de servicio, siempre velando porque el producto conserve sus condiciones óptimas a través de operaciones logísticas con alto grado de competitividad en las que haya control y seguimiento.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 160 horas, correspondientes a un 20% de horas Directas (**D**), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80% de horas Independientes (**I**), que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario revisar el material de formación, explorar los materiales complementarios y efectuar consultas en internet.



Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentra en la siguiente ruta: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 5: Gestionar la red de distribución de acuerdo con modos de transporte. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia: Cumplir lo pactado**

La selección adecuada de las rutas según el canal de distribución permite que los productos sean llevados en el menor tiempo posible a los sitios donde están los compradores y consumidores, además con la mejor calidad de servicio.

Por lo anterior y como enriquecimiento personal, reflexione sobre la siguiente pregunta:

¿Qué implicaciones trae para un exportador no entregar la mercancía en la fecha estipulada?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 5, por lo tanto no es calificable.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

- **Evidencia: Costos del sistema logístico**

En la sesión inaugural del XI Congreso Internacional de Logística que se celebra en Bogotá, el presidente de Analdex, Javier Díaz, señaló que el promedio de América Latina es de USD1.283, lo que significa que Colombia está USD1.072 por encima de la media.

Mientras que en Colombia enviar un contenedor del centro del país a un puerto cuesta en promedio USD2.355, esa misma operación en Chile vale USD980, México USD1.450 y Perú USD1.890, dijo Díaz, quien aseguró que los altos costos castigan la



competitividad del país. El dirigente gremial recomendó modernizar el sector y trabajar en alertas rápidas, pagos telemáticos y un nuevo estatuto aduanero sobre un sistema electrónico que maneje de manera más eficiente los bienes perecederos.

Díaz también considera que el atraso puede mejorar si el país afronta retos en materia de seguridad y gestión del riesgo, así como una mejora en aeropuertos y carreteras e incluso recuperar los ferrocarriles y la navegación fluvial. En su intervención, el presidente de la Asociación de Empresas Seguras, Carlos Farfán, que agrupa a 220 compañías de varios países del continente americano, señaló que el narcotráfico para Colombia es una de las amenazas y problemas más graves en la operación logística.

Por otro lado, el director del Departamento Nacional de Planeación (DNP), Simón Gaviria, adelantó los primeros resultados de la Encuesta Nacional Logística, elaborada por esta entidad a empresarios del sector. Los primeros resultados indican que las dos principales barreras que impactan la logística son los altos costos de transporte y la infraestructura (vial, de puertos y aeropuertos), detalló Gaviria.

Asimismo, Gaviria dijo que el 67,7% de los empresarios exportadores encuestados respondió que la legislación aduanera actual no les brinda la suficiente seguridad jurídica que requieren las operaciones en el exterior. (EFE, 2015)

Después de leer el anterior texto y como enriquecimiento personal, analice los siguientes interrogantes:

- o ¿Cuáles son las problemáticas que están afectando los costos logísticos de Colombia?
- o ¿De qué manera puede impactar al desarrollo de un país los altos costos logísticos y una mala infraestructura vial?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 5, por lo tanto no es calificable.



3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 1: Autoevaluación “Mejoramiento personal”**

El hecho de que se deba recurrir a los términos de libertad, justicia respeto, responsabilidad, entre otros, como marco conceptual para el ejercicio social y profesional, hace que surja la inquietud de que estos saberes se conviertan en conocimientos activos y que sean utilizados de forma continua en el actuar diario y no solo en el campo laboral sino también en el social y familiar, por lo tanto el objetivo de esta evidencia es que se apropie de estos conceptos realizando una autoevaluación para su mejoramiento personal.

Para el desarrollo de esta autoevaluación lea los conceptos que se encuentran formulados en la tabla que aparece en la evidencia descargable, luego diligénciela en su totalidad, colocando al frente de cada uno de estos, su autoevaluación teniendo en cuenta que debe escoger uno de los siguientes niveles de valoración y justificar su respuesta:

- o Bueno.
- o Por mejorar.
- o Bueno y puedo mejorar.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 5: Gestionar la red de distribución de acuerdo con modos de transporte / Evidencia 1: Autoevaluación “Mejoramiento personal”. **Total horas: 12, 2(D) y 10(I).**



- **Evidencia 2: Evaluación “Programación del transporte”**

Resuelva esta evaluación con el propósito de poner en evidencia sus conocimientos con relación a la identificación de las rutas, medios y modos de transporte para determinar las ventajas en el envío de los diferentes tipos de productos que se requieren en esos mercados.

Esta evaluación consta de diez (10) preguntas, responda correctamente cada una de ellas, para ello lea y analice el material de formación de esta actividad de aprendizaje denominado **Modos y medios de transporte**, así como el material complementario **Hablemos de empaques y envases para productos perecederos**.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 5: Gestionar la red de distribución de acuerdo con modos de transporte / Evidencia 2: Evaluación “Programación del transporte”. **Total horas: 10, 1(D) y 9(I).**

- **Evidencia 3: Taller “Cubicaje y liquidación de fletes”**

Realizar un correcto proceso de cubicaje permite optimizar el espacio utilizado en los contenedores, lo que disminuye costos en los fletes y en la cadena de distribución, ayudando a mantener el buen estado de la mercancía durante su transporte.

Por lo tanto, el objetivo de esta evidencia es que desarrolle la habilidad de hacer los cálculos para cubicar los contenedores de carga, tanto de forma manual, como con un software especializado, es decir, con diferentes simuladores que podrá encontrar en la web y así realizar con estos datos la liquidación de los respectivos fletes necesarios para programar el transporte de su producto.

Para desarrollar esta evidencia es importante que consulte y analice el material de formación denominado **Modos y medios de transporte**, al igual que los siguientes materiales complementarios:

- o Documento Conpes 3547.
- o Infraestructura logística y transporte de carga en Colombia 2015.

Adicionalmente puede descargar alguno de los software gratuitos que se encuentran en la web, por ejemplo: Softtruck, easycargo3d o explorar la página SeaRates, estos le servirán de ejemplo para aprender a cubicar directamente en los contenedores. Tenga en cuenta que una vez descargado el software, sólo estará disponible por un número determinado de días.



Luego del análisis de estos materiales, lea el caso que se expone a continuación:

La empresa comercializadora “Dicomex” está manejando 5 líneas de productos para exportación y necesita realizar el respectivo cubicaje, el factor estiba, el peso total de la carga de cada línea, entre otros cálculos, para poder establecer los costos a cancelar, contemplando como opciones contenedores de 20” y contenedores de 40”.

Basado en lo anterior:

1. Consulte la tabla que se encuentra adjunta a esta evidencia descargable en una hoja en formato Excel y complete los recuadros que aparecen resaltados de color amarillo.
2. Elabore un documento donde determine el transporte más adecuado según la naturaleza y lugar de destino de cada producto, teniendo en cuenta que:
 - La carga general va a enviarse a Canadá.
 - Las barras de acero van a Chile.
 - Las pacas de algodón a China.
 - Los sacos de café a Japón.
 - Las flores a Estados Unidos.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe los archivos (Tabla en Excel y documento) al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 5: Gestionar la red de distribución de acuerdo con modos de transporte / Evidencia 3: Taller “Cubicaje y liquidación de fletes”. **Total horas: 30, 6(D) y 24(I).**

• **Evidencia 4: Plan de mejoramiento “Derechos y principios éticos en ejercicio de mi profesión”**

Cuando se hace referencia a los derechos humanos como aquellas libertades, inmunidades y beneficios que todos pueden reclamar como un derecho de la sociedad, son reclamaciones que deben estar animadas invariablemente desde la ética y necesariamente sustentadas por la leyes y la Declaración Universal de Derechos



Humanos (DUDH) de las Naciones Unidas; para un profesional es importante saber ejercer sus derechos, al igual que contar con las competencias necesarias para su ejercicio laboral, logrando un desarrollo integral; por lo tanto se espera que con esta evidencia adquiera las habilidades éticas para el ejercicio de su profesión y que también identifique los derechos que le son procedentes.

Para dar cumplimiento al objetivo de esta evidencia, consulte el material de formación denominado **Ética profesional: un deber, un derecho** y posteriormente desarrolle lo siguiente:

1. Observe el mapa conceptual de los derechos humanos que encuentra en la evidencia descargable y con base a este identifique cuáles de estos derechos puede ejercer como Tecnólogo en Negociación Internacional y de qué manera lo haría.
2. Escoja los cinco (5) valores éticos que crea más importantes y para cada uno de ellos elabore una ficha conceptual con lo siguiente:
 - Definición de valor.
 - Ejemplo de valor.
 - Relación del valor con su cotidianidad.
 - Aplicación del valor a una situación práctica en su proyecto de vida.
3. Elija cinco (5) principios éticos y para cada uno de ellos elabore una ficha conceptual que contenga:
 - Definición del principio.
 - Ejemplo del principio.
 - Relación del principio con su cotidianidad.
 - Aplicación del principio a una situación práctica como Tecnólogo en Negociación Internacional.
4. A partir de los valores éticos que escogió, construya un resumen corto sobre cómo dichos valores los puede orientar hacia su mejoramiento personal.
5. Basándose en los principios éticos que eligió, elabore un resumen corto sobre cómo puede utilizar esos principios para el mejoramiento de sus competencias ciudadanas.



6. Finalmente presente en un documento escrito los puntos anteriores y adicionalmente el plan de mejoramiento con lo siguiente:

- Título.
- Introducción.
- Fichas de valores éticos.
- Fichas de principios éticos.
- Propuesta de mejoramiento personal.
- Propuesta de mejoramiento en competencias ciudadanas.
- Conclusiones.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 5: Gestionar la red de distribución de acuerdo con modos de transporte / Evidencia 4: Plan de mejoramiento “Derechos y principios éticos en ejercicio de mi profesión”. **Total horas: 36, 6(D) y 30(I).**

• **Evidencia 5: Investigación “Ruteador”**

Dentro de la Distribución Física Internacional (DFI), el transporte es uno de los componentes más importantes ya que en su correcto diseño e implementación radica el éxito del suministro de los productos a entregar, en la medida en que estos lleguen a tiempo, en buen estado y en las cantidades acordadas con el cliente, lo que lo convierte a su vez en un costo representativo para el precio del producto.

El uso de herramientas informáticas, como ruteadores o enrutadores, genera mayor facilidad en el diseño y en la toma de decisiones, ya que logran optimizar la asignación de rutas de acuerdo con las condiciones climáticas, el estado de las vías, la capacidad de los vehículos a utilizar, minimizando así el tiempo y los costos en la actividad logística de transporte.

Esta evidencia le permitirá establecer las características de este tipo de software, sus aplicaciones y beneficios dentro del proceso de programación del transporte.



Para lograr el objetivo de esta evidencia se requiere de la lectura del material de formación de esta actividad de aprendizaje y del material complementario denominado **Gastos de transporte en el valor en aduana**, adicionalmente investigue lo siguiente:

- o ¿Qué es un software de ruteo, también llamado enrutador o ruteador? Dé algunos ejemplos.
- o ¿Cuáles son sus aplicaciones y sus beneficios?
- o ¿Dicho software cómo aporta valor agregado al producto?
- o ¿Qué es un plan de ruta crítica?

Luego de esta investigación y de las lecturas de los materiales, suponga que tiene tres puntos de producción de su artículo a comercializar, ubicados en las siguientes ciudades: Cali, Bogotá, Medellín y que debe realizar un despacho hacia la Sociedad Portuaria Regional de Barranquilla (SPRB). Por lo anterior, realice un plan de ruta que incluya las siguientes variables:

- o Tiempo en horas de viaje.
- o Distancia en kilómetros.
- o Estado de las vías.
- o Gastos y fletes estimados de transporte: gasolina, peajes y gastos adicionales.

Finalmente, elija la mejor opción de ruta terrestre para el envío de su producto y justifique su elección.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 5: Gestionar la red de distribución de acuerdo con modos de transporte / Evidencia 5: Investigación “Ruteador”. **Total horas: 20, 5(D) y 15(I).**

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la



plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 6: Informe “Definición de rutas”**

El proceso globalizador de los mercados y de la producción que contribuye a la desaparición de las barreras al comercio entre los países, actualmente está llevando a que las naciones desarrollen estrategias logísticas para aprovechar el ingreso a dichos mercados, las cuales requieren de un transporte más eficiente para el traslado de las mercancías, desde los centros de producción hasta los centros de consumo y/o de transferencia al comercio exterior como puertos, aeropuertos y pasos fronterizos.

Con la presente evidencia se busca consolidar los conocimientos adquiridos hasta el momento sobre el componente físico de la logística, es decir, el transporte que se despliega a través de sus diferentes modos y medios en un contexto geográfico.

Tomando como referencia el producto previamente seleccionado en la Actividad de aprendizaje 1 / **Evidencia 10: Informe “Método de selección de ideas”** y el país destino de la exportación establecido en la Actividad de aprendizaje 2 / **Evidencia 3: Ejercicio práctico “Evaluar mercados potenciales”** y con el grupo de trabajo con el que viene desarrollando algunas evidencias, realicen un informe que determine lo siguiente:

1. El tipo y naturaleza del producto a exportar y las características de la carga.
2. El tipo de empaque y embalaje a utilizar.
3. Las restricciones para el transporte del producto (si las hay) tanto nacionales como internacionales.
4. El corredor logístico del país para movilizar el producto seleccionado, a partir del origen o centro de producción/región productiva, hasta el nodo de transferencia para el comercio exterior (puerto, aeropuerto, frontera terrestre) en Colombia.
5. Modos y medios de transporte requeridos para movilizar el producto por el corredor logístico en Colombia.
6. Tiempo estimado en días que se demorará la carga en llegar al puerto, aeropuerto o frontera terrestre en Colombia si no se presentan contratiempos.



7. Suponiendo que van a entregar la carga en el país de destino, determinen el lugar, la ciudad específica, a la que llegará el producto, los modos y los medios de transporte utilizados para el tránsito internacional hasta la ciudad destino en el país comprador.
8. Realicen un cuadro de costos estimados de la DFI de sus productos, teniendo en cuenta empaques y embalaje, cubicaje, especificando qué tipo de contenedor utilizará, y paletización.
9. Diagnostiquen cuáles serían los posibles inconvenientes que podría sufrir el envío de la carga durante el proceso de transporte, qué consecuencias traería y planteen las acciones necesarias para prevenirlos.
10. Deben apoyar este informe con recursos como: imágenes, fotografías y mapas.

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique el informe en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 5: Gestionar la red de distribución de acuerdo con modos de transporte / Evidencia 6: Informe “Definición de rutas”. **Total horas: 30, 6(D) y 24(I).**

- **Evidencia 7: Dialogue “Coordinating trucking”**

En el uso de una lengua extranjera, es importante saber aplicar y utilizar el vocabulario para afianzar la competencia comunicativa, por tal razón, la presente evidencia tiene como finalidad la producción verbal en inglés y con esto fortalecer su pronunciación.

Para desarrollar esta evidencia debe tener en cuenta lo aprendido con el material de formación denominado **Means of transportation** y elabore un diálogo en inglés con las siguientes características:

- o El tema central debe ser la definición del transporte terrestre que realizó para su producto en la **Evidencia 5: Investigación “Ruteador”** de esta guía de aprendizaje.
- o En el diálogo deben participar por lo menos tres personajes y cada uno de ellos debe



tener como mínimo 10 intervenciones.

- o Grabe un audio con el diálogo elaborado.

Envíe al instructor el audio a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 5: Gestionar la red de distribución de acuerdo con modos de transporte / Evidencia 7: *Dialogue "Coordinating trucking"*. **Total horas: 22, 6(D) y 16(I).**

3.5. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 2: Evaluación "Programación del transporte".	<ul style="list-style-type: none">• Elabora las rutas de transporte teniendo en cuenta la naturaleza de los objetos o elementos que se van a transportar, infraestructura, el origen, destino, tiempo, distancia y recorrido fijando tiempos en el ruteo, de acuerdo con las políticas de la organización.• Elabora el plan de ruta crítica con el apoyo de software especializado de ruteo, teniendo en cuenta el clima, la seguridad aérea, marítima, terrestre, fluvial infraestructura de acuerdo con las normas legales vigentes y las políticas establecidas por la organización.	Cuestionario: Evaluación.



	<ul style="list-style-type: none">• Contempla la programación del transporte de acuerdo con la naturaleza, peso, volumen de la carga, el medio y el modo de transporte, de acuerdo con las normas nacionales e internacionales vigentes y las necesidades de la empresa.	
Evidencia de desempeño: Evidencia 7: <i>Dialogue “Coordinating trucking”.</i>	<ul style="list-style-type: none">• Saluda en inglés utilizando expresiones de cortesía de acuerdo con el momento del día.• Dramatiza en inglés una historia breve utilizando verbos regulares e irregulares.• Puede iniciar un discurso, tomar la palabra y terminar una conversación técnica de su profesión.	Lista de chequeo: Audio.
Evidencia de producto: Evidencia 1: Autoevaluación “Mejoramiento personal”.	<ul style="list-style-type: none">• Vivencia su proyecto de vida en el marco del Desarrollo Humano Integral según competencias ciudadanas.• Desarrolla actividades de autogestión orientadas hacia el	Lista de verificación: Autoevaluación.



	mejoramiento personal según los requerimientos del proceso formativo.	
Evidencia de producto: Evidencia 3: Taller “Cubicaje y liquidación de fletes”.	<ul style="list-style-type: none">• Asigna las rutas de transporte según las vías asignadas para la movilización de la carga teniendo en cuenta las normas legales nacionales e internacionales vigentes de importación y exportación y de acuerdo con lo establecido por la empresa.• Asigna las rutas de transporte elaboradas según las vías asignadas para la movilización de la carga de importación y exportación, teniendo en cuenta las normas vigentes y objetivos fijados por la empresa.• Define las rutas de acuerdo con el servicio en puertos, aeropuertos y terminales de carga, de acuerdo con las normas nacionales e internacionales vigentes para la importación y exportación teniendo en cuenta las políticas de la empresa.	Lista de verificación: Taller.



	<ul style="list-style-type: none">• Tiene en cuenta la trazabilidad del servicio al cliente en la elaboración de rutas de transporte de mercancías de importación y exportación, de acuerdo con las normas nacionales e internacionales vigentes y los objetivos fijados por la organización.• Determina las rutas con base en los volúmenes de carga de compra y venta de importación y exportación cubriendo las necesidades de la empresa.• Programa el transporte de acuerdo con las estrategias de distribución, el plan de estibas de acuerdo con las normas nacionales e internacionales vigentes a partir de las rutas establecidas por la empresa.	
Evidencia de producto: Evidencia 4: Plan de mejoramiento “Derechos y principios éticos en ejercicio de mi profesión”.	<ul style="list-style-type: none">• Vivencia su proyecto de vida en el marco del Desarrollo Humano Integral según competencias ciudadanas.	Lista de verificación: Plan de mejoramiento.



	<ul style="list-style-type: none">• Desarrolla actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal según los requerimientos del proceso formativo.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 5: Investigación “Ruteador”.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Elabora las rutas de transporte teniendo en cuenta la naturaleza de los objetos o elementos que se van a transportar, infraestructura, el origen, destino, tiempo, distancia y recorrido fijando tiempos en el ruteo, de acuerdo con las políticas de la organización.• Elabora el plan de ruta crítica con el apoyo de software especializado de ruteo, teniendo en cuenta el clima, la seguridad aérea, marítima, terrestre, fluvial infraestructura de acuerdo con las normas legales vigentes y las políticas establecidas por la organización.• Contempla la programación del transporte de acuerdo con la naturaleza, peso, volumen de la carga, el medio y el modo de	<p>Lista de verificación:</p> <p>Investigación.</p>



	transporte, de acuerdo con las normas nacionales e internacionales vigentes y las necesidades de la empresa.	
Evidencia de producto: Evidencia 6: Informe "Definición de rutas".	<ul style="list-style-type: none">• Soporta las rutas asignadas para el transporte de carga y reglamentadas con los mapas respectivos de vías y recorridos, teniendo en cuenta las normas nacionales e internacionales vigentes ajustadas a las políticas de la organización.• Elabora las rutas para cada fase de transporte de destino a destino, simulando y verificando el cumplimiento de los parámetros establecidos en la ruta, teniendo en cuenta las normas legales vigentes y de acuerdo con las políticas trazadas por la empresa.• Tiene en los costos y aplicación de tarifas de fletes dependiendo del modo de transporte, las rutas, tiempos y necesidades de los importadores y exportadores, de acuerdo con las necesidades de la	Lista de verificación: Informe.



	<p>empresa.</p> <ul style="list-style-type: none">• Establece los horarios y tiempos en la programación del transporte según rutas de origen y destino de la carga y terminales marítimos, de acuerdo con normas nacionales e internacionales teniendo en cuenta las políticas de la organización.• Diseña la programación de transporte según las diferentes técnicas y metodologías teniendo en cuenta la disponibilidad de los medios modos de transporte y el tiempo de cargue y descargue, de acuerdo con las normas nacionales e internacionales y las políticas establecidas por la organización.• Tiene en cuenta en la programación del transporte las restricciones internas y externas, centro de acopio, plantas y situación vial de acuerdo con las normas nacionales e internacionales y los de la organización.	
--	--	--



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

	<ul style="list-style-type: none">• Tiene en cuenta la programación del transporte y las formas de consolidación de la carga según normas nacionales e internacionales y las políticas de la organización.• Clasifica las empresas que manejan seguros y fletes, deben estar certificadas y habilitadas frente a las autoridades competentes nacionales e internacionales.	
--	---	--



4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	Duración (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (instructores)		Ambientes de aprendizaje tipificados
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	Escenario (Aula, laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Definir rutas de transporte según canal de distribución seleccionado.	160					Tecnólogo en negociación internacional, profesional y/o tecnólogo en ingeniería industrial, ingeniería de mercados, logística, administradores de empresas, contabilidad, finanzas y ciencias afines, preferiblemente con	3	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

						especialización en logística, comercio internacional o negocios internacionales y ciencias afines.		
						Profesional en ciencias humanas.		
						Profesional en idiomas o lenguas modernas.		



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Agente comercial: Persona natural o jurídica que tiene por oficio gestionar por cuenta ajena las operaciones de compra-venta. Interviene con poder suficiente en las operaciones de contrato de carácter comercial, gestionando incluso las operaciones de cobros y pagos.

Agente de aduanas: operador logístico autorizado por la aduana o habilitado ante esta por la autoridad competente, para despachar mercancías por cuenta ajena. También llamado agente aduanal o aduanero, despachante de aduana o corredor aduanero.

Agente de Carga Internacional: persona jurídica inscrita ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, para actuar exclusivamente en el modo de transporte marítimo, cuyo objeto social incluye coordinar y organizar embarques, consolidar carga de exportación o desconsolidar carga de importación, emitir y recibir del exterior los documentos de transporte propios de su actividad, se puede ahondar en el artículo 1 del decreto 2685 de 1999. (DIAN, s.f.).

Agente de carga: operador que se encarga del manejo de la carga objeto de negociación internacional.

Arancel: impuesto o tasa que se aplica a los productos de exportación o importación.

Área logística de distribución: son plataformas logísticas de carácter regional con todos los servicios y equipamientos necesarios para llevar a cabo actividades de almacenamiento y distribución.

Avería Gruesa: es el acto voluntario, donde el capitán de la nave ordena la echazón de mercancías al mar, en caso de inminente riesgo para la comunidad marítima, donde cada uno debe contribuir proporcionalmente para resarcir las pérdidas, tanto reparación del buque como las pérdidas de mercancías. Para esto se toma un seguro.

Bodegaje: costo que se genera al mantener la mercancía almacenada.

Cabotaje: navegación o tráfico que hacen los buques entre los puertos de su nación sin perder de vista la costa. La legislación marítima y la aduanera de cada país suelen alterar sus límites en el concepto administrativo, pero sin modificar por lo común su concepto técnico.

Cadena logística: proceso continuo de flujo de materiales e información entre proveedores



y clientes.

Canal: es el circuito a través del cual los fabricantes, productores, ponen a disposición de los consumidores o usuarios finales, los productos para que los adquieran.

Carga suelta: carga que por sus características de peso y volumen son de menor capacidad para emplear un solo contenedor.

Carga unitarizada: reunión de agrupaciones de cierto número de artículos o bultos en un sólo conjunto, con el propósito de facilitar su manipulación, la estiba, el almacenamiento, el transporte o la utilización posterior de su contenido.

Carrier: transportador.

Centros de carga aérea: centros logísticos intermodales aéreo-carreteros vinculados a grandes terminales de carga aérea con sus correspondientes instalaciones para la conexión terrestre, habitualmente dotadas de infraestructura aduanera y controles de comercio exterior.

Centros de transporte terrestre: son plataformas de servicios al transporte de carácter local, metropolitano o de soporte al tránsito interurbano de media y larga distancia por carretera; cuentan con servicios a la carga, al vehículo y al transportador.

Comercializadora internacional: empresas privadas con régimen especial, previa autorización de la DIAN, bajo el cual pueden efectuar compras de mercancías del mercado nacional con destino a la exportación, libres del impuesto a las ventas IVA y/o de la retención en la fuente.

Consideración: el concepto de consideración dispone en nuestra lengua de varias referencias sin duda, una de las más difundidas es aquella que dice que la consideración es una conducta típicamente humana y que se caracteriza por la expresión de respeto, de cortesía hacia alguien en situación de condición difícil o porque se lo admira.

Corredores logísticos: aquel que articula de manera integral orígenes y destinos en aspectos físicos y funcionales como la infraestructura de transporte, los flujos de información y las comunicaciones, las prácticas comerciales y de facilitación del comercio.

Croos Docking: manipulación de mercancías que están en tránsito hacia un punto de ventas, también es un sistema de distribución de mercancías que son recibidas en un centro de distribución, preparadas, empacadas y distribuidas a diferentes puntos de entrega, según la logística de cada centro.

Customer: cliente.



Deberes: son las actividades, actos y circunstancias que implican una determinada obligación moral o ética, que todos los seres humanos, estamos obligados a cumplir a modo de asegurar al resto de la humanidad la posibilidad de vivir en dignidad.

DFI: Distribución Física Internacional, es la herramienta logística que se desarrolla en torno a situar un producto en el mercado internacional cumpliendo con los términos negociados entre el vendedor y el comprador. Su objetivo principal es reducir al máximo los tiempos, los costos y el riesgo que se puedan generar durante el trayecto, desde el punto de salida en origen hasta el punto de entrega en destino.

Documentos de embarque: conjunto de documentos requeridos para realizar un embarque.

Embarcador: operador logístico que facilita la gestión de preparación y embarque de la mercancía.

Empatía: es la capacidad cognitiva de percibir (en un contexto común) lo que otro ser puede sentir. También es descrita como un sentimiento de participación afectiva de una persona con otra donde se establecen lazos de identidad en realidades circundantes.

Features: rasgos o características.

Liquidación del flete: es el resultante de la tarifa básica más los recargos y/o descuentos si da lugar a ellos.

Logística de distribución: es el proceso que se requiere para la comercialización y traslado de la propiedad de las mercancías o productos terminados, desde el productor hasta los clientes.

Logística: parte del proceso de gestión de la cadena de suministro encargada de la planificación, implementación y control eficiente del flujo de materiales y/o productos terminados, así como el flujo de información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de destino, cumpliendo al máximo con las necesidades de los clientes y generando los mínimos costos operativos.

Mercancías peligrosas: productos declarados peligrosos que tienen restricciones de embarque.

Multimodal: se refiere al manejo de carga donde se combinan diferentes medios de transporte.



Operador logístico: persona o empresa que coordina todas las actividades de dirección del flujo de los materiales y productos que necesite una empresa, desde la fuente de suministro de los materiales hasta su utilización por el consumidor final.

Paletización: es el sistema de almacenaje o transporte de mercancías mediante el empleo de paletas, permite aplicar diversos embalajes sobre un elemento llamado paleta, con la que puede manipularse un peso considerable en una sola operación, en lugar de tener que manipular los embalajes uno a uno. Por regla general, se utiliza en el modo aéreo de transporte.

Plataformas logísticas: es el conjunto de instalaciones inmobiliarias y el transporte físico de mercancías entre los diversos agentes, en donde se involucra totalmente a la infraestructura de transporte como medio de conexión entre ellos.

Retailer: minorista.

Sistema logístico nacional: sinergia de todos y cada uno de los involucrados en la adquisición, el movimiento, el almacenamiento de mercancías y el control de las mismas; así como todo el flujo de información asociado a través de encauzar rentabilidad presente y futura en términos de costos y efectividad en el uso, prestación, facilitación de servicios logísticos y de transporte.

Supply chain: cadena de abastecimiento.

Tolerancia: valor moral que implica el respeto íntegro hacia el otro, hacia sus ideas, prácticas o creencias, aun cuando sean diferentes o contrarias a las propias, es también el reconocimiento de las diferencias inherentes a la naturaleza humana, a la diversidad de las culturas, las religiones, las maneras de ser o de actuar.

Zonas logísticas multimodales: las terminales ferroviarias intermodales pueden combinarse con los centros de transporte conformando grandes plataformas logísticas intermodales, especialmente ferrocarril - carretera, con una mayor complejidad funcional.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Academic Success Center. (s.f.). *List of adjectives*. Tennessee, Estados Unidos: ASC.
- Afnor groupe. (s.f.). *Norma Afnor*. Francia: Autor.
- Aragón. (2001). *Estudio de la situación logística en las empresas*. Autor.



- Arecco, A. (2013). *Logística del transporte internacional*. Perú: Autor.
- Argandoña, A. (2009). *Manual de la empresa responsable y sostenible: conceptos, ejemplos y herramientas de la responsabilidad social corporativa o de la empresa*. Madrid, España: McGraw Hill España.
- Beltrán, A. (2013). *Means of transportation*. Bogotá, Colombia: Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).
- Benavidez, M., Sánchez, L. y Trujillo, A. (2009). *Gastos de transporte en el valor en aduana*. Bogotá, Colombia: DIAN.
- Castellanos, A. (2015). *Logística comercial internacional*. Bogotá, Colombia: ECOE ediciones.
- Christopher, M. (s.f.). *The council of logistics management*. Reino Unido: Universidad británica Cranfield.
- Concha, A., Umaña, L. y Vargas, M. (2011). *El seguro de transporte de carga*. Colombia: Autor.
- Cooper, B., Bowersox, D. y Closs, M. (2007). *Administración y logística de la cadena suministro*. México: McGraw Hill.
- Cortina, A. (1994). *Ética de la empresa: claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid, España: Editorial Trotta.
- DIAN. (s.f.). *Glosario de términos en materia aduanera*. Bogotá, Colombia: Autor.
- EFE (2015). *Las zonas francas de República Dominicana exportaron unos USD 5.242 millones en el 2014*. Consultado el 29 de agosto de 2016, en www.legiscomex.com
- Enríquez, J. (1994). *Transporte internacional de mercancías*. Madrid, España: Instituto español de comercio exterior.
- Espinosa, C. (2013). *Barra nacional de comercio exterior*. Autor.
- Fundación Étnor. (2011). *Ética de los negocios y las organizaciones ¿Cómo aplicar la ética a la empresa?* Valencia, España: Autor.
- Galarce, E. (2016). *¿Por qué una ética profesional en nuestros tiempos?* Medellín,



Colombia: Universidad de Antioquia.

- Gómez, M. (2014). *Fundamentación tomista de la ética profesional: manual introductorio al pensamiento ético de Santo Tomás de Aquino*. Santiago de Chile, Chile: Ril editores.
- López, B. (s.f.). *Cross Docking*. Colombia: Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- López, O. (2014). *Gestión logística de los negocios internacionales*. Autor.
- Ministerio de transporte., Ministerio de Comercio., Industria y Turismo., DIAN. y DNP. (2008). *Documento Conpes 3547*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Mora, G. (2008). *Gestión logística*. Bogotá, Colombia: Editorial ECOE.
- Murillo, J. (2001). *Exportar e internacionalizarse, guía práctica para acceder a los mercados internacionales*. Bogotá, Colombia: 3R Editores.
- Páramo, E. (2013). *Cubicaje*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Paternina, C. (2014). *Adecuación de la carga para el transporte*. Barranquilla, Colombia: Autor.
- Perea, N. (2012). *Product distribution network*. Bogotá, Colombia: Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).
- Pixabay. (2013). *Valores y ética*. Consultado el 24 de agosto de 2016, www.pixabay.com
- Pixabay. (2016). *Valor de justicia*. Consultado el 25 de agosto de 2016, www.pixabay.com
- Procolombia. (2015). *Infraestructura logística y transporte de carga en Colombia 2015*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Procolombia. (2016). *Empaques y embalajes para exportación*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Rodríguez, D., Cruz, C. y Lam, F. (2009). *Logística para la exportación de productos agrícolas, frescos y procesados*. San José, Costa Rica: IICA.
- Rosario, E. (2016). *¿Por qué una ética profesional en nuestros tiempos?* Medellín, Colombia: Universidad de Antioquia.
- Ruibal, A. (2004). *Gestión logística de la Distribución Física Internacional*. Colombia:



Grupo editorial Norma S.A.

- Select USA. (s.f.). *Logistics and transportation spotlight*. Consultado el 23 de agosto de 2016, en www.selectusa.gov
- Trejos, L. (2012). *Liquidación de fletes internacionales*. Medellín, Colombia: Autor.
- Valencia, M. (2009). *Código de ética profesional*. Córdoba, Argentina: El Cib editor.
- Villamizar, C. y Gómez, D. (1992). *Hablemos de empaques y envases para productos perecederos*. Bogotá, Colombia: Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).
- Villamizar, M. (s.f.). *Logística y Distribución Física Internacional*. Bogotá, Colombia: Cámara de Comercio de Bogotá.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Expertos técnicos

Adriana Milena Mesa Martínez
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Julio de 2016.

Aida Carmenza Torres Vargas
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Julio de 2016.

Ismari Herrera Jerez
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Julio de 2016.

Jairo Figueroa Chaparro
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Julio de 2016.



**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE**

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

Asesora Pedagógica

Gloria Amparo López Escudero
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Agosto de 2016.

Guionista

Leidy Johana Navarro Ríos
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Agosto de 2016.



GUÍA DE APRENDIZAJE N° 6

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Programa de Formación: Tecnólogo en Negociación Internacional.		Código: 122702		
		Versión: 02		
Nombre del Proyecto: Negociación de productos colombianos basados en acuerdos internacionales.		Código: 1301046		
Fase del proyecto: Planeación.				
Actividad (es) del proyecto:	Actividad (es) de aprendizaje:	Ambiente de formación escenario	Materiales de formación	
			Devolutivo (Herramienta – equipo).	Consumible (Unidades empleadas durante el programa).
Determinar las normas de negociación internacional, de acuerdo a requisitos comerciales y legales vigentes.	Definir el término de negociación y la documentación legal para iniciar el proceso de negociación internacional.	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.		
Resultados de Aprendizaje: 210101033-01: Analizar los términos de negociación internacional dependiendo de las cláusulas establecidas por la Cámara de Comercio Internacional, los términos contractuales acordados por el comprador		Competencia: 210101033: Efectuar las transacciones comerciales de acuerdo a las requisiciones comerciales según acuerdos entre las partes.		



**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE**

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

y vendedor, analizando los fletes, seguros y servicios portuarios y aduaneros de acuerdo con las normas legales nacionales e internacionales con base en las políticas y necesidades de la organización.	
<p>210101016-01: Revisar que el certificado de constitución y gerencia cumple con los requisitos comerciales y legales, evaluando los antecedentes comerciales certificados para la selección del proveedor, teniendo en cuenta las referencias comerciales solicitadas determinando que los productos cumplan con los requisitos sanitarios, fitosanitarios, ambientales y de calidad, de acuerdo con las normas legales vigentes para la selección de proveedores exigidos por la empresa.</p> <p>210101016-02: Analizar la documentación presentada y requerida por los posibles proveedores y clientes para las importaciones y exportaciones, evaluada de acuerdo con las normas legales vigentes verificando que los documentos requeridos se ajusten a las normas legales nacionales e internacionales vigentes y a los procesos y requisitos exigidos por la empresa.</p>	<p>210101016: Diligenciar los documentos según normas y procedimientos establecidos a nivel interno y externo.</p>
<p>210101026-04: Definir las rutas según los canales de distribución, las fábricas y clientes de acuerdo a las normas de transporte nacional e internacional, para importaciones y exportaciones teniendo en cuenta los incoterms, según la ruta y modo de transporte utilizado en las importaciones y exportaciones de acuerdo con las normas legales nacionales e</p>	<p>210101026: Coordinar el transporte según medios y modos.</p>



internacionales ajustadas a las necesidades de la organización.	
Duración de la guía (en horas):	145 horas.

2. INTRODUCCIÓN

El contexto de los negocios internacionales gira en un marco global, institucional y normativo, por esto, las empresas al momento de incursionar en dicho entorno, tienen que seguir lineamientos de carácter internacional como los Términos de Negociación Internacional (INCOTERMS), que son regulados por la Cámara de Comercio Internacional, y concebidos para establecer las responsabilidades y obligaciones entre vendedor y comprador, en cuanto al manejo de la mercancía. A su vez, dichos términos determinan aspectos como el precio del producto a negociar, los medios y los modos de transporte, los agentes a intermediar en las operaciones de la Distribución Física Internacional de las mercancías, el soporte documental para facilitar las relaciones entre las partes, y las responsabilidades de aquellas en los procesos de exportación e importación.

Además, la incursión en los mercados internacionales debe estar reglamentada por una documentación que avala los procesos de compraventa internacional, ya que así se disminuyen los riesgos comerciales, políticos, económicos y empresariales.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 145 horas, correspondientes a un 20% de horas Directas (**D**), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80% de horas Independientes (**I**), que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario revisar el material de formación, explorar los materiales complementarios y efectuar consultas en internet.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentra en la siguiente ruta: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 6: Definir el término de negociación y la documentación legal para iniciar el proceso de negociación internacional. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada evidencia.



3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia: Voluntad vs. Obligación**

La filósofa y escritora estadounidense Ayn Rand (s.f.), planteó la siguiente frase:

“Ningún hombre puede tener el derecho de imponer a otro hombre una obligación no escogida, un deber no recompensado o un servicio involuntario”.

Basándose en la frase anterior y como enriquecimiento personal, reflexione sobre lo siguiente:

- o ¿Considera que en nuestra sociedad las personas desempeñan los roles que desean o estos le son impuestos?
- o ¿Se considera una persona que cumple con las obligaciones que adquiere?
- o ¿Recuerda una situación en su vida en la que haya realizado una acción por obligación y no por su voluntad?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 6, por lo tanto no es calificable.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

- **Evidencia: ¿El cliente impone condiciones de venta?**

En la actualidad son los clientes los que manejan la relación comercial, los que poseen poder de negociación sobre los proveedores y no están dispuestos a que los traten mal, ni a que las empresas no cumplan con sus expectativas, por lo que solo compran lo que necesitan y no lo que les ofrecen.

Debido a lo anterior, en la mayoría de los casos, los productos o servicios de mayor calidad no se miden solo por sus materiales, duración o eficiencia en rendimiento, sino por lo ajustados que estén a los requerimientos del cliente y la satisfacción de sus necesidades.



Analice lo expuesto anteriormente y desde su experiencia y conocimiento previo, cuestiónese sobre los siguientes interrogantes:

- o ¿Qué aspectos se deben tener en cuenta al definir con el cliente las condiciones de venta?
- o ¿Qué características del producto o del servicio puede relacionar el cliente con calidad?
- o ¿Considera que el talento humano de las empresas está preparado para tratar con clientes difíciles?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 6, por lo tanto no es calificable.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.

• Evidencia 1: Ejercicio práctico “Requisitos comerciales”

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de todas las actividades económicas es la clasificación internacional de referencia de las actividades productivas, su objetivo es ofrecer un conjunto de categorías de actividades que se pueda utilizar para la reunión y difusión de datos estadísticos de acuerdo con las mismas.

Para desarrollar esta evidencia es importante que pueda identificar cómo se clasifican las empresas de acuerdo a la actividad que realizan, por lo tanto, lea y analice previamente el material de formación denominado **Términos de negociación y documentación**, en su tema **Constitución de la empresa**, además los siguientes materiales complementarios:

- o Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas.
- o Cómo clasificar correctamente su negocio y no fracasar en el intento.
- o Certificado de existencia y representación legal o inscripción de documentos.



Posterior a estas consultas lea el caso que se expone a continuación y desarrolle lo que se le indica posteriormente:

La empresa Colfrutik produce y comercializa conservas de fruta, frutos secos y deshidratados y ha decidido abrir una licitación para proveer el material necesario para la fabricación de sus productos, por lo que la empresa debe tener unos requisitos mínimos para los proveedores, usted como asesor de Colfrutik debe realizar el proceso de selección de proveedores para establecer dichos requisitos, por lo tanto resuelva lo siguiente:

1. Elabore un certificado de constitución y gerencia de la empresa Colfrutik, que tenga los requisitos exigidos por la Cámara de Comercio con su correcta clasificación empresarial, para entregarlo a los posibles proveedores como ejemplo.
2. Diseñe un formato que permita evaluar los antecedentes comerciales de los posibles proveedores, teniendo en cuenta el tipo de productos que Colfrutik produce y comercializa.
3. Desarrolle una lista de chequeo para verificar que los productos de los proveedores cumplen con los requisitos sanitarios, fitosanitarios, ambientales y de calidad que se requiere para la selección de los posibles proveedores de Colfrutik.
4. Entregue como producto final los documentos del proveedor que ha sido ganador de la licitación:
 - Certificado de constitución y gerencia.
 - Formato con evaluación de antecedentes comerciales y los anexos soporte, presentado por el proveedor.
 - Lista de chequeo con verificación de requisitos sanitarios, fitosanitarios, ambientales y de calidad, además de los anexos soporte presentados por el proveedor.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe los archivos al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 6: Definir el término de negociación y la documentación legal para iniciar el proceso de negociación internacional / Evidencia 1: Ejercicio práctico "Requisitos comerciales". **Total horas: 40, 8(D) y 32(I).**



- **Evidencia 2: Actividad interactiva “INCOTERMS”**

Los INCOTERMS son los términos de comercio internacional que establecen normas internacionales, que buscan facilitar las operaciones de comercio internacional y delimitan las obligaciones, esto hace que se disminuyan las incertidumbres y los riesgos que podrían generarse con las diferentes interpretaciones dadas en cada país, determinan las obligaciones y las responsabilidades del vendedor y del comprador, en la entrega del producto.

Para desarrollar esta evidencia ingrese a la actividad interactiva “INCOTERMS” ubicada en la plataforma en el espacio destinado para ella y siga las instrucciones allí descritas; también es importante la lectura y análisis previo del material de formación denominado **Términos de negociación y documentación**, específicamente el tema **INCOTERMS** y el material complementario **INCOTERMS 2010**.

Para acceder a la actividad interactiva, remítase al menú principal, dando clic en el botón: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 6: Definir el término de negociación y la documentación legal para iniciar el proceso de negociación internacional / Evidencia 2: Actividad interactiva “INCOTERMS”. **Total horas: 10, 1(D) y 9(I).**

- **Evidencia 3: Taller “El mejor INCOTERM”**

La globalización de los mercados internacionales ha impulsado nuevas oportunidades para las empresas exportadoras y ha dinamizado el intercambio de mercancías con mayor número de países y en mayores cantidades; es así como a medida que aumenta el volumen y la complejidad de las ventas, también crecen las posibilidades de malentendidos y litigios costosos cuando no se especifican de forma clara y precisa las obligaciones y los riesgos de las partes que intervienen en la negociación. (Litebol, s.f.)

Teniendo en cuenta esta información, el objetivo de esta evidencia es que comprenda la importancia de dar un adecuado uso y aplicación a los Términos de Negociación Internacional (INCOTERMS), en las transacciones internacionales, por ello consulte el material complementario **Términos internacionales de comercio**.

Luego del análisis de dicho material, resuelva el taller con las situaciones que se exponen en la evidencia descargable.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la



herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 6: Definir el término de negociación y la documentación legal para iniciar el proceso de negociación internacional / Evidencia 3: Taller “El mejor INCOTERM”. **Total horas: 30, 6(D) y 24(I).**

- **Evidencia 4: Historieta “Documento correcto, momento oportuno”**

En el comercio internacional la documentación es de vital importancia ya que confiere la titularidad de la mercancía, demuestra que está asegurada ante posibles riesgos y atestigua la cantidad y la calidad de las mismas, por lo que es importante que conozca cada uno de los documentos requeridos para realizar una exportación e importación y con ello evitar retrasos y sobrecostos en el desarrollo de la operación internacional.

Para desarrollar esta evidencia tenga en cuenta leer el material de formación correspondiente a esta actividad de aprendizaje, específicamente en el tema **Documentación para intercambio comercial**, además consulte los documentos que se encuentran en el material complementario con el nombre **Carpeta: Documentos anexos**, donde encontrará lo siguiente:

- o Certificado de origen.
- o *Bill of lading*.
- o Contrato de compraventa 1.
- o Contrato de compraventa 2.
- o Declaración de importación.
- o Declaración de exportación.
- o *Negotiable fiata multimodal transporte bill of lading*.
- o *Commercial invoice*.
- o Carta de porte aéreo.
- o Lista de empaque.



- o Carta de porte CIM.
- o Certificado fitosanitario para nacionalización.

Posterior a estas consultas, diseñe una historieta o cómic, donde se visualice un proceso de exportación o importación de un producto y que cumpla con lo siguiente:

- o Definir los personajes que desempeñaran los roles de importador, exportador, agente de carga, transportista y otros.
- o Identificar cada uno de los momentos en los que se utilizan los documentos mencionados anteriormente y que son necesarios para importar o exportar.
- o Describir la función de cada uno de esos documentos y la información que contienen.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo o enlace de la historieta o cómic al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 6: Definir el término de negociación y la documentación legal para iniciar el proceso de negociación internacional / Evidencia 4: Historieta "Documento correcto, momento oportuno". **Total horas: 25, 5(D) y 20(I).**

- **Evidencia 5: Podcast "Transporte y seguros"**

El transporte es una actividad de gran relevancia en el comercio internacional, porque mide el nivel de competitividad de una empresa en el mercado, ya que se debe cumplir con aspectos de sustancial relevancia, tanto para el comprador como para el vendedor como son: punto y plazos de entrega, que deben ser acordados en el contrato de transporte, para el éxito de la transacción comercial; de igual manera es importante tener en cuenta el seguro de transporte, pues minimiza el riesgo de pérdidas de la mercancía ante accidentes o desastres durante el transporte de esta a su lugar de destino.

Por lo anterior, es de gran importancia que conozca cómo se debe proteger la mercancía en el proceso de exportación desde su lugar de origen, hasta su destino final.

Para desarrollar esta evidencia, consulte y analice el material de formación de esta actividad de aprendizaje, específicamente el tema **Contrato de transporte internacional**, además el material complementario que se describe a continuación:

- o ABC seguros de transporte.



- o Convenio de las Naciones Unidas sobre el contrato de transporte internacional de mercancías total o parcialmente marítimo.
- o Tutorial: cómo hacer un *podcast* sencillo.

Luego de estas consultas, elabore un *podcast*, de máximo 30 minutos que contenga lo siguiente:

- o Tema: contrato de transporte internacional y seguros.
- o Grabación del *podcast* dando respuesta a los siguientes planteamientos, de acuerdo con el tema:
 - ¿Qué es un contrato de transporte internacional?
 - ¿Qué factores se deben tener en cuenta al negociar un flete?
 - ¿Cuál es el proceso que se debe realizar para llevar a cabo un contrato de compraventa?
 - ¿Quiénes intervienen en el contrato de transporte?
 - ¿Qué documentación se debe contemplar en un contrato de transporte internacional?
 - ¿Quiénes intervienen y cuándo se aplican los INCOTERMS y los seguros?

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe al instructor el enlace de su *podcast*, a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 6: Definir el término de negociación y la documentación legal para iniciar el proceso de negociación internacional / Evidencia 5: *Podcast* “Transporte y seguros”. **Total horas: 20, 4(D) y 16(I).**

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el



instructor oportunamente.

- **Evidencia 6: Simulador de costos DFI**

La matriz de costos de la DFI permite conocer los costos en los que se incurre en cada uno de los pasos que implica la operación de exportación de un producto, desde su lugar de fabricación en el país de origen hasta hacerlo llegar al importador en el país de destino, con la calidad, el costo razonable y en el momento oportuno.

Teniendo en cuenta el producto o servicio que se escogió en la actividad de aprendizaje 1 en la **Evidencia 10: Informe “Método de selección de ideas”** y el país que seleccionó en la actividad de aprendizaje 2 en la **Evidencia 3: Ejercicio práctico “Evaluar mercados potenciales”**, además de lo aprendido en las actividades de aprendizaje anteriores, esta evidencia le permitirá demostrar lo aprendido hasta el momento, por ello realice lo siguiente:

- o Trabaje sobre el simulador que es la **Matriz de costos DFI por modalidad de transporte**, que se encuentra en formato Excel adjunto a la evidencia descargable, para ello recuerde revisar el documento compartido en los materiales complementarios denominado **Simulador de costos de Procolombia**.
- o Diligencie la hoja No. 1 del formato Excel, llamada **“Simulador”**, allí debe incluir cada uno de los ítems solicitados:
 - Información básica del producto.
 - Información básica del empaque.
 - Costo en el país exportador (si utiliza transporte marítimo, aéreo, terrestre).
 - Costos tránsito internacional (si utiliza transporte marítimo, aéreo, terrestre).
 - Costos en el país importador (si utiliza transporte marítimo, aéreo, terrestre).
 - Otra información de importancia.
- o Con los resultados obtenidos en el simulador, elabore un documento que dé respuesta a lo siguiente:
 - Cuál es el modo de transporte más adecuado para su producto (marítimo, terrestre o aéreo), teniendo en cuenta los costos de la DFI.



- Por qué es importante hacer seguimiento a cada uno de los pasos del proceso exportador y esto cómo influye en la definición de rutas, canales de distribución, INCOTERMS, seguros y fletes.
- Cuáles son las conclusiones de los resultados obtenidos en el simulador.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe los archivos (simulador y documento) al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 6: Definir el término de negociación y la documentación legal para iniciar el proceso de negociación internacional / Evidencia 6: Simulador de costos DFI. **Total horas: 20, 4(D) y 16(I).**

3.5. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 2: Actividad interactiva "INCOTERMS".	<ul style="list-style-type: none">• Revisa que el certificado de constitución y gerencia cumple con los requisitos comerciales y legales exigidos por la empresa.• Evalúa los antecedentes comerciales certificados para la selección del proveedor, de acuerdo a las referencias comerciales solicitadas por la empresa.• Verifica que los productos cumplen con los requisitos sanitarios, fitosanitarios, ambientales y de calidad, de acuerdo con las normas legales	Cuestionario: Cuestionario.



	vigentes, para la selección de proveedores exigidos por la empresa.	
Evidencia de desempeño: Evidencia 5: <i>Podcast</i> "Transporte y seguros".	<ul style="list-style-type: none">• Define las rutas según los canales de distribución, las fábricas y clientes de acuerdo a las normas de transporte nacional e internacional, para importaciones y exportaciones de acuerdo con las necesidades de la empresa.• Tiene en cuenta los incoterms según la ruta y modo de transporte utilizado en las importaciones y exportaciones, de acuerdo con las normas legales nacionales e internacionales ajustadas a las necesidades de la organización.• Contempla en la programación del transporte los seguros y fletes establecidos entre las partes, de acuerdo con los términos de negociación internacional y las políticas de la empresa.• Asigna los seguros y	Lista de chequeo: <i>Podcast.</i>



	<p>fletes una vez cumplidos los procedimientos de preparación, aislamiento a una carga y administrativos y requerimientos por los entes gubernamentales, las normas nacionales e internacionales vigentes y las políticas seguidas por la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none">• Especifica los fletes de acuerdo con las medidas internacionales de la carga, según el modo de transporte y las normas internacionales vigentes, teniendo en cuenta las políticas de la empresa.• Maneja el contrato de fletes con el operador, representante o agente de los medios de transporte, teniendo en cuenta las normas nacionales vigentes, las condiciones de negociación internacional y las políticas establecidas por la empresa.• Tiene en cuenta en la programación del transporte la composición jurídica, la lista del transporte, la documentación legal de la carga y del vehículo	
--	--	--



	<p>para autorizar el cargue y descargue de la mercancía, de acuerdo con las normas nacionales e internacionales y la política de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none">• Programa el transporte teniendo en cuenta las condiciones de negociación de cada uno de los intermediarios, los requerimientos del cliente, de acuerdo con las normas nacionales e internacionales que cubran las necesidades de la empresa.• Contempla en la programación los recursos y responsabilidades asignadas según el medio y modo de transporte, los términos de negociación internacional y las políticas de la empresa.• Muestra en los seguros la responsabilidad civil en el contrato según las partes y las normas legales vigentes y las políticas de la organización.• Identifica el manejo de los seguros y las causas	
--	--	--



	<p>que originan el cobro teniendo en cuenta las excepciones y las restricciones de la mercancía, de acuerdo con las normas nacionales e internacionales y las políticas establecidas por la organización.</p> <ul style="list-style-type: none">• Negocia los seguros y fletes de acuerdo con las tarifas establecidas por los entes gubernamentales, los acuerdos entre las partes y naturaleza de la mercancía teniendo en cuenta las normas nacionales e internacionales vigentes ajustadas a las necesidades de la empresa.• Maneja los contratos de seguros y fletes de acuerdo con la intermediación del medio de transporte, el cliente, rutas y condiciones del vehículo, teniendo en cuenta las normas nacionales e internacionales con base en las políticas fijadas por la organización.• Inspecciona la carga para ser asegurada y	
--	--	--



	fletada, según las normas nacionales e internacionales de transporte vigentes y de manejo, de acuerdo con las políticas de la organización.	
Evidencia de producto: Evidencia 1: Ejercicio práctico “Requisitos comerciales”.	<ul style="list-style-type: none">• Revisa que el certificado de constitución y gerencia cumple con los requisitos comerciales y legales exigidos por la empresa.• Evalúa los antecedentes comerciales certificados para la selección del proveedor, de acuerdo a las referencias comerciales solicitadas por la empresa.• Verifica que los productos cumplen con los requisitos sanitarios, fitosanitarios, ambientales y de calidad, de acuerdo con las normas legales vigentes, para la selección de proveedores exigidos por la empresa.	Lista de verificación: Ejercicio práctico.
Evidencia de producto: Evidencia 3: Taller “El mejor INCOTERM”.	Analiza los términos de negociación internacional dependiendo de las cláusulas establecidas por la Cámara de Comercio	Lista de verificación: Taller.



	<p>Internacional, las normas vigentes y los términos contractuales acordados por comprador y vendedor, teniendo en cuenta las políticas establecidas por la organización.</p>	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 4: Historieta “Documento correcto, momento oportuno”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza la documentación presentada y requerida por los posibles proveedores y clientes para las importaciones y exportaciones, evaluada de acuerdo con las normas legales vigentes y los requisitos exigidos por la organización. • Verifica los documentos requeridos en las exportaciones e importaciones, teniendo en cuenta las normas legales nacionales e internacionales vigentes, los procesos y requisitos exigidos por la empresa. 	<p>Lista de verificación:</p> <p>Historieta.</p>
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 6: Simulador de costos DFI.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Define las rutas según los canales de distribución, las fábricas y clientes de acuerdo a las normas de transporte nacional e internacional, para importaciones y exportaciones de acuerdo con las necesidades de la 	<p>Lista de verificación:</p> <p>Documento escrito.</p>



	<p>empresa.</p> <ul style="list-style-type: none">• Tiene en cuenta los incoterms según la ruta y modo de transporte utilizado en las importaciones y exportaciones, de acuerdo con las normas legales nacionales e internacionales ajustadas a las necesidades de la organización.• Contempla en la programación del transporte los seguros y fletes establecidos entre las partes, de acuerdo con los términos de negociación internacional y las políticas de la empresa.• Asigna los seguros y fletes una vez cumplidos los procedimientos de preparación, aislamiento a una carga y administrativos y requerimientos por los entes gubernamentales, las normas nacionales e internacionales vigentes y las políticas seguidas por la empresa.• Especifica los fletes de acuerdo con las medidas internacionales de la carga, según el	
--	---	--



	<p>modo de transporte y las normas internacionales vigentes, teniendo en cuenta las políticas de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none">• Maneja el contrato de fletes con el operador, representante o agente de los medios de transporte, teniendo en cuenta las normas nacionales vigentes, las condiciones de negociación internacional y las políticas establecidas por la empresa.• Tiene en cuenta en la programación del transporte la composición jurídica, la lista del transporte, la documentación legal de la carga y del vehículo para autorizar el cargue y descargue de la mercancía, de acuerdo con las normas nacionales e internacionales y la política de la empresa.• Programa el transporte teniendo en cuenta las condiciones de negociación de cada uno de los intermediarios, los requerimientos del cliente, de acuerdo con	
--	--	--



	<p>las normas nacionales e internacionales que cubran las necesidades de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none">• Contempla en la programación los recursos y responsabilidades asignadas según el medio y modo de transporte, los términos de negociación internacional y las políticas de la empresa.• Muestra en los seguros la responsabilidad civil en el contrato según las partes y las normas legales vigentes y las políticas de la organización.• Identifica el manejo de los seguros y las causas que originan el cobro teniendo en cuenta las excepciones y las restricciones de la mercancía, de acuerdo con las normas nacionales e internacionales y las políticas establecidas por la organización.• Negocia los seguros y fletes de acuerdo con las tarifas establecidas por los entes gubernamentales, los	
--	--	--



	<p>acuerdos entre las partes y naturaleza de la mercancía teniendo en cuenta las normas nacionales e internacionales vigentes ajustadas a las necesidades de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none">• Maneja los contratos de seguros y fletes de acuerdo con la intermediación del medio de transporte, el cliente, rutas y condiciones del vehículo, teniendo en cuenta las normas nacionales e internacionales con base en las políticas fijadas por la organización.• Inspecciona la carga para ser asegurada y fletada, según las normas nacionales e internacionales de transporte vigentes y de manejo, de acuerdo con las políticas de la organización.	
--	---	--



4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	Duración (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (instructores)		Ambientes de aprendizaje tipificados
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	Escenario (Aula, laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Determinar las normas de negociación internacional, de acuerdo a requisitos comerciales y legales vigentes.	145					Tecnólogo en negociación internacional, profesional y/o tecnólogo en ingeniería industrial, ingeniería de mercados, logística, administradores de empresas, contabilidad, finanzas y ciencias afines, preferiblemente con	1	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.



**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE**

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

						especialización en logística, comercio internacional o negocios internacionales y ciencias afines.		
--	--	--	--	--	--	--	--	--



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Aduanas: oficina pública donde se registran los géneros y las mercaderías que se importa o exportan, allí se cobran los derechos que adeudan según el arancel correspondiente.

Agente de carga internacional: persona jurídica inscrita ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), para actuar exclusivamente en el modo de transporte marítimo y cuyo objeto social incluye las siguientes actividades, coordinar y organizar embarques, consolidar carga de exportación o desconsolidar carga de importación y emitir o recibir del exterior los documentos de transporte propios de su actividad, se puede profundizar en el artículo 1 del decreto 2685 de 1999. (DIAN, s.f.)

Air waybill o guía aérea: documento a través del cual se instrumenta el contrato de transporte de mercancías por vía aérea, fija las condiciones pactadas para el traslado de la carga y sirve de prueba sobre su recepción física por el transportador. Este documento se emite con carácter no negociable, es decir, que su tenencia no acredita la propiedad de la mercancía, sólo se tiene derecho a disponerla quien conste como remitente de la misma. Así mismo, no se entrega la guía aérea sino a quien figure como destinatario en el casillero correspondiente.

Cámara de Comercio Internacional: es la única organización empresarial que representa mundialmente los intereses empresariales. Se constituyó en París en 1919 y continúa teniendo su sede social en la capital francesa. Tiene personalidad propia y su naturaleza jurídica es asociativa. Sus fines estatutarios básicos son actuar a favor de un comercio abierto y crear instrumentos que lo faciliten, con la firme convicción de que las relaciones económicas internacionales conduzcan a una prosperidad general y a la paz entre los países. Los miembros de la CCI son empresas que efectúan transacciones internacionales y también organizaciones empresariales. En la actualidad, las miles de empresas que agrupa proceden de más de 130 países y se organizan como Comités Nacionales en cerca de 80 de ellos. (Alpízar, s.f.)

Certificado de origen: documento expedido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que certifica el cumplimiento de los requisitos de origen exigidos en virtud de



acuerdos, el cual se debe anexar como prueba documental en el momento de introducir los productos y tiene una vigencia de un año.

Certificado fitosanitario: documento normalmente exigido en exportaciones de productos agropecuarios, que certifica que los productos han sido examinados y que se ajustan a las disposiciones fitosanitarias vigentes en el país del exportador.

Conocimiento de embarque: documento expedido por el transportador marítimo como recibo de carga.

Descargue: servicio de bajar la carga de un medio de transporte.

Despacho de aduana: servicio de liberar la carga de aduanas para exportar e importar.

Documento de embarque multimodal: cuando se utilizan varios sistemas de transporte para llevar a destino la mercancía.

Documento de porte: documento expedido por el transportador terrestre como recibo de carga.

Factura comercial: documento en el que se fijan las condiciones de venta de las mercancías y sus especificaciones. Sirve como comprobante de la venta, exigiéndose para la exportación en el país de origen y para la importación en el país de destino.

Factura proforma: documento que utiliza el vendedor para plasmar una oferta detallada de una venta, al tratarse de una oferta, si es aceptada por el comprador, será el origen de un contrato de compraventa. Por tanto, es necesario que contenga todos los datos necesarios para establecer los términos y condiciones de venta. (Cámaras, s.f.)

Guía aérea: documento expedido por el transportador aéreo como recibo de carga.

INCOTERMS: normas de comercio internacional que regulan las condiciones de entrega de las mercancías, se usan para dividir los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor.

Licencia de exportación o importación: documento oficial que autoriza la exportación o importación de productos con restricciones.

Lista de empaque: es un detalle que especifica el contenido de cada bulto que forma parte



de la operación de exportación, facilitando un mejor control al momento de la verificación. Una buena lista de empaque permite que se agilice tiempo en una posible inspección aduanera.

Póliza de seguro: documento que se expide al asegurar la carga contra pérdida o daño.

Seguro: contrato que se adquiere para proteger la carga contra pérdida o daño.

Transporte principal: el medio seleccionado para movilizar la carga de un lugar a otro en un vehículo principal.

Visto bueno: es el acto mediante el cual una entidad pública o privada concede un visto bueno, para importar o exportar un bien, de acuerdo con la naturaleza del producto y las necesidades de controlar la salud humana, sanidad animal, sanidad vegetal o controlar el medio ambiente, o según sea el requisito por el cual se autoriza la importación.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Alpízar, J. (s.f.). *La Cámara de Comercio Internacional (ICC)*. Costa Rica: Autor.
- Artesanías de Colombia. (1999). *Guía para exportar artesanías*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Cabrera, A. (2012). *Negotiable fiata multimodal transporte bill of lading*. Madrid, España: Autor.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2007). *Cómo clasificar correctamente su negocio y no fracasar en el intento*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2008). *Certificado de existencia y representación legal o inscripción de documentos*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2011). *Logística y Distribución Física Internacional*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Cámara de Comercio de Medellín. (2010). *Cómo exportar*. Medellín, Antioquia: Autor.
- Cámara de Comercio Internacional. (2010). *INCOTERMS 2010*. España: Autor.
- Cámaras. (s.f.). *Plan cameral de exportaciones*. Madrid, España: Autor.



- Castellanos, A. (2015). *Logística comercial internacional*. Bogotá, Colombia: Universidad del Norte.
- DANE. (2012). *Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas*. Bogotá, Colombia: Dirección de difusión, mercadeo y cultura estadística.
- DHL express. (s.f.). *Commercial invoice*. España: Autor.
- DIAN. (s.f.). *Certificado de origen*. Bogotá, Colombia: Autor.
- DIAN. (s.f.). *Declaración de importación*. Bogotá, Colombia: Autor.
- DIAN. (s.f.). *Glosario de términos en materia aduanera*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Ezkoja S.A.S. (s.f.). *Lista de empaque*. Bogotá, Colombia: Autor.
- González, R. (2011). *Manual negociación y compraventa internacional*. Madrid, España: Editorial CEP.
- ICA. (s.f.). *Certificado fitosanitario para nacionalización*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Legiscomex. (2016a). *INCOTERMS a través de la historia*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Legiscomex. (2016b). *Qué regulan los INCOTERMS*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Legiscomex. (2016c). *Responsabilidades del vendedor y el comprador*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Litebol. (s.f.). *INCOTERMS en transacciones internacionales*. Santa Cruz, Bolivia: Autor.
- Literato. (s.f.). *Ayn Rand*. Madrid, España: Autor.
- Long, D. (2012). *Logística internacional*. México: Editorial Limusa.
- Murphy, P. y Knemeyer, M. (2015). *Logística contemporánea*. México: Pearson educación.
- Naciones Unidas. (2009). *Convenio Naciones Unidas sobre el contrato de transporte internacional de mercancías total o parcialmente marítimo*. Viena, Austria: Autor.
- Old Dominion Freighh Line. (s.f.). *Bill of lading*. Carolina del Norte, Estados Unidos:



Autor.

- Pardina, M. (2015). *Internacionalización de Pymes*. Madrid, España: Ministerio de Educación de España.
- Pixabay. (2014). *Negocios internacionales*. Consultado el 05 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2014). *Transporte de mercancía*. Consultado el 02 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Plan cameral. (2012). *Carta de porte aéreo*. Madrid, España: Autor.
- Podcast. (s.f.). *Tutorial: cómo hacer un podcast sencillo*. Autor.
- Procolombia. (s.f.). *Simulador de costos de Procolombia*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Procolombia. y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). *ABC seguros de transporte*. Bogotá, Colombia: Autor.
- PROCOMER. (2010). *Términos internacionales de comercio*. Costa Rica: Autor.
- Productos de Colombia. (2015). *Certificado de origen*. Barranquilla, Colombia: Autor.
- Santander. (2016a). *INCOTERMS 2010*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Santander. (2016b). *Quién asume los gastos de logística*. Bogotá, Colombia: Autor.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Expertas técnicas

Adriana Milena Mesa Martínez
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Julio de 2016.

Ana Milena Moreno Pinilla
Centro Comercio y Turismo



**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE**

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

Regional Quindío
Julio de 2016.

Asesora pedagógica

Gloria Amparo López Escudero
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Agosto de 2016.

Guionista

Leydi Johana Navarro Ríos
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Agosto de 2016.



GUÍA DE APRENDIZAJE N° 7

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Programa de Formación: Tecnólogo en Negociación Internacional.		Código: 122702		
		Versión: 02		
Nombre del Proyecto: Negociación de productos colombianos basados en acuerdos internacionales.		Código: 1301046		
Fase del proyecto: Planeación.				
Actividad (es) del proyecto:	Actividad (es) de aprendizaje:	Ambiente de formación escenario	Materiales de formación	
			Devolutivo (Herramienta – equipo).	Consumible (Unidades empleadas durante el programa).
Definir estrategias para establecer procesos de negociación internacional según normas establecidas.	Diseñar estrategias para realizar una presentación efectiva del producto o servicio, de acuerdo a los objetivos y políticas de la organización.	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de oficina. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.		
Resultados de Aprendizaje: 260101021-01: Observar el proceso de acuerdo con la estrategia utilizada, apoyando la presentación de los productos y servicios con el uso de catálogos, muestras, degustaciones,		Competencia: 260101021: Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa.		



<p>exhibición reforzando la información sobre los productos y servicios con demostraciones, argumentos sobre beneficios y características relacionadas con calidad, precio, necesidades a satisfacer teniendo en cuenta la políticas establecidas por la organización.</p> <p>260101021-02: Presentar los productos y servicios con el apoyo de manuales, programas o navegadores con gráficos y animaciones, presentando información sobre productos o servicios respaldada con la certificación del productor, características distintivas a partir de exclusividad e innovación teniendo en cuenta los objetivos de la organización.</p> <p>260101021-03: Informar a los clientes la disponibilidad de producto y condiciones de entrega a través del sistema de comunicación establecida, informando sobre garantías y servicio post venta aplicados de acuerdo con los productos y servicios adquiridos, con base en la política de servicio establecida por la organización.</p>	
<p>240201500-05: Desarrollar procesos comunicativos eficaces y asertivos dentro de criterios de racionalidad que posibiliten la convivencia, el establecimiento de acuerdos, la construcción colectiva del conocimiento y la resolución de problemas de carácter productivo y social.</p> <p>240201500-06: Asumir responsablemente los criterios de preservación y conservación del medio ambiente y de desarrollo sostenible, en el ejercicio de su desempeño laboral y social.</p>	<p>240201500: Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.</p>



240201502-04: Comprender las ideas principales de textos complejos en inglés que tratan de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico, siempre que estén dentro de su campo de especialización.	240201502: Producir textos en inglés en forma escrita y oral.
Duración de la guía (en horas):	298 horas.

2. INTRODUCCIÓN

Para los países que han decidido participar en la dinámica de los mercados internacionales, la toma de conciencia y la comprensión de la importancia estratégica que significa el manejo de las diferentes variables de la negociación, se ha convertido en una razón de peso para que ellos busquen fortalecer el recurso humano, capacitado en ocupaciones relacionadas con este tipo de negociación, especialmente enfocándolos en la estrategia innovadora que plantea la presentación de productos y servicios.

Dado lo anterior, se ha detectado la importancia de la comunicación pues ha logrado tomar relevancia en las empresas, estableciéndose como objetivo a nivel estratégico, absorbiendo mayor cantidad de recursos y reposicionándose dentro de esta, para ayudar al logro misional de la empresa, donde la comunicación sea clara, precisa y constante, ya sea en nuestra propia lengua o en un idioma extranjero.

En los últimos años, Colombia ha tratado de aumentar la participación en los mercados externos, considerando las tendencias de la demanda mundial, con el fin de realizar una óptima selección y adecuación de los productos y servicios que cumplan con las expectativas y parámetros según el tipo de negociación, atendiendo de manera adicional la incorporación de estándares ambientales en todos los procesos productivos, motivando a que las personas adquieran conciencia de la importancia de establecer estrategias ambientales que generen un valor agregado que logre mitigar y prevenir impactos negativos al medio ambiente.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 298 horas, correspondientes a un 20% de horas Directas (**D**), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80% de horas Independientes (**I**), que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario revisar el material de formación, explorar los materiales complementarios y efectuar



consultas en internet.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentra en la siguiente ruta: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 7: Diseñar estrategias para realizar una presentación efectiva del producto o servicio de acuerdo a los objetivos y políticas de la organización. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia: Productos o servicios en las TIC**

En la actualidad el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), conlleva a que las empresas que buscan nuevas oportunidades de mercado en el contexto internacional, presenten productos y/o servicios coherentes con las expectativas reales de los consumidores.

Como paso inicial a este aprendizaje, reflexione acerca del siguiente interrogante:

¿Cómo han influenciado las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), en el desarrollo de estrategias de presentación de productos o servicios en las diferentes negociaciones?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 7, por lo tanto no es calificable.

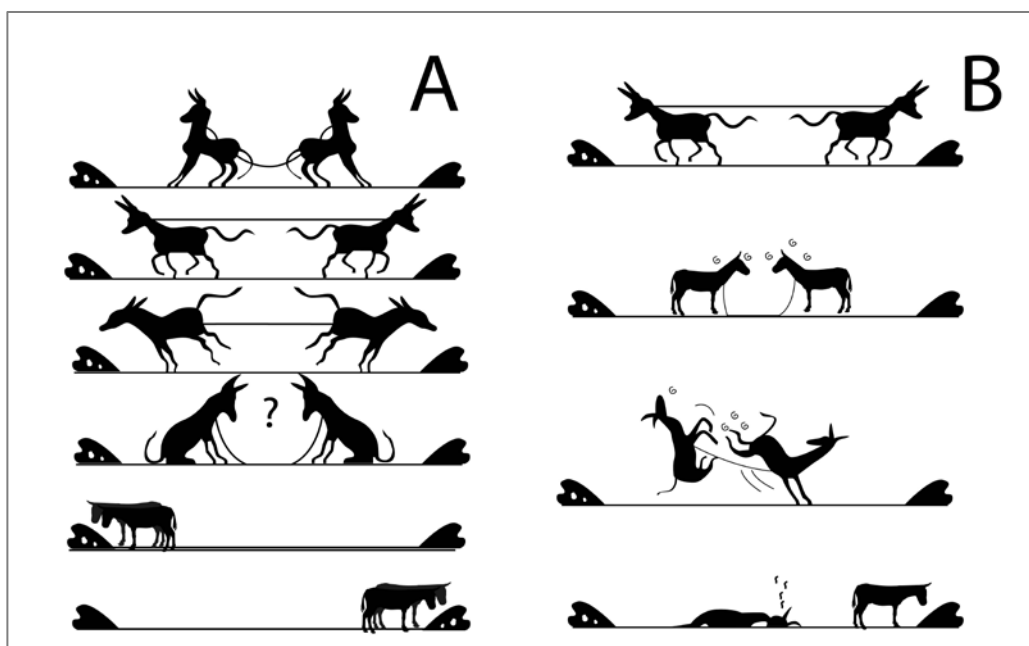
3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

- **Evidencia: Cultura de negociación**

En muchas ocasiones el desconocimiento y la falta de preparación previa para entender las características de los clientes antes de tener contacto con estos, se convierten en barreras que impiden interpretar las reglas del juego de una negociación, para llevar a cabo la manera en que el producto y/o servicio será ofrecido en cada mercado.



La presente evidencia busca contextualizarlo sobre la importancia de identificar el perfil y la cultura de negociación a la que pertenece el cliente potencial, para poder desarrollar adecuadamente estrategias de presentación de los productos y/o servicios a ofertar.



Fuente: SENA

Analice la imagen expuesta anteriormente y desde su experiencia y conocimiento previo, cuestiónese sobre los siguientes interrogantes:

- o ¿Qué puede deducir sobre la imagen?
- o ¿Cómo le pareció la forma en que solucionaron el problema?
- o ¿Cuál sería su definición sobre cultura de negociación?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 7, por lo tanto no es calificable.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el



desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 1: Portafolio de servicios “Productos Colfrutik”**

Como parte del plan de marketing, las actividades promocionales que una organización plantea, deben encaminarse en la búsqueda de oportunidades de comunicación con clientes potenciales para dar a conocer y publicitar ampliamente sus productos y/o servicios.

Con el desarrollo de esta evidencia se pretende que logre estructurar como proceso de aprendizaje efectivo, una presentación para los productos de la empresa Colfrutik, que permita abrir canales de comunicación con los clientes potenciales, generando así oportunidades de negocio.

Para hacerlo, es importante que lea y analice previamente el material de formación denominado **Presentación de productos y servicios**, además los siguientes materiales complementarios:

- o La importancia de la cultura en los negocios mundiales.
- o Técnicas de negociación.
- o El ciclo de venta vs el ciclo de compra.

Posterior a estas consultas, lea el caso que se expone en la evidencia descargable y desarrolle lo que allí se le indica.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 7: Diseñar estrategias para realizar una presentación efectiva del producto o servicio de acuerdo a los objetivos y políticas de la organización / Evidencia 1: Portafolio de servicios “Productos Colfrutik”. **Total horas: 60, 15(D) y 45(I).**

- **Evidencia 2: Plan de manejo ambiental “Exportación bocadillo veleño”**

Colombia es un país muy amplio en exportación de productos alimenticios a diversos países del mundo como México, Estados Unidos y Canadá. Esta exportación ha dejado



grandes dividendos económicos para las empresas nacionales y ha posicionado el país en un estatus comercial alto, todo esto en los últimos 10 años.

Por lo anterior, el objetivo de esta evidencia consiste en desarrollar el plan de manejo ambiental para una empresa colombiana llamada Vélez dulce, que exporta bocadillo conocido como veleño.

Para desarrollar esta evidencia es importante que lea y analice previamente el material de formación denominado **Plan de Manejo Ambiental (PMA)**, además del material complementario **Guía para el adecuado manejo de los residuos sólidos y peligrosos**.

Posterior a estas lecturas, descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 7: Diseñar estrategias para realizar una presentación efectiva del producto o servicio de acuerdo a los objetivos y políticas de la organización / Evidencia 2: Plan de manejo ambiental "Exportación bocadillo veleño". **Total horas: 24, 4(D) y 20(I).**

- **Evidencia 3: Taller "Habilidades para una buena comunicación"**

La creación de un ambiente comunicativo que dinamice, anime las acciones individuales y colectivas, integre esfuerzos, y comprometa voluntades para que se fortalezcan las organizaciones, tiene que ser compromiso y responsabilidad de todos los integrantes de un equipo de trabajo a partir de la definición y el desarrollo de habilidades personales para una comunicación eficaz, es por esto que la finalidad de esta evidencia es que usted alcance el conocimiento y mejore sus habilidades de comunicación asertiva en su empresa u organización.

Para desarrollar esta evidencia es importante que lea y analice previamente el material de formación denominado **Comunicación asertiva**, además del material complementario **Introducción al estudio de la comunicación**.

Posterior a estas lecturas, resuelva el taller que se encuentra en la evidencia descargable.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.



Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 7: Diseñar estrategias para realizar una presentación efectiva del producto o servicio de acuerdo a los objetivos y políticas de la organización / Evidencia 3: Taller “Habilidades para una buena comunicación”. **Total horas: 24, 4(D) y 20(I).**

- **Evidencia 4: Página web corporativa**

El avance tecnológico del siglo XXI, ha tenido un gran impacto en las comunicaciones y en la información, la gran mayoría del tiempo permanecemos conectados a la red. Este cambio revolucionario permite que el consumidor utilice la web, llevando a cabo cualquier actividad desde planear su rutina, enterarse del tiempo, hablar con sus amigos en otro país, comprar productos y tener acceso a millones de oportunidades en cualquier rincón del planeta. Es por esto que las plataformas *E-commerce*, se han convertido en una de las herramientas más importantes de las empresas actuales y las páginas web permiten de manera más eficiente la comunicación entre el cliente y el proveedor.

Para dar cumplimiento al objetivo de esta evidencia, consulte el material de formación denominado **Presentación de productos y servicios**, específicamente los temas **Presentación objetiva del producto o servicio** y **Estrategias de promoción**, además del siguiente material complementario:

- o Modelos de negocios.
- o 5 consejos de diseño web para un sitio profesional.
- o Negocios electrónicos.
- o Estado del marketing de contenidos 2013.
- o Definición de sitio web.

Posteriormente y basado en dichos materiales, retome el grupo de trabajo con el que ha desarrollado algunas evidencias y elabore con este, una página web corporativa para el producto o servicio que seleccionaron desde la actividad de aprendizaje 1 en la **Evidencia 10: Informe “Método de selección de ideas”**, además tengan en cuenta el plan estratégico de mercadeo que se desarrolló en la actividad de aprendizaje 3, **Evidencia 9: Plan estratégico de mercadeo**.

La página web debe contener la siguiente información:

- o **Identificación de la empresa:** misión, visión, políticas corporativas, objetivos



organizacionales, metas, entre otros.

- o **Inicio:** imagen de la empresa eslogan, logotipo, razón social y el producto o servicio a ofrecer.
- o **Nuestra oferta:** corresponde a las características intrínsecas y extrínsecas del producto o servicio sobre el que se está trabajando, como el tamaño, las referencias, las cantidades, los precios, las presentaciones, las garantías y el servicio post venta.
- o **Contactos:** espacio para el protocolo de manejo de objeciones por parte del cliente, donde se incluyen quejas, reclamos y sugerencias, debe incluir contacto real del grupo de aprendices como correos electrónicos, direcciones y números telefónicos.
- o **Puntos de venta:** lugares donde puedan tener acceso al producto o servicio de manera física.
- o **Registro de clientes:** lugar donde los clientes puedan registrarse y ordenar su pedido en línea.
- o **Sale:** sección que permite ofrecer los productos o servicios que se encuentren en promoción.
- o **Carrito de compras:** este espacio tiene la finalidad de medir el interés y la decisión de compra de los clientes, forma de pago, gastos de envío, información respecto a la seguridad del sitio web para transacciones, unidades por producto y precio de venta.

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique los avances de la construcción de la página (contenidos, sitios para construir la página web, entre otros) en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar la dirección del sitio web por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que debe enviar adicionalmente los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 7: Diseñar estrategias para realizar una presentación efectiva del producto o servicio de acuerdo a los objetivos y políticas de la organización / Evidencia 4: Página web corporativa. **Total horas: 80, 15(D) y 65(I).**



3.4. Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 5: Ejercicio práctico “Advertising and web page”**

Para las empresas que tengan la idea de iniciar exportaciones, es importante tener en cuenta los clientes de habla inglesa, por lo que se hace necesario manejar una excelente estructura gramatical y lingüística al momento de establecer un medio visual que permita promocionar exitosamente sus productos o servicios.

Por lo anterior, desarrolle esta evidencia teniendo en cuenta la lectura y el análisis del material de formación denominado **Presenting the product**, y posteriormente desarrolle los siguientes puntos:

1. Haga un breve análisis sobre la imagen publicitaria que encuentra en la evidencia descargable, y en base a ella describa en inglés: el producto, la población a la cual va dirigido y la presentación de este, utilizando adjetivos positivos, comparativos y superlativos.
2. Elija dos imágenes publicitarias de diferentes fuentes confiables y sobre cada una de ellas haga un análisis, una breve descripción en inglés de sus características técnicas y complete los aspectos que sobre ella se le solicita en la evidencia descargable.
3. Elabore una sección en inglés de la página web corporativa, realizada en la evidencia inmediatamente anterior, traduzca las secciones más relevantes de la página, de manera que pueda ser un canal de información para los clientes de habla inglesa, tenga en cuenta la gramática y el adecuado uso del vocabulario.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 7: Diseñar estrategias para realizar una presentación efectiva del producto o servicio de acuerdo a los objetivos y políticas de la organización / Evidencia 5: Ejercicio práctico “Advertising and web page”. **Total horas: 22, 5(D) y 17(I).**



• **Evidencia 6: Sesión virtual “Planeación y presentación de mi producto”**

No existe una fórmula exacta para lograr una comunicación efectiva, pero el proceso será eficiente, si se logra crear un campo común de experiencias entre el emisor y los receptores que permita que el mensaje sea emitido y entendido de manera adecuada.

Con el desarrollo de esta evidencia se espera que transfiera lo aprendido hasta el momento y demuestre la habilidad de comunicar información de manera estructurada en el contexto de su profesión, por lo tanto, realice lo siguiente:

1. Elabore la planeación de la presentación de un producto bandera de una empresa que llame su atención, tenga presente lo aprendido con el material de formación **Comunicación asertiva**, esta planeación debe contemplar lo siguiente:

- Introducción.
- Incluya el nombre del producto escogido e identifique la empresa.
- Características de la población objetivo de la presentación.
- Estrategias de comunicación a utilizar (incluya la justificación de su utilización).
- Expectativas a generar con la presentación del producto.
- Clasificación de las ideas que se desean comunicar para presentar el producto.
- Nivel cultural, social, económico y educación de la población objetivo.
- Momentos y medios para escuchar a la población objetivo.

2. Diseñe la presentación del producto, de acuerdo a la planeación elaborada y compártala en la sesión virtual “Planeación y presentación de mi producto”, y expóngala a su instructor y grupo de compañeros. Recuerde que el instructor es el encargado de crear y habilitar esta sesión en línea.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe los archivos (planeación y presentación) al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 7: Diseñar estrategias para realizar una presentación efectiva del producto o servicio de acuerdo a los objetivos y políticas de la organización /



Evidencia 6: Sesión virtual “Planeación y presentación de mi producto”. **Total horas: 24, 4(D) y 20(I).**

- **Evidencia 7: Fichas ambientales**

El manejo ambiental de los productos determinan que su elaboración se ha realizado de manera amigable con el medio ambiente, durante este proceso se pueden establecer estrategias que garanticen que las actividades no generan impactos negativos al medio ambiente; pero al momento de comercializarlo resulta un poco difícil, por ello son tan importantes y necesarias las fichas ambientales, cuyo objetivo es transmitirle al último eslabón de la cadena productiva una opción de manejo de los residuos generados por este producto y con esto, cumplir con la responsabilidad final del productor.

Para el desarrollo de esta evidencia tenga en cuenta la **Evidencia 2: Plan de manejo ambiental “Exportación bocadillo veleño”** de esta guía de aprendizaje y la tabla de ejemplo expuesta en esta evidencia descargable, con base en lo anterior, elabore las fichas ambientales por cada uno de los procesos de elaboración del bocadillo; es importante que se describa y se tenga en cuenta la incorporación de empaques biodegradables en la elaboración de las fichas.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 7: Diseñar estrategias para realizar una presentación efectiva del producto o servicio de acuerdo a los objetivos y políticas de la organización / Evidencia 7: Fichas ambientales. **Total horas: 24, 4(D) y 20(I).**

- **Evidencia 8: Propuesta comercial**

En un negocio internacional una vez acordados los términos de la negociación y las condiciones comerciales, se hace necesario implementar tácticas que permitan mantener relaciones de contacto, con el fin de verificar la satisfacción alcanzada con respecto a los bienes ofrecidos, además se debe proponer y desarrollar estrategias de servicio postventa, entre las que se destaque la obtención de información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos, para consolidar el proceso de fidelización.

Con el desarrollo de esta evidencia, se busca que demuestre lo aprendido hasta el momento, generando una respuesta adecuada para abrir canales de comunicación con el cliente, que a futuro motive nuevas oportunidades de negocio, por lo tanto revise el caso



expuesto en la evidencia descargable y realice lo que allí se indica.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 7: Diseñar estrategias para realizar una presentación efectiva del producto o servicio de acuerdo a los objetivos y políticas de la organización / Evidencia 8: Propuesta comercial. **Total horas: 40, 10(D) y 30(I).**

3.5. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 3: Taller “Habilidades para una buena comunicación”.	<ul style="list-style-type: none">• Establece procesos comunicativos asertivos que posibilitan la convivencia en los contextos social y productivo, de acuerdo con las competencias ciudadanas.• Establece acuerdos mediante el uso de procesos comunicativos, racionales y argumentados, orientados hacia la resolución de problemas según normas y protocolos institucionales.• Se comunica fácilmente con los miembros de la comunidad educativa según protocolos y normas de convivencia	Lista de verificación: Taller.



	institucional.	
Evidencia de desempeño: Evidencia 6: Sesión virtual “Planeación y presentación de mi producto”.	<ul style="list-style-type: none">• Establece procesos comunicativos asertivos que posibilitan la convivencia en los contextos social y productivo, de acuerdo con las competencias ciudadanas.• Establece acuerdos mediante el uso de procesos comunicativos, racionales y argumentados, orientados hacia la resolución de problemas según normas y protocolos institucionales.• Se comunica fácilmente con los miembros de la comunidad educativa según protocolos y normas de convivencia institucional.	Lista de chequeo: Sesión virtual.
Evidencia de producto: Evidencia 1: Portafolio de servicios “Productos Colfrutik”.	<ul style="list-style-type: none">• Observa el proceso para la presentación de productos o servicios en la estrategia utilizada para la presentación de un producto o servicio, de acuerdo con las políticas establecidas por la organización.• Refuerza la información	Lista de verificación: Portafolio de servicios.



	<p>sobre los productos y servicios con demostraciones, con argumentos sobre beneficios y características relacionadas con calidad, precio, necesidades a satisfacer, teniendo en cuenta las políticas establecidas por la organización.</p> <ul style="list-style-type: none">• Evalúa la forma en que maneja un auditorio en las ventas dirigidas a grupos conformada por clientes, aplicando técnicas de negociación y cierre de ventas, de acuerdo con las políticas y objetivos de la organización.• Identifica los procedimientos, parámetros y condiciones a partir de estrategias que se sigue para la negociación, acuerdos de coordinación y cooperación entre los productores, proveedores, distribuidores y clientes, de acuerdo con las políticas determinadas por la organización.• Prepara las estrategias	
--	--	--



	de presentación de acuerdo con el producto y perfil de cliente, de acuerdo con protocolo y políticas de la organización.	
Evidencia de producto: Evidencia 2: Plan de manejo ambiental “Exportación bocadillo veleño”.	<ul style="list-style-type: none">• Optimiza los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas según normas institucionales.• Contribuye en el cuidado y uso de los elementos que integran su entorno formativo y laboral según normas institucionales.• Dispone los residuos teniendo en cuenta las normas de clasificación de los mismos.• Mantiene limpio y ordenado el lugar donde desarrolla sus actividades formativas y productivas según estándares de protección ambiental.	Lista de verificación: Plan de manejo ambiental.
Evidencia de producto: Evidencia 4: Página web corporativa.	<ul style="list-style-type: none">• Presenta los productos y servicios con el apoyo de catálogos, manuales, programas o navegadores con gráficos y animaciones,	Lista de verificación: Página web.



	<p>de acuerdo con las necesidades y políticas de la organización.</p> <ul style="list-style-type: none">• Interpreta el interés y la decisión de compra del cliente, mediante la aplicación de técnicas de análisis del comportamiento del consumidor realizada de acuerdo con el medio de comunicación y tecnología establecida por la organización.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 5: Ejercicio práctico “Advertising and web page”.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Puede inferir el significado de una palabra u oración dentro de un texto en inglés, así este no esté explícito.• Proporciona explicaciones, argumentos y explicaciones lógicas sobre aspectos técnicos de su profesión en un debate.	<p>Lista de verificación:</p> <p>Ejercicio práctico.</p>
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 7: Fichas ambientales.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Optimiza los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas según normas institucionales.• Contribuye en el cuidado y uso de los elementos	<p>Lista de verificación:</p> <p>Fichas.</p>



	<p>que integran su entorno formativo y laboral según normas institucionales.</p> <ul style="list-style-type: none">• Dispone los residuos teniendo en cuenta las normas de clasificación de los mismos.• Mantiene limpio y ordenado el lugar donde desarrolla sus actividades formativas y productivas según estándares de protección ambiental.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 8: Propuesta comercial.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Identifica los instrumentos de carácter legal y/o contractual nacionales e internacionales, de acuerdo con el tipo de negociación y las políticas de la organización.• Informa sobre garantías y servicio post venta aplicados de acuerdo con los productos y servicios adquiridos, con base en la política de servicio establecida por la organización.• Acuerda términos de negociación y condiciones comerciales, teniendo	<p>Lista de verificación:</p> <p>Propuesta.</p>



	<p>en cuenta la legislación comercial y los términos de negociación, de acuerdo con las políticas y parámetros fijados por la organización.</p> <ul style="list-style-type: none">• Plantea las condiciones de pago, formas de entrega, traslados, gastos, costos; de acuerdo con la negociación acordada con los clientes y las políticas determinadas por la organización.	
--	--	--



4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	Duración (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (instructores)		Ambientes de aprendizaje tipificados
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	Escenario (Aula, laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Definir estrategias para establecer procesos de negociación internacional según normas establecidas.	298					Tecnólogo en negociación internacional, profesional y/o tecnólogo en ingeniería industrial, ingeniería de mercados, logística, administradores de empresas, contabilidad, finanzas y ciencias afines, preferiblemente con	4	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

						especialización en logística, comercio internacional o negocios internacionales y ciencias afines.		
						Profesional en idiomas o lenguas modernas.		
						Profesional en ciencias humanas.		
						Profesional en ingeniería ambiental.		



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Adjective: *a word that describes a noun or pronoun.*

Argumentación: es una de las funciones del lenguaje, un tipo de discurso, un modo de razonamiento y práctica social para demostrar, refutar o justificar algo. La argumentación es frecuente en las diversas situaciones de comunicación, constituye una actividad dinámica que requiere la participación de un hablante, un mensaje, y al menos un oyente o lector. Se utiliza para orientar opiniones sobre temas tanto triviales como importantes, finalmente, es un intento de llevar a alguien a ver las cosas de determinada manera.

Branding: actividad orientada a la creación y esfuerzo de los valores positivos de una marca, así como a su penetración y facilidad de memorización. Se podría traducir como apoyo de marca.

Brochure: catálogo comercial para mostrar productos o servicios de una empresa.

Cierre de negocio: cantidad referida al volumen de ventas que una empresa ha realizado durante un tiempo específico, y que generalmente se concreta en un año.

Coherencia: relación lógica entre dos cosas o entre las partes o elementos de algo, de modo que no se produce contradicción ni oposición entre ellas. El actuar coherente de las personas se atribuye a la necesidad de comportamientos que estén de acuerdo con los parámetros de honestidad y buena fe, a través de deberes y de conductas que le permitan tener presencia real en la cotidianidad de acuerdo a los contextos.

Comparison: *the act of comparing two or more people or things.*

Consorcio: pertenece a las redes de comercio exterior y es la asociación de dos o más empresas para realizar una actividad económica mediante la creación de una nueva empresa.

Contaminante natural: el emitido por los diferentes procesos naturales del océano, de los bosques, de los volcanes, de los pantanos, de las tempestades eléctricas, entre otros.

Contratos globales: tipo de negociación que se debe aplicar a un mismo cliente o producto a nivel mundial.

Daño ambiental: pérdida o perjuicio causado al medio ambiente o a cualquiera de sus componentes naturales o culturales.

Declaración de Impacto Ambiental (DIA): pronunciamiento de la autoridad competente de



medio ambiente respecto a los efectos ambientales previsibles y a la conveniencia de dejar o no, realizar la actividad proyectada.

Defecto: carencia de las cualidades propias o naturales de una cosa, imperfección natural o moral.

Demográfico: es el estudio de la población humana y sus características, las tendencias de consumo en los hogares y las naciones.

Ecosistema: es un conjunto de entidades agrupadas en dos clases, los factores abióticos que conforman el biotopo, y las especies biológicas presentes que constituyen la biocenosis o comunidad.

Educación ambiental: educación dirigida a individuos y grupos con el fin de aumentar el conocimiento sobre el medio ambiente y llegar finalmente a cambios de conducta.

Empresa filial: aquella sociedad subordinada cuya empresa matriz ejerce directamente su control.

Empresa matriz: sociedad que ostenta el control, dominio o poder de decisión sobre otra, llamada empresa subordinada.

Estrategia: conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión.

Ficha técnica: documento con información respecto del producto, peso, tamaño, materiales, tiempo de fabricación, empaque y otras características, químicas, físicas, de funcionamiento, que definen el producto.

Gestión ambiental: medidas adoptadas por una empresa o cualquier entidad, encaminadas a disminuir la influencia negativa sobre el medio ambiente de sus actividades.

Hábitat: conjunto de condiciones ambientales en las que vive una biocenosis, una especie o un individuo.

Innovación tecnológica: los modelos llamados interactivos reemplazaron el modelo utilizado anteriormente, llamado modelo lineal. Los modelos actuales subrayan el papel central que desempeña la concepción industrial sobre las relaciones entre las fases hacia adelante, ligadas al mercado, y las fases hacia atrás, ligadas a la tecnología de la innovación, como también sobre las numerosas interacciones entre la ciencia, la tecnología y las actividades vinculadas a la innovación, tanto si se realizan en el interior de la empresa como si lo hacen en el marco de diversas cooperaciones.



Origin: *the country, race, or social class of a person's family.*

Precios de referencia: fijación por parte de la autoridad gubernamental en el caso colombiano, la DIAN, de un precio a un producto con el objeto de aplicar un arancel.

Product: *something that someone makes or grows so that they can sell it.*

Proveedor: es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin.

Recargos: son los valores adicionales a las tarifas que las compañías transportadoras o agentes de carga cobran a los cargamentos, por condiciones de orden económico, sociales, políticas, geográficas o de acuerdo con la naturaleza de la mercancía, impuestos sobre la tarifa básica, el peso o el volumen o valor de la mercancía.

Reclamos de calidad: inconformidades que hacen los clientes por la calidad de productos o servicios prestados.

Rueda de negocios: es una forma de contactar clientes potenciales, sin embargo, la empresa vendedora debe preparar muy bien su estrategia de venta, ya que el tiempo es muy limitado y muy posiblemente el comprador también se puede estar reuniendo con la competencia; la labor posterior de seguimiento es muy importante.

Servicios informáticos electrónicos: los procedimientos para el cumplimiento de las formalidades, operaciones u obligaciones aduaneras, así como para la aplicación de los diferentes destinos aduaneros, incluidos los regímenes aduaneros, deberán llevarse a cabo mediante el uso de los servicios informáticos electrónicos.

Tolerancia: es un valor moral que implica el respeto íntegro hacia el otro, hacia sus ideas, prácticas o creencias, aun cuando sean diferentes o contrarias a las propias. En este sentido, la tolerancia es también el reconocimiento de las diferencias inherentes a la naturaleza humana, a la diversidad de las culturas, las religiones o las maneras de ser o de actuar.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Acosta, P. (s.f.). *Modelos de negocios*. Ecuador: Autor.
- Alcaldía de Envigado. (2011). *Guía para el adecuado manejo de los residuos sólidos y*



peligrosos. Envigado, Colombia: Autor.

- Berlo, D. (1984). *El proceso de comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Ateneo.
- Brochure design team. (s.f.). *La mejor manera de diseñar un brochure*. España: Autor.
- Brönstrup, S., Celsi, E. y Ribeiro, A. (2009). *Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional*. Bogotá, Colombia: Red signo y pensamiento.
- Cámaras empresariales de España. (2010). *Plan cameral del as exportaciones*. España: Autor.
- Capital community college. (s.f.). *Adjectives*. Consultado el 08 de septiembre de 2016, en <http://www.capitalcc.edu/>
- Castro, A. (2014). *Comunicación organizacional: técnicas y estrategias*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Colectivo de autores. (2010). *Mercadotecnia internacional*. México: Pro México.
- Colet, R. y Polio, J. (2014). *Procesos de venta*. Madrid, España: McGraw Hill.
- Conde, E. (2012). *Factores de éxito en las ventas*. España: Fundación universitaria andaluza.
- Díaz, S. (2014). *Una mirada a la racialidad desde la comunicación organizacional*. La Habana, Cuba: Editorial universitaria.
- Domene, F. (2010). *Marketing online, estrategias para ganar clientes en internet*. España: Anaya.
- E-interactive. (2013). *Estado del marketing de contenidos 2013*. España: Autor.
- Ember, C. y Ember, M. (1997). *Antropología cultural*. Nueva Jersey, Estados Unidos: Prentice Hall.
- García, V. (2010). *¿Qué es la negociación?* Autor.
- Gobierno de Chile. (s.f.). *Definición del sitio web*. Chile: Autor.
- Gómez, A. y Veloso, M. (2004). *El impacto de internet en el marketing mix*. Madrid, España: Ediciones Deusto.



- Irigoyen, J. (2015). *Vender no es un arte*. Madrid, España: Autor.
- Kawasaki, G. (2016). *El arte de empezar 2.0*. Barcelona, España: Ediciones Deusto.
- Kotler, P., Keller, Cámara, D. y Mollá, A. (2006). *Dirección de Marketing*. Madrid, España: Prentice Hall.
- Maslow, A. (1991). *Motivación y personalidad*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Morales, O. (2010). *La importancia de la cultura en los negocios mundiales*. Lima, Perú: Autor.
- Moreno, B. (2014). *5 consejos de diseño web para un sitio profesional*. Autor.
- Moreno, J. (2015). *Marketing internacional: contenido, política y estrategias exitosas*. Buenos Aires, Argentina: Macchi grupo editor.
- Muñoz, R. (2016). *Marketing en el siglo XXI*. España: Autor.
- Muy interesante. (s.f.). *El lenguaje oculto de las marcas*. Madrid, España: Autor.
- National Geographic. (s.f.). *Consumer society, comparatives and superlatives*. Estados Unidos: Autor.
- Nocola, M. (1997). *Manual del exportador*. México: McGraw Hill.
- Pacheco, R. (2006). *Competencias claves para la comunicación organizacional*. Quito, Ecuador: ProQuest ebrary.
- Parceiro, J. (2006). *Participación en ferias: herramienta para la promoción de productos en el exterior*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Pascal, A. (2003). *Técnicas de negociación*. México: Autor.
- Pixabay (2015). *Comunicación*. Consultado el 09 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay (2016). *Diálogo*. Consultado el 09 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com/>



- Pixabay (2016). *Reunión y comunicación*. Consultado el 09 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2012). *Deporte*. Consultado el 14 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2012). *Familia reunida*. Consultado el 14 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2014). *Éxito*. Consultado el 14 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2014). *Folleto publicidad*. Consultado el 14 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2014). *Liderazgo*. Consultado el 14 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2015). *Reunión*. Consultado el 14 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Prom Perú. (s.f.). *Negocios electrónicos*. Lima, Perú: Autor.
- Quintana, R. (s.f.). *Introducción al estudio de la comunicación*. Londres, Inglaterra: Autor.
- Sabra, J. (1999). *Negociaciones económicas internacionales, teoría y práctica*. Montevideo, Uruguay: Ediciones Trilce.
- Sayago, L. (2009). *Investigación en comunicación organizacional*. Córdoba, Argentina: El cid editor.
- Sinek, S. (2013). *La clave es el por qué*. Barcelona, España: Península.
- Staton, W. y Etzel, M. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Madrid, España: Interamericana editores.
- Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *¿Qué es una marca?* Bogotá, Colombia: Autor.
- Valdés, P. (s.f.). *El ciclo de venta vs el ciclo de compra*. Madrid, España: Autor.
- Vergara, C. (2013). *Los diez mandamientos de marketing según Philip Kotler*. Madrid, España: Lid Editorial.



- Whiting, P. (1987). *La cinco grandes reglas de la venta*. Barcelona, España: Autor.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Expertos técnicos

Adriana Milena Mesa Martínez
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Julio de 2016.

Manuela Jaramillo Mejía
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Julio de 2016.

Ismari Herrera Jerez
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Julio de 2016.

Jairo Figueroa Chaparro
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Julio de 2016.

Luz Dary Palomino González
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Julio de 2016.

Asesora pedagógica

Gloria Amparo López Escudero
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Septiembre de 2016.



**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE**

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

Guionista

Leydi Johana Navarro Ríos
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Septiembre de 2016.



GUÍA DE APRENDIZAJE N° 8

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Programa de Formación: Tecnólogo en Negociación Internacional.		Código: 122702		
		Versión: 02		
Nombre del Proyecto: Negociación de productos colombianos basados en acuerdos internacionales.		Código: 1301046		
Fase del proyecto: Planeación.				
Actividad (es) del proyecto:	Actividad (es) de aprendizaje:	Ambiente de formación escenario	Materiales de formación	
			Devolutivo (Herramienta – equipo).	Consumible (Unidades empleadas durante el programa).
Gestionar el presupuesto de ingresos y gastos, según objetivos y necesidades de la organización.	Elaborar las proyecciones y presupuestos, teniendo en cuenta las necesidades de la organización.	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.		
Resultados de Aprendizaje: 210101001-01: Interpretar los diferentes tipos de proyecciones en la determinación de los pronósticos, mediante la aplicación de simuladores para determinar la oferta y la demanda del mercado de bienes y		Competencia: 210101001: Proyectar las necesidades y requerimientos según el proceso o unidades de negocio.		



servicios, según los objetivos de la organización.	
210101001-02: Analizar la relación entre las políticas de producción y las proyecciones de la oferta y la demanda del mercado potencial, real, los inventarios, tipos de stock, ciclos de pedidos y la capacidad de producción de la empresa.	
210101001-03: Planear los presupuestos a partir de la valoración de necesidades requeridas por las diferentes unidades, áreas o procesos del negocio, con base en los acuerdos y negociaciones pactadas con los clientes, las técnicas contables y las normas legales vigentes.	
Duración de la guía (en horas):	100 horas.

2. INTRODUCCIÓN

La oferta y la demanda interactúan entre sí fijando los precios y las cantidades de bienes y servicios que se van a producir, por lo tanto, su proyección es de vital importancia para que la empresa pueda conocer el comportamiento del mercado cuando se ve afectado por diferentes variables y así poder determinar la asignación de recursos para las operaciones, ya que las expectativas son un factor decisivo en el comportamiento empresarial.

Los cambios a futuro de la oferta, la demanda y los precios, se pueden conocer con exactitud si se tienen en cuenta las herramientas necesarias para analizar la situación actual, porque factores tan intangibles pueden verse afectados por variables externas o internas de las organizaciones e incidir en sus proyecciones de producción, costos y ventas.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 100 horas, correspondientes a un 20% de horas Directas (**D**), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80% de horas Independientes (**I**), que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario



revisar el material de formación, explorar los materiales complementarios y efectuar consultas en internet.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentra en la siguiente ruta: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 8: Elaborar las proyecciones y presupuestos, teniendo en cuenta las necesidades de la organización. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia: Planeación operativa**

Sea cual sea el tamaño de una empresa, la planeación es fundamental para el éxito de esta, ya que sirve como base para las demás funciones administrativas, como la organización, la coordinación y el control de los procesos, además permite reducir la incertidumbre y minimizar los riesgos en la operación de la misma.

Es importante tener en cuenta que la planeación no es exclusiva de las empresas, sino que también se puede ubicar dentro de otros aspectos diarios de la vida. Como es usual, en un hogar en el área de la cocina, generalmente siempre se cuenta con un refrigerador, por lo tanto, se le invita a que en esta evidencia enfoque la planeación desde ese refrigerador de la siguiente manera:

Dentro del refrigerador existen varios elementos que constantemente se están utilizando para la comida diaria, pero ¿Qué sucede si no se tiene previsto qué es lo que se va a preparar de alimento para ese día, el día siguiente o lo que se piensa preparar toda la semana?

Regularmente las compras están enfocadas a hacerlas de manera impulsiva, en donde se va al supermercado y se elige lo que está más barato, lo que más llama la atención, lo que se compra comúnmente, pero pocas veces nos detenemos a pensar si lo que compramos es en verdad lo que necesitamos.

Basándose en lo descrito con anterioridad y como enriquecimiento personal, dé un vistazo al refrigerador de su hogar, tal vez se encuentre muy organizado y limpio; sin embargo observe si tiene alimentos sin consumir y de ellos revise si su fecha de vencimiento ya expiró, o si algunos ya están en proceso de descomposición y basado en ello reflexione sobre el siguiente interrogante:



¿Ha pensado en el costo que asumió al momento de comprar los alimentos que ya no se pueden consumir?

Tomando en consideración que en cada hogar se tiene un presupuesto establecido para este tipo de gasto, fácilmente se puede estar desperdiciando entre el 20 y el 30 % de este valor, que quizá, bien administrado y planeado, podría convertirse en un ahorro para invertir en otros artículos.

Esto quiere decir que si se planea correctamente lo que se va a preparar durante la semana, existirán menos posibilidades de improvisar, pero se requiere tener claramente definido qué se va a comprar y así poder buscar un mayor margen de economía, disminuyendo el desperdicio. Por lo que es fácil deducir que se debe aplicar el concepto de planeación no solo en la parte empresarial sino también en las labores cotidianas.

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 8, por lo tanto no es calificable.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

- **Evidencia: Comportamiento del mercado**

Citando una de las situaciones que afectan el comportamiento del mercado, nos referimos a uno de los paros camioneros más representativo que se han registrado en la historia de Colombia.

Durante dicho período, los periódicos nacionales reflejaron a través de sus notas periodísticas, que los mismos consumidores colombianos eran los que estaban pagando los platos rotos tras el tiempo de inmovilización por parte de los transportadores, pues ya no se estaba cumpliendo con el suministro normal de productos en los diferentes municipios del país, lo que hizo que se incrementaran los precios de algunos productos perecederos como las verduras o las frutas, sin una solución a la vista.

Analice lo expuesto anteriormente y desde su experiencia y conocimiento previo, cuestiónese sobre los siguientes interrogantes:

- o ¿Un paro camionero que es una variable no controlable del entorno, afecta la oferta o disponibilidad del producto en el mercado?
- o ¿Considera que esta situación afecta la demanda de los productos ante un incremento



en los precios?

- o ¿Cómo se puede ver afectada la producción de las empresas cuando se presentan estas situaciones?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 8, por lo tanto no es calificable.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 1: Informe “Análisis de elasticidad de la oferta y la demanda”**

Para la planeación del presupuesto es importante reconocer que la elasticidad es una medida de la sensibilidad de la cantidad demandada de un bien, frente a un cambio en su precio. La elasticidad se encarga de medir el impacto, el grado de las variaciones de la demanda o la oferta de los productos y sus variaciones de precios.

El propósito de esta evidencia es reconocer y aplicar el concepto de oferta y demanda, y su relación con la proyección de presupuestos de una empresa o de una unidad estratégica de negocios, teniendo en cuenta la aplicación de métodos o técnicas de análisis de las variables económicas y macroeconómicas.

Por lo tanto, lea y analice previamente el material de formación denominado **Planeación y proyección de presupuestos**, en su tema **Comportamiento del mercado y políticas de producción de la empresa**, además del material complementario **¿Qué es la libre competencia?**

Posterior a estas consultas y tomando como referencia el producto o servicio previamente seleccionado en la actividad de aprendizaje 1, **Evidencia 10: Informe “Método de selección de ideas”** y con el grupo de trabajo con el cual viene desarrollando algunas evidencias, determinen para este producto o servicio: cantidades, precios iniciales y precios finales.

Para desarrollar esta evidencia realice con su grupo de trabajo lo siguiente:



- o Trabajen sobre el **Simulador de elasticidad** que encuentra adjunto a esta evidencia descargable y sobre el mismo incluyan los siguientes puntos:
 - Calculen la elasticidad de la oferta y la demanda para el producto o servicio elegido.
 - Calculen las variaciones.
- o Elaboren un informe interpretativo, describiendo detalladamente los resultados y conclusiones del cálculo de elasticidad realizado anteriormente para el producto seleccionado.
- o Grafiquen la elasticidad de la oferta y la demanda según los resultados obtenidos en el simulador.
- o Emitan las conclusiones sobre el análisis de estos resultados y determinen un estimado de oferta y demanda para el producto sobre el cual vienen trabajando.

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique el informe interpretativo en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 8: Elaborar las proyecciones y presupuestos, teniendo en cuenta las necesidades de la organización / Evidencia 1: Informe “Análisis de elasticidad de la oferta y la demanda”. **Total horas: 30, 5(D) y 25(I).**

- **Evidencia 2: Evaluación “Proyecciones”**

Resuelva esta evaluación con el propósito de poner en evidencia sus conocimientos con relación al comportamiento del mercado, las políticas de producción de una empresa, el equilibrio entre oferta y demanda, proyecciones de presupuesto y las políticas de manejo de inventarios.

Esta evaluación consta de diez (10) preguntas, responda correctamente cada una de ellas, para ello lea y analice el material de formación de esta actividad de aprendizaje denominado **Planeación y proyección de presupuestos**, esto le permitirá demostrar los



conocimientos aprendidos durante la actividad de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 8: Elaborar las proyecciones y presupuestos, teniendo en cuenta las necesidades de la organización / Evidencia 2: Evaluación “Proyecciones”. **Total horas: 10, 1(D) y 9(I).**

- **Evidencia 3: Matriz DOFA “Presupuesto”**

Cuando las empresas hacen proyecciones, estas deben hacerse a corto, mediano y largo plazo y enfocados a los diferentes aspectos de la empresa tanto internos como externos, esto le permitirá tener panoramas amplios y competitivos.

El propósito de esta evidencia se centra en analizar por medio de una matriz DOFA por qué es importante para una empresa realizar periódicamente proyecciones financieras y de presupuesto.

Para el desarrollo de esta evidencia se recomienda leer previamente el material complementario denominado **Proyecciones de los estados financieros**.

Luego de estas consultas revise el documento **Presupuestos y proyecciones**, adjunto a la evidencia descargable y con base en él, construya la matriz DOFA (debilidades, oportunidades, fortalezas, amenazas), de las proyecciones que se observaron en este documento.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 8: Elaborar las proyecciones y presupuestos, teniendo en cuenta las necesidades de la organización / Evidencia 3: Matriz DOFA “Presupuesto”. **Total horas: 20, 5(D) y 15(I).**

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.



• Evidencia 4: Planeación de presupuesto

En la planeación del presupuesto para cualquier empresa u organización, es importante observar la secuencia que va determinando cómo van surgiendo cada una de las proyecciones y qué áreas de la empresa participan en esta.

Según lo anterior, el propósito de esta evidencia es realizar un ejercicio práctico con un simulador en el cual se utilizarán como base, las ventas de la empresa Torni-Col y se usarán como referencia dos productos, uno de ellos se vende en el mercado nacional y el otro en el mercado internacional.

De acuerdo con la política de la empresa estos productos se tomarán como base para elaborar el presupuesto del año siguiente, toda la información que requieren para realizar la simulación se recibe del área de contabilidad. Es importante que tengan en cuenta la Tasa Representativa del Mercado (TRM).

Para desarrollar esta evidencia debe descargar el documento **Instrucciones que se deben seguir para la planeación del presupuesto**, que se encuentra adjunto a la evidencia descargable, el cual contiene toda la información sobre la empresa Torni-Col, posteriormente realice lo siguiente:

- o Trabajen sobre el **Simulador de presupuesto** que encuentra adjunto a la evidencia descargable, ingresen los datos de la empresa Torni-Col y con ellos realice diferentes simulaciones como: si sube el precio, si disminuye la oferta, entre otros.
- o Con los resultados de las simulaciones desarrolle este ejercicio práctico y a través de un documento escrito presente el análisis de planeación de presupuesto de Torni-Col, donde describa los procedimientos y los resultados obtenidos de la siguiente manera:
 - Cálculo de las estadísticas de ventas.
 - Cálculo de ventas para los dos productos bandera de esta empresa.
 - Estadísticas para ventas nacionales e internacionales.
 - Proyección de ventas mensuales.
 - Cálculo de ventas anuales.
 - Proyección de ventas para el año solicitado.
 - Materias primas requeridas.



- Presupuesto de insumos que se necesitan de acuerdo con el proceso de producción planteado.
- Presupuesto de gastos operativos.
- Presupuesto de mano de obra directa e indirecta.
- Gastos específicos de exportación.
- Proyección de los flujos de caja.
- Rentabilidad de la empresa según las proyecciones de ventas nacionales e internacionales.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 8: Elaborar las proyecciones y presupuestos, teniendo en cuenta las necesidades de la organización / Evidencia 4: Planeación de presupuesto. **Total horas: 40, 10(D) y 30(I).**

3.5. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 2: Evaluación "Proyecciones".	<ul style="list-style-type: none">• Aplica herramientas de diagnóstico para determinar las amenazas y oportunidades estratégicas de la empresa frente a las políticas, estrategias de gestión y mercadeo de la organización.• Determina el comportamiento de la	Cuestionario: Cuestionario.



	<p>oferta y la demanda de los productos comercializados por la empresa mediante el análisis de los datos históricos de los productos que afecten los niveles de producción y venta de la compañía.</p> <ul style="list-style-type: none">• Analiza los efectos de la oferta y la demanda que condicionan los procesos de producción y los niveles de inventarios según capacidad y políticas de producción definidas por la organización.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 1: Informe “Análisis de elasticidad de la oferta y la demanda”.</p>	<p>Analiza la tendencia del entorno económico de acuerdo con el comportamiento del mercado y el perfil del consumidor para determinar la oferta y la demanda del mercado de bienes y servicios.</p>	<p>Lista de verificación:</p> <p>Informe interpretativo.</p>
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 3: Matriz DOFA “Presupuesto”.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Aplica herramientas de diagnóstico para determinar las amenazas y oportunidades estratégicas de la empresa frente a las políticas, estrategias de gestión y mercadeo de	<p>Lista de verificación:</p> <p>Matriz DOFA.</p>



	<p>la organización.</p> <ul style="list-style-type: none">• Determina el comportamiento de la oferta y la demanda de los productos comercializados por la empresa mediante el análisis de los datos históricos de los productos que afectan los niveles de producción y venta de la compañía.• Analiza los efectos de la oferta y la demanda que condicionan los procesos de producción y los niveles de inventarios según capacidad y políticas de producción definidas por la organización.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 4: Planeación de presupuesto.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Identifica los objetivos y metas de la compañía frente a compras y ventas teniendo en cuenta la clasificación de los presupuestos y aplicación de las normas contables.• Estima la oferta y demanda en unidades físicas mediante la aplicación de diferentes técnicas de proyección de las variables relacionadas con el	<p>Lista de verificación:</p> <p>Ejercicio práctico.</p>



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

	<p>comportamiento del mercado.</p> <ul style="list-style-type: none">• Analiza los ingresos y egresos aplicando modelos de proyección de inventarios, costos y demanda para determinar la proyección de los flujos de caja.	
--	---	--



4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	Duración (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (instructores)		Ambientes de aprendizaje tipificados
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	Escenario (Aula, laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Gestionar el presupuesto de ingresos y gastos, según objetivos y necesidades de la organización.	100					Tecnólogo en negociación internacional, profesional y/o tecnólogo en ingeniería industrial, ingeniería de mercados, logística, administradores de empresas, contabilidad, finanzas y ciencias afines, preferiblemente con	1	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.



**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE**

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

						especialización en logística, comercio internacional o negocios internacionales y ciencias afines.		
--	--	--	--	--	--	--	--	--



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Cantidad: número de unidades facturadas.

Carretas de madera: mecanismo para el empaque requerido en la entrega de un producto.

Depreciación: pérdida de valor de un activo o del capital, en términos contables la depreciación es una reducción del activo fijo, sea en cantidad, calidad, valor o precio, debido al uso, a la obsolescencia o solo por el paso del tiempo. La depreciación se mide anualmente y depende de los factores ya mencionados, así como del precio de compra y de la duración estimada del activo.

Descuentos: valores descontados a la tarifa básica por factores económicos, de eficiencia portuaria, por la clase de mercancías, por los volúmenes de cargado, por la fidelidad o por la frecuencia del usuario con la compañía transportadora.

Empaques: mecanismos diseñados para protección y entrega del producto.

Estado de resultados: también conocido como estado de pérdidas o ganancias, muestra los ingresos y los gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de la empresa durante un período de tiempo determinado, generalmente a un año. Es un estado dinámico, ya que refleja una actividad y es acumulativo porque resume las operaciones de una compañía desde el primero, hasta el último día del período.

Estados financieros: los estados financieros básicos son el balance general, el estado de resultados, el estado de cambios en el patrimonio, el estado de cambios en la situación financiera y el estado de flujos de efectivo.

Kilos por tonelada: unidades de medida y estándares de insumos para el proceso de producción.

Macroentornos: son aquellas fuerzas no controlables que se encuentran fuera de las organizaciones y que además afectan la capacidad de una empresa para desarrollar operaciones, transacciones y relaciones internacionales con éxito; entre ellos están lo sociocultural, la economía, lo político, lo legal, la demografía y lo geográfico.

Proceso de producción: sistema interrelacionado de acciones dinámicas para la transformación de elementos.

Producto: nombre del bien u objeto de importación o exportación.

Suministros: abastecimiento de insumos y de materia prima.



Tiempo de producción: período de tiempo entre la iniciación y la terminación de un proceso de producción.

Volumen de producción: es la cantidad producida según la capacidad instalada.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Banco de la República. (2015). *La oferta y la demanda*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Clavijo, A. (2014). *Planeación y preparación del presupuesto*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Fuentes, O. (s.f.). *Planeación de capacidad*. Lima, Perú: Autor.
- Hall, R. y Lieberman, M. (2005). *Microeconomía: principios y aplicaciones*. México: Editorial Thomson.
- Hill, C. (2007). *Negocios internacionales*. Estados Unidos: McGraw Hill.
- Kalmar, J. (s.f.). *Presupuestos y proyecciones*. Autor.
- Kotler, P. (1993). *Dirección de la mercadotecnia, análisis, planeación, implementación y control*. México: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
- Kozikowski, Z. (2000). *Finanzas internacionales*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Pixabay. (2016). *Descuentos comerciales*. Consultado el 21 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2016). *Industrias*. Consultado el 21 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2016). *Pagos y tarjetas*. Consultado el 21 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Samuelson, P. y Nordhaus, W. (1988). *Economía*. Ciudad de México, México: McGraw Hill.
- Seral, M. (s.f.). *Tipos de stocks*. España: Autor.



- Shannon, R. y Johannes, J. (1976). *Systems simulation: the art and science*. Estados Unidos: Information science reference.
- Shapiro, A. (1999). *Multinational financial management*. Prentice Hall.
- Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *Definiciones sobre competencia*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *¿Qué es la libre competencia?* Bogotá, Colombia: Autor.
- Vélez, I. y Dávila, R. (s.f.). *Proyecciones de los estados financieros*. Autor.
- Zamora, M. (s.f.). *El papel de los presupuestos en la planeación*. Lima, Perú: Autor.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Experta técnica

Aida Carmenza Torres Vargas
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Julio de 2016.

Asesora Pedagógica

Gloria Amparo López Escudero
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Septiembre de 2016.

Guionista

Leydi Johana Navarro Ríos
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Septiembre de 2016.



GUÍA DE APRENDIZAJE N° 9

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Programa de Formación: Tecnólogo en Negociación Internacional.		Código: 122702		
		Versión: 02		
Nombre del Proyecto: Negociación de productos colombianos basados en acuerdos internacionales.		Código: 1301046		
Fase del proyecto: Planeación.				
Actividad (es) del proyecto:	Actividad (es) de aprendizaje:	Ambiente de formación escenario	Materiales de formación	
			Devolutivo (Herramienta – equipo).	Consumible (Unidades empleadas durante el programa).
Gestionar el talento humano de acuerdo con los objetivos y estrategias de la organización.	Organizar el equipo de trabajo acorde con la distribución de funciones establecidas.	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.		
Resultados de Aprendizaje: 210101005-01: Coordinar el talento humano apoyado por tecnologías de información, teniendo en cuenta la situación de distribución y asignación de funciones establecidas en el plan de		Competencia: 210101005: Dirigir el talento humano según necesidades de la organización.		



<p>actividades, de acuerdo con los objetivos, estrategias e indicadores de gestión según tiempos y recursos.</p> <p>210101005-02: Realizar el entrenamiento y el seguimiento del talento humano de la efectividad del desempeño en el puesto de trabajo, el estilo de dirección utilizada y el cumplimiento de los objetivos propuestos en cada proceso, según planes de mejoramiento establecidos por la organización.</p>	
<p>240201500-01: Interactuar en los contextos productivos y sociales en función de los principios y valores universales.</p> <p>240201500-03: Generar procesos autónomos y de trabajo colaborativo permanentes, fortaleciendo el equilibrio de los componentes racionales y emocionales orientados hacia el Desarrollo Humano Integral.</p> <p>240201500-07: Generar hábitos saludables en su estilo de vida para garantizar la prevención de riesgos ocupacionales de acuerdo con el diagnóstico de su condición física individual y la naturaleza y complejidad de su desempeño laboral.</p>	<p>240201500: Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.</p>
Duración de la guía (en horas):	244 horas.

2. INTRODUCCIÓN

Las organizaciones y empresas de comercio nacional e internacional pueden ser pequeñas, medianas o grandes; aun desconociendo sus condiciones mínimas, es importante visionar



constantemente sus objetivos corporativos y asegurar los elementos de su componente humano con el fin de garantizar de alguna forma la producción y perfección de sus productos y servicios.

En el marco del mundo globalizado y dentro del contexto empresarial, cobran gran importancia los valores éticos empresariales, estos son, referentes formales e institucionales que orientan y controlan la conducta y el actuar de las organizaciones frente al entorno social y económico en el que desarrollan sus actividades misionales, por tal razón se ha preparado este material para que a la luz de la gestión del talento humano y de los valores éticos empresariales, estemos en capacidad de interactuar en todos los contextos, incluyendo el control de riesgos que atente contra la salud del talento humano, afectando directamente su bienestar laboral y social, todo esto en función de los principios y valores universales.

Hoy en día la mayoría de organizaciones están gestionando la excelencia y la sostenibilidad de sus modelos administrativos, es allí donde los equipos de trabajo, entran a jugar un rol clave, pues a partir de la sinergia que se logre dar en la forma en que interactúan los miembros del mismo, se podrán alcanzar resultados superiores a los que espera la compañía.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 244 horas, correspondientes a un 20% de horas Directas (**D**), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80% de horas Independientes (**I**), que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario revisar el material de formación, explorar los materiales complementarios y efectuar consultas en internet.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentra en la siguiente ruta: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 9: Organizar el equipo de trabajo acorde con la distribución de funciones establecidas. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia:** El encuentro familiar



Como paso inicial a este aprendizaje, imagine la siguiente situación hipotética:

Usted pertenece a una familia numerosa, la cual cada año hace un encuentro con el fin de pasar un fin de semana juntos, actualmente usted estudia, trabaja y le encomendaron la misión de preparar el encuentro familiar para esta ocasión, que sería en menos de un mes; teniendo en cuenta que son más de 200 personas y que 3 primos y 2 tías se mostraron dispuestos a ayudarlo, reflexione acerca de lo siguiente:

- o ¿Qué haría para definir las necesidades del reencuentro familiar?
- o ¿Cuáles y de qué manera asignaría usted las tareas necesarias para llevar a cabo el reencuentro?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 9, por lo tanto no es calificable.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

- **Evidencia: El salario emocional**

Con el fin de contextualizarlo en el tema que se desarrollara en esta actividad de aprendizaje, analice y reflexione sobre el artículo que se expone a continuación:

¿Cuál es el salario emocional que su empresa le ofrece?

Además del sueldo, los trabajadores quieren estudiar, trabajar desde la casa, poder ascender en la empresa o estar más tiempo con la familia. Retribuir con beneficios no monetarios a los colaboradores, con el fin de tener cada vez más talento satisfecho, altamente productivo y con un alto sentido de compromiso con la organización, es una de las nuevas tendencias que se toma a las organizaciones, y es conocida como el salario emocional.

Anteriormente, según el Ministerio de Trabajo, la palabra salario solo englobaba el pago económico que se recibía por un trabajo, pero ahora el concepto ha evolucionado y se habla de distintos salarios. Por eso hoy un trabajador estima, además del dinero, otros



aspectos como la oportunidad de estudiar, de pasar más tiempo con la familia y de ser más feliz.

Esto es salario emocional:

1. **Horarios flexibles:** cumplir con las 8 horas laborales sin ser tan estrictos en los horarios de llegada y salida. Lo importante es cumplir con las labores del día.
2. **Labores remotas:** poder realizar las labores desde casa, un café o cualquier otro lugar.
3. **Tiempo para temas personales:** hay temas personales que no se pueden realizar los sábados, domingos o días de descanso. Se puede pensar en que el colaborador compense una hora al día el tiempo libre que recibe para sus trámites personales.
4. **Plan de carrera:** cada vez más usado por las empresas con el fin de fidelizar a sus colaboradores y darles oportunidad para que lleguen a ser altos ejecutivos de la empresa.
5. **Capacitaciones:** la capacitación no es solo una obligación de ley. La capacitación es una inversión que beneficia a la persona y a la empresa. Se debe generar no solo en lo relacionado con las labores diarias, también en idiomas, artes, deportes, entre otros.
6. **Mentorías en liderazgo:** esta práctica se une al plan carrera donde los ejecutivos junior son asignados a ejecutivos sénior con el fin de que lleven un proceso de aprendizaje de entre 6 meses y 1 año.
7. **Lugares de relajación:** cada vez más empresas incluyen espacios para la relajación de sus colaboradores, comprendiendo la importancia de estos lugares para la salud física, mental y emocional, así como para propiciar mejores condiciones para el desarrollo y productividad.



8. **Eventos de bienestar:** hoy, las empresas son más conscientes de la necesidad de crear programas de bienestar laboral y personal, con la idea de mejorar la calidad de vida de los trabajadores, promover la integración entre ellos, sus familias y el buen clima laboral.
9. **Beneficios sociales:** planes de jubilación, seguros, becas de educación de los hijos, costos de transporte y alimentación.
10. **Actividades de voluntariado:** generadas por la empresa, el fondo de empleados o los colaboradores, permitiendo horas libres para la realización de estas actividades de servicio. (Portafolio, 2016)

Basado en el texto anterior, reflexione como enriquecimiento personal sobre lo siguiente:

- o ¿De qué manera el artículo expuesto puede beneficiar su vida laboral?
- o Si fuera propietario de una empresa ¿Aplicaría todo lo mencionado en el artículo en beneficio de su recurso humano?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 9, por lo tanto no es calificable.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 1: Taller “Importancia y trascendencia de los valores éticos empresariales”**

La ética empresarial aplicada no consiste simplemente en la formulación de normas generales o de códigos de ética empresariales, sino que tiene más valor cuando somos capaces de hacer discernimiento y aplicarlo a la organización.



Con esta evidencia se pretende que adquiera el conocimiento y tome conciencia de la importancia que tienen los valores éticos empresariales en los contextos organizacionales y sociales.

Para hacerlo, es importante que lea y analice previamente el material de formación denominado **Valores éticos empresariales**, posterior a esta consulta desarrolle este taller que consiste en seleccionar como mínimo siete (7) valores éticos empresariales vistos en el material de formación mencionado y que usted considere están más relacionados con el quehacer de los tecnólogos de negociación internacional, y para cada uno de estos valores realice lo siguiente:

- o Elabore una definición con sus propias palabras para cada uno de los valores.
- o Describa las ventajas de su aplicación en una empresa.
- o Identifique los aportes que genera su aplicación en la sociedad y su entorno.
- o Plantee qué consecuencias puede traer para la empresa su no aplicación o desconocimiento.
- o Genere una estrategia de implementación de estos valores para una empresa u organización.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 9: Organizar el equipo de trabajo acorde con la distribución de funciones establecidas / Evidencia 1: Taller “Importancia y transcendencia de los valores éticos empresariales”. **Total horas: 24, 4(D) y 20(I).**

- **Evidencia 2: Informe “Análisis de cargos Colfrutik”**

El análisis de cargos establece las especificaciones de cada puesto de trabajo y define el perfil del empleado que deberá ocuparlo, es importante explorar las exigencias que el cargo requiere desde el punto de vista intelectual, físico, de responsabilidades y de condiciones del trabajo.

Para desarrollar esta evidencia es importante que lea y analice previamente el material de formación denominado **Coordinación del talento humano**, además del siguiente material complementario:



- o Diagrama de Gantt.
- o Plan de mejoramiento empresarial.
- o Aplicación práctica del diagrama de Gantt en la administración de un proyecto.

Posterior a estas lecturas, lea el caso que se expone a continuación:

Carol, propietaria de la empresa Colfrutik, está estudiando la posibilidad de abrir una sucursal de ventas en Estados Unidos, esto debido al alto nivel de exportaciones que se ha presentado a ese país con su producto bandera de conservas de frutas.

Dado lo anterior y con el fin de llevar a cabo este proyecto, la empresa Colfrutik, ha decidido contratarlo a usted como analista de cargos, dados sus conocimientos en el tema. Para ello desarrolle lo siguiente:

1. Diligencie el formato **Descripción y análisis de cargo** que se encuentra adjunto a la evidencia descargable.
2. Realice el análisis de mínimo tres cargos (recolector de fruta, operario, jefe de producción, vendedor, entre otros).
3. Aplique al análisis de los cargos que realizó en el punto anterior, como mínimo dos métodos de análisis (observación directa, cuestionario, entrevista o método mixto).
4. Sustente la elección de uno de los métodos de análisis de cargos y plantee la forma en que recolectará los datos.
5. Diseñe y diligencie un formato de evaluación de desempeño con indicadores de gestión de talento humano, para ello puede investigar en sitios confiables si lo considera necesario.
6. Elabore un plan de mejoramiento para los tres cargos analizados en el punto 2, con el fin de presentar diferentes alternativas.
7. Identifique las necesidades de capacitación o entrenamiento que requiere el recurso humano de la empresa, indicando en un diagrama de Gantt los responsables y los tiempos establecidos para cada una de las actividades.
8. Finalmente elabore un informe con normas APA, donde incluya los puntos descritos anteriormente, este informe debe contar con:



- Portada.
- Tabla de contenido.
- Introducción.
- Cuerpo del informe.
- Conclusiones.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 9: Organizar el equipo de trabajo acorde con la distribución de funciones establecidas / Evidencia 2: Informe “Análisis de cargos Colfrutik”. **Total horas: 40, 13(D) y 27(I).**

- **Evidencia 3: Cuadro comparativo “Riesgos profesionales”**

Dentro del mundo de la prevención y desde la vigencia de la ley 1562 de 2012, la ergonomía se conoce como el conjunto de ciencias y técnicas cuyo objetivo es la adecuación entre el puesto de trabajo y la persona, en definitiva, se ocupa del confort del individuo en su trabajo.

Por lo anterior, la ergonomía estudia el espacio físico de trabajo, ambiente térmico, ruidos, vibraciones, posturas de trabajo, desgaste energético, carga mental, fatiga nerviosa, carga de trabajo, y todo aquello que pueda poner en peligro la salud del trabajador, su equilibrio psicológico y nervioso.

Teniendo en cuenta esta información, el objetivo de esta evidencia es lograr la conceptualización de los riesgos ergonómicos y psicosociales en su lugar de trabajo, lo que permitirá tener pautas importantes para la comprensión y manejo de los riesgos en el diario vivir.

Para desarrollar esta evidencia es importante que lea y analice previamente el material de formación denominado **Higiene y seguridad en el trabajo**, además del siguiente material complementario:

- o Aseguramiento en riesgos laborales.
- o Identificación de los riesgos.



- o Decreto 1443 de 2014.

- o Ley No. 1562.

Posterior a estas lecturas, desarrolle esta evidencia teniendo en cuenta lo siguiente:

- o Diligencie la tabla de riesgos que encuentra en la evidencia descargable y complete sus recuadros con información de la empresa donde labora actualmente o de no ser así, con una empresa que conozca y donde pueda aplicar estos conceptos.
- o Una vez diligenciada la tabla y con la información diagnosticada, realice un listado de hábitos saludables que se deben implementar en cada uno de los riesgos detectados en la empresa.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 9: Organizar el equipo de trabajo acorde con la distribución de funciones / Evidencia 3: Cuadro comparativo “Riesgos profesionales”. **Total horas: 24, 6(D) y 18(I).**

- **Evidencia 4: Marco conceptual para el trabajo en equipo**

La filosofía del trabajo en equipo, rompe la tendencia de la autocracia, introduciendo valores de cooperación, confianza, consenso, apoyo mutuo, solidaridad y liderazgo compartido, que hace más humano el entorno organizacional.

El propósito de esta evidencia es que conceptualice y presente análisis creativos y lógicos de lo que es el trabajo en equipo en los contextos sociales y productivos.

Para dar cumplimiento al objetivo de esta evidencia, consulte el material de formación **Trabajo en equipo**, además del material complementario **Trabajo en equipo: el caso colombiano**.

Posterior a estas consultas, revise atentamente la tabla que se expone en la evidencia descargable y desarrolle lo que allí se le indica.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la



plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 9: Organizar el equipo de trabajo acorde con la distribución de funciones / Evidencia 4: Marco conceptual para el trabajo en equipo. **Total horas: 24, 6(D) y 18(I).**

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 5: Sesión virtual “Industrias RG”**

Cada vez más en las empresas el departamento de gestión del talento humano, cobra más importancia ya que cuando no se tienen definidos claramente los perfiles de los cargos, no se capacita al personal, no se hace evaluación de su desempeño, los empleados se sienten desmotivados e incluso no se llega a tener un alto nivel de compromiso con la organización, lo que puede llevarla al fracaso.

Por lo anterior, desarrolle esta evidencia teniendo en cuenta la lectura y el análisis del caso **Industrias RG**, que encuentra en la evidencia descargable y posteriormente resuelva los siguientes puntos:

1. ¿Considera importante que se tenga un departamento de talento humano en esta empresa? Justifique su respuesta.
2. Defina un programa de evaluación de desempeño para **Industrias RG**, la cual contenga los siguientes aspectos:
 - Criterios a utilizar para evaluar el desempeño del personal de la empresa.
 - Estrategias a aplicar para solucionar problemas de bajo desempeño.
3. Teniendo en cuenta lo planteado sobre la situación de Hugo, elabore lo siguiente:
 - Defina un plan de mejoramiento con los aspectos encontrados.



- Proponga un plan de capacitación de acuerdo con este puesto de trabajo, con el fin de solucionar los problemas presentados.

4. Condense el desarrollo de los puntos anteriores en una presentación y susténtela en la sesión virtual “Industrias RG” ante su instructor y grupo de compañeros. Recuerde que el instructor es el encargado de crear y habilitar esta sesión en línea.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 9: Organizar el equipo de trabajo acorde con la distribución de funciones / Evidencia 5: Sesión virtual “Industrias RG”. **Total horas: 60, 5(D) y 55(I).**

• **Evidencia 6: Afiche “Misión, visión y valores corporativos”**

Los valores éticos empresariales representan el nivel más profundo de la cultura organizacional y armonizan los componentes racionales y emocionales en el desarrollo de los procesos de trabajo, se convierten en una influencia importante en el comportamiento organizacional y sobre todo, en la ética organizacional, operando en múltiples niveles: social, organizacional e individual.

Con el desarrollo de esta evidencia se espera que transfiera lo aprendido hasta el momento y demuestre la habilidad de poner en práctica los principios y valores éticos vistos a lo largo de esta actividad de aprendizaje, por lo tanto, realice lo siguiente:

- o Diseñe un afiche donde exhiba la misión, la visión y los valores corporativos que interpreten la identidad institucional de una empresa dedicada a la negociación internacional, este debe contener los siguientes elementos:
 - Logo de la empresa.
 - Eslogan.
 - Misión.
 - Visión.
 - Valores corporativos (mínimo 7).
- o Elabore las memorias del afiche con las siguientes características:



- Justifique la importancia de cada uno de los elementos plasmados en el afiche.
- Comente de una manera breve cómo la visión planteada en el afiche, le ayuda a la empresa a alcanzar los valores éticos empresariales.
- Explique cómo la misión planteada en el afiche ayuda a la empresa a alcanzar los valores éticos empresariales.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe los archivos (el afiche y las memorias) al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 9: Organizar el equipo de trabajo acorde con la distribución de funciones / Evidencia 6: Afiche “Misión, visión y valores corporativos”. **Total horas: 24, 4(D) y 20(I).**

- **Evidencia 7: Cartilla “Hábitos saludables”**

Las pausas activas son ejercicios o actividades mentales y físicas, que se recomiendan deben hacer todas las personas dentro de una empresa u organización, esto con el fin de refrescar la mente dentro de la jornada laboral y evitar el cansancio físico que esta genera.

En un artículo de la Universidad Nacional de Colombia, la coordinadora del laboratorio Corporal humano de la facultad de medicina (2011), expresa que: “Es importante hacer de estas actividades un hábito diario, pues mejoran no solo el estado físico de la persona, sino que le ayudan a no sentirse cansada”.

Teniendo en cuenta lo anterior, diseñe una cartilla donde exponga un programa de pausas activas y hábitos saludables, tenga en cuenta la empresa sobre la cual trabajo en la **Evidencia 3: Cuadro comparativo “Riesgos profesionales”** de esta guía de aprendizaje, donde muestre los diferentes ejercicios que adoptaría en cada puesto de trabajo para evitar enfermedades laborales.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 9: Organizar el equipo de trabajo acorde con la distribución de funciones / Evidencia 7: Cartilla “Hábitos saludables”. **Total horas: 24, 6(D) y 18(I).**



• **Evidencia 8: Encuesta “Valoración de la capacidad de trabajo en equipo”**

La capacidad que tiene un departamento o un área administrativa para trabajar en equipo, es una de las variables que se deben analizar junto con sus logros y resultados; cuando los éxitos se producen individualmente, se puede afirmar que no existe una conciencia colectiva y se hace evidente la debilidad de la organización y sus miembros para el trabajo en equipo.

Con el desarrollo de esta evidencia, se busca que demuestre lo aprendido hasta el momento, identificando el grado de fortaleza, así como las posibles debilidades del enfoque de trabajo en equipo en el ámbito laboral de una empresa, por lo tanto aplique la **Encuesta para evaluar la capacidad de trabajo en equipo**, que encuentra en la evidencia descargable y realice lo que posteriormente allí se indica.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 9: Organizar el equipo de trabajo acorde con la distribución de funciones / Evidencia 8: Encuesta “Valoración de la capacidad de trabajo en equipo”.
Total horas: 24, 4(D) y 20(I).

3.5. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 1: Taller “Importancia y transcendencia de los valores éticos empresariales”.	<ul style="list-style-type: none">• Armoniza los componentes racionales y emocionales en el desarrollo de los procesos de trabajo colectivo según normas de convivencia.• Establece relaciones interpersonales dentro de criterios de libertad, justicia, respeto, responsabilidad,	Lista de verificación: Taller.



	tolerancia y solidaridad, según principios y valores universales.	
Evidencia de conocimiento: Evidencia 3: Cuadro comparativo “Riesgos profesionales”.	Diagnostica los riesgos ergonómicos y psicosociales de su desempeño laboral según normas de salud ocupacional.	Lista de verificación: Cuadro comparativo.
Evidencia de desempeño: Evidencia 5: Sesión virtual “Industrias RG”.	<ul style="list-style-type: none"> • Plantea idóneamente planes y programas de entrenamiento y capacitación de acuerdo con las necesidades de desempeño de acuerdo con el diagnóstico de las necesidades de capacitación y entrenamiento de la fuerza laboral y los principios y valores de la organización. • Diseña los planes de mejoramiento, reentrenamiento y capacitación para el mejor desempeño del talento humano con base en los resultados obtenidos a partir de las evaluaciones e identificación de las debilidades y fortalezas del talento humano. 	Lista de chequeo: Sesión virtual.
Evidencia de producto:	• Reconoce en detalle las	Lista de verificación:



Evidencia 2: Informe “Análisis de cargos Colfrutik”.	<p>necesidades de recursos humanos requeridas en los procesos empresariales a partir de las funciones de los procesos de la cadena de abastecimiento determinados en los perfiles laborales necesarios para cada proceso o función en la organización, teniendo en cuenta las capacidades cognitivas, procedimentales y actitudinales necesarias para cada cargo y función.</p> <ul style="list-style-type: none">• Genera creativamente ideas para innovar y solucionar problemas en la organización mediante el fomento del trabajo en equipo como estrategia de interacción grupal e interpersonal para incrementar la productividad, de acuerdo con las normas de seguridad y políticas organizacionales.• Interpreta cuidadosamente las políticas de contratación de personal en la organización de los criterios para la asignación de salarios, planes de estímulos y	Informe.
--	---	----------



	<p>recompensas para el recurso humano, según las características principales de los diferentes enfoques en la administración de personal.</p> <ul style="list-style-type: none">• Planifica adecuadamente las actividades inherentes a los cargos, durante un período de tiempo dado, mediante el uso del diagrama de Gantt y de los tableros de registro de acuerdo con las responsabilidades individuales o grupales.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 4: Marco conceptual para el trabajo en equipo.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Propone alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas según la demanda del contexto social y productivo.• Aporta elementos en la construcción colectiva del conocimiento según naturaleza del problema.	<p>Lista de verificación:</p> <p>Ejercicio práctico.</p>
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 6: Afiche “Misión, visión y valores corporativos”.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Armoniza los componentes racionales y emocionales en el desarrollo de los procesos de trabajo colectivo según normas de convivencia.	<p>Lista de verificación:</p> <p>Afiche.</p>



	<ul style="list-style-type: none">• Establece relaciones interpersonales dentro de criterios de libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad, según principios y valores universales.	
Evidencia de producto: Evidencia 7: Cartilla “Hábitos saludables”.	Diagnostica los riesgos ergonómicos y psicosociales de su desempeño laboral según normas de salud ocupacional.	Lista de verificación: Cartilla.
Evidencia de producto: Evidencia 8: Encuesta “Valoración de la capacidad de trabajo en equipo”.	<ul style="list-style-type: none">• Propone alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas según la demanda del contexto social y productivo.• Aporta elementos en la construcción colectiva del conocimiento según naturaleza del problema.	Lista de verificación: Encuesta.



4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	Duración (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (instructores)		Ambientes de aprendizaje tipificados
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	Escenario (Aula, laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Gestionar el talento humano de acuerdo con los objetivos y estrategias de la organización.	244					Tecnólogo en negociación internacional, profesional y/o tecnólogo en ingeniería industrial, ingeniería de mercados, logística, administradores de empresas, contabilidad, finanzas y ciencias afines, preferiblemente con	3	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

						especialización en logística, comercio internacional o negocios internacionales y ciencias afines.		
						Profesional en ciencias humanas.		
						Profesional en educación física, recreación y deportes o profesional en ciencias de la salud ocupacional.		



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Accidente de trabajo: todo suceso repentino que sobrevenga por causa o con ocasión del trabajo y que produzca en el trabajador una lesión orgánica, una perturbación funcional, una invalidez o la muerte. Es también aquel que se produce durante la ejecución de órdenes del empleador o durante la ejecución de una labor bajo su autoridad, aún fuera del lugar y horas de trabajo.

Ambiente: el espacio general en el cual se desarrolla una actividad específica.

Ausencia de enfermedad: se dice esto de alguien que está verdaderamente saludable, es aquel que posee un estado de completo bienestar físico y emocional, es decir, cuando el concepto de salud trasciende a la ausencia de enfermedades.

Bienestar del trabajador: el estado deseado por el trabajador que labora en una organización, este se logra por medio de planes, programas y proyectos, que a partir de la gestión involucra elementos dinámicos que buscan mejorar la cotidianidad laboral, a su vez la condición personal, familiar y social.

Bienestar físico: la capacidad que tiene el cuerpo para realizar cualquier tipo de ejercicio donde muestra que tiene resistencia, fuerza, agilidad, habilidad, subordinación, coordinación y flexibilidad.

Bienestar mental: pone de relieve el bienestar emocional, la capacidad de vivir una vida plena, creativa y la flexibilidad para hacer frente a los desafíos inevitables de la vida.

Bienestar social: conjunto de factores que participan en la calidad de la vida de la persona y que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que dan lugar a la tranquilidad y satisfacción humana.

Cliente: organización o persona que recibe un producto, el cliente puede ser interno o externo a la organización.

Competitividad: capacidad de reducir los costos de una operación, manteniendo la eficiencia.

Comportamiento ético: comportamiento acorde con los principios de correcta o buena conducta aceptados en el contexto de una situación determinada y que es coherente con las normativas vigentes de comportamiento.

Consumidor: miembro individual del público general que compra o utiliza propiedades, productos o servicios para propósitos comerciales, privados o públicos.



Eficacia: cumplir con todas las actividades planeadas para poder alcanzar los resultados propuestos o esperados por una organización.

Eficiencia: es la mejor utilización de los recursos asignados para el logro de los resultados propuestos o esperados por una organización.

Empoderar: es lograr que los empleados no dependan de manera absoluta de la disposición de un jefe o supervisor para realizar sus labores, es buscar que ellos sean responsables de sus propias acciones, trabajen en equipo y asuman el liderazgo de las responsabilidades asignadas.

Enfermedad profesional: todo estado patológico que sobrevenga como consecuencia obligada de la clase de trabajo que desempeña el trabajador o del medio en que se ha visto obligado a trabajar, bien sea determinado por agentes físicos, químicos o biológicos.

Evacuación: es un conjunto de acciones mediante las cuales se pretende proteger la vida y la integridad de las personas que se encuentren en una situación de peligro, llevándolas a un lugar de menor riesgo.

Factor de riesgo: la existencia de elementos, fenómenos, ambiente y acciones humanas que encierran una capacidad potencial de producir lesiones o daños materiales, y cuya probabilidad de ocurrencia depende de la eliminación y/o control del elemento agresivo.

Higiene y seguridad industrial: actividades que comprenden la identificación, evaluación, análisis de riesgos ocupacionales y las recomendaciones específicas para su control, a través de la elaboración de panoramas de riesgo, visitas de inspección a las áreas de trabajo, mediciones ambientales y asesoría técnica.

Impacto de una organización: cambio positivo o negativo que genera en la sociedad, la economía o el medio ambiente, producido en su totalidad o parcialmente, como consecuencia de las decisiones y actividades pasadas y presentes de una organización.

Liderar: estar a la cabeza de un grupo, de una competencia, de un equipo de trabajo o de un partido político.

Mejora: todas las acciones tomadas o que se deben tomar para aumentar la capacidad de cumplir con los requisitos exigidos o esperados que debe darle una organización a una parte interesada.

Objetivo: es el punto al que se desea llegar con el uso de diversas herramientas y estrategias.



Panorama de riesgo: inventario de condiciones de trabajo, es un documento en el que se consigna y mantiene información sobre ubicación y la valoración de los factores de riesgo presentes en las labores.

Peligro: es una situación que se caracteriza por la viabilidad de ocurrencia de un incidente potencialmente dañino, es decir, un suceso apto para crear daño sobre bienes jurídicos protegidos.

Poder o mandato: contrato en que una persona confía la gestión de uno o más negocios a otra, que se hace cargo de ellos por cuenta y riesgo de la primera; la persona que concede el encargo se llama comitente o mandante, y la que lo acepta, apoderado, procurador y en general mandatario.

Principio: base fundamental para la toma de decisiones o para determinar un comportamiento.

Reconocimiento laboral: mostrar interés a las personas por los resultados de sus esfuerzos y de su trabajo, así como del impacto que tiene dentro de la organización. Es reconocerle al trabajador su dignidad, equidad, libertad, sus necesidades y darle la importancia como portador y generador de significados y experiencia dentro de la organización.

Riesgo: la probabilidad de que un objeto material, sustancia o fenómeno, pueda potencialmente desencadenar perturbaciones en la salud o integridad física del trabajador, así como en materiales y equipos.

Salud: es el estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de enfermedad o dolencia.

Seguridad y salud en el trabajo: conjunto de medidas y acciones dirigidas a preservar, mejorar y reparar la salud de las personas en su vida de trabajo individual y colectiva.

Stakeholders: grupo de actores que afectan o se afectan por la actividad de las organizaciones, dichas afectaciones se manifiesta en términos de intereses y expectativas comunes o complementarias, también pueden ser por impactos positivos o negativos.

Tarea: es un trabajo que debe hacerse en tiempo limitado.

Trabajo en equipo: es un estilo de acción creado para el desarrollo de esfuerzos conjuntos de un grupo de personas que tiene un objetivo en común.

Trabajo: esfuerzo personal que realiza un individuo con un fin económico y que origina un pago en dinero o cualquier otra forma de retribución.



Valoración de riesgo: es la calificación que se le da al riesgo de evaluarlo.

Valoración de una enfermedad profesional: es la acción realizada por un facultativo con el fin de establecer las secuelas consecutivas a una lesión, para ello se deben reunir las pruebas objetivas que permitan establecer la relación causa efecto entre la enfermedad y las limitaciones producidas como consecuencia de la enfermedad adquirida durante el trabajo.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Ardila, V. y Chiñas, C. (2004). *Trabajo en equipo: el caso colombiano*. México: Análisis económico.
- Bonache, J. (2005). *Dirección estratégica de personas*. Madrid, España: Times Prentice Halla.
- Camacho, I., Fernández, J. y Miralles, J. (2009). *Ética de la empresa (6a. ed.)*. Bilbao, España: Desclée de Brouwer.
- Capón, R. (2009). *Trabajo y conflictos*. Buenos Aires, Argentina: Librería Editora Platense S.R.L.
- Castanyer, F. (1999). *La capacitación permanente de la empresa*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Chambers, E., Foulon, M., Hanfield, H. y Michels, E. (s.f.). *The war for talent*. The McKinsey Quarterly.
- Chiavenato, I. (2000). *Administración de recursos humanos*. Bogotá, Colombia: McGraw Hill.
- Chiavenato, I. (s.f.). *Gestión del talento humano*. Bogotá, Colombia: McGraw Hill.
- Comunidad de Madrid. (s.f.). *Identificación de los riesgos*. Madrid, España: Autor.
- Corporación Autónoma Regional de la Frontera Nororiental. (s.f.). *Plan de mejoramiento empresarial*. Norte de Santander, Colombia: Autor.



- Cruz, I. (2014). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. Madrid, España: Ministerio de Educación de España.
- Fotolia. (s.f.). *Import and export arrow around earth for business*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <http://co.fotolia.com>
- Fotolia. (s.f.). *Sales girl assisting customer to in wearing glasses*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <http://co.fotolia.com>
- Fotolia. (s.f.). *Shaking hands and business team*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <http://co.fotolia.com>
- Gilli, J. (2011). *Ética y empresa: valores y responsabilidad social en la gestión*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Garnica.
- Handl, K. (2014). *Aplicación práctica del diagrama de Gantt en la administración de un proyecto*. Argentina: Autor.
- Instituto ETHOS. (2011). *Indicadores Ethos de responsabilidad social empresarial*. Consultado el 14 de septiembre de 2016, en <http://www1.ethos.org.br>
- Leigh, D. (1992). *Cómo entrenar un grupo de trabajo eficiente*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Ley No. 1562. (2012, 11 de julio). *Por la cual se modifica el sistema de riesgos laborales y se dictan otras disposiciones en materia de salud ocupacional*, 2012, 11 de julio.
- Marketing publishing. (1998). *Gestión eficaz del trabajo en equipo*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Ministerio de Salud y Protección Social. (s.f.). *Aseguramiento en riesgos laborales*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Pixabay (2015). *Trabajo en equipo*. Consultado el 26 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (2014). *Competencia*. Consultado el 14 de septiembre de 2011, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (2014). *Formación - Logística*. Consultado el 14 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (2014). *Times square*. Consultado el 14 de septiembre de 2011, en



<https://pixabay.com>

- Pixabay. (2015). *Animación personas y empresas*. Consultado el 04 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (2015). *Protección - Consumidor*. Consultado el 14 de septiembre de 2011, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (2016). *Imágenes*. Consultado el 20 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (2016). *Mineros*. Consultado el 14 de septiembre de 2016, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (2016). *Teoría humanista*. Consultado el 04 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com>
- Portafolio. (2016). *¿Cuál es el salario emocional que su empresa le ofrece?* Bogotá, Colombia: Autor.
- Rivera, J. (s.f.). *Higiene, seguridad y calidad de vida*. Valledupar, Colombia: Autor.
- Rojas, G., Ramírez, C. y Vélez, J. (2013). *Gerencia de la responsabilidad social en las organizaciones de hoy*. Bogotá, Colombia: Universidad de Ibagué.
- Sanagustín, M. (2012). *Valores y ética empresarial: un enfoque sociológico*. Madrid, España: Trotta, S.A.
- Sánchez, J. y Otálora, J. (2009). *Fundamentos de trabajo en equipo para equipos de trabajo*. Madrid, España: McGraw Hill.
- Siliceo, A. (2012). *Capacitación y desarrollo personal*. México: Legis.
- Tuckman, B. y Harper, B. (1978). *Conducting educational research*. Estados Unidos: Rowman & Littlefield publishers.
- Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (s.f.). *Seguridad en el trabajo*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Universidad Nacional de Colombia. (2011). *Pausas activas mejoran producción laboral*. Bogotá, Colombia: Autor.



- Verdoy, P., Mahiques, J., Sagasta, S. y Sirvent, R. (2006). *Manual de control estadístico de calidad: teoría y aplicaciones*. Castellón, España: Universitat Jaume.
- Villacis, C. (s.f.). *Talleres de entrenamiento*. Querétaro, México: Autor.
- Winter, R. (2007). *Manual de trabajo en equipo*. España: Ediciones Díaz de Santos.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Expertos técnicos

Aida Carmenza Torres Vargas
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Julio de 2016.

Marian Yarith Carvajal
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Julio de 2016.

Jairo Figueroa Chaparro
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Julio de 2016.

Asesora pedagógica

Gloria Amparo López Escudero
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Octubre de 2016.

Guionista

Leydi Johana Navarro Ríos
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Octubre de 2016.



GUÍA DE APRENDIZAJE N° 10

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Programa de Formación: Tecnólogo en Negociación Internacional.		Código: 122702		
		Versión: 02		
Nombre del Proyecto: Negociación de productos colombianos basados en acuerdos internacionales.		Código: 1301046		
Fase del proyecto: Ejecución.				
Actividad (es) del proyecto:	Actividad (es) de aprendizaje:	Ambiente de formación escenario	Materiales de formación	
			Devolutivo	Consumible
Ejecutar procesos de negociación internacional según estrategias de negociación.	Simular la operación de importación o exportación del producto o servicio seleccionado a comercializar, según normatividad.	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.	(Herramienta – equipo).	(Unidades empleadas durante el programa).
Resultados de Aprendizaje: 210101016-03: Registrar los exportadores ante el organismo respectivo de acuerdo con las normas legales tramitando los documentos según especificaciones dentro del período señalado para		Competencia: 210101016: Diligenciar los documentos según normas y procedimientos establecidos a nivel interno y externo.		



<p>entregarlos a la unidad de negocio para el proceso respectivo, de acuerdo con los requisitos exigidos por la empresa.</p> <p>210101016-04: Diligenciar los documentos en su totalidad, teniendo en cuenta normas legales, comerciales tramitando los documentos ante las entidades respectivas, según el proceso de flujo de bienes y servicios siguiendo procedimientos legales, técnicos y administrativos exigidos por las empresas, verificando que sean digitados con exactitud según la técnica o método señalado para ser tramitados llevando a cabo los procedimientos administrativos de las diferentes organizaciones.</p>	
<p>210101021-01: Clasificar los productos arancelariamente para importar y exportar de acuerdo con la naturaleza y el sistema armonizado, para determinar los aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios con base en los tratados comerciales el origen y destino según las normas de comercio exterior vigentes y las políticas de la organización.</p> <p>210101021-02: Realizar la nacionalización de la mercancía presentando los documentos requeridos en la declaración de importación ante la entidad competente de acuerdo con régimen aduanero y requisitos sanitarios y fitosanitarios, de igual forma, pagar los tributos aduaneros en las entidades autorizadas para inspección y entrega de la mercancía de acuerdo con los objetivos de la organización.</p> <p>210101021-03: Alistar la mercancía para el levante y/o autorización de despacho</p>	<p>210101021: Operar los procesos de importación y exportación según normas y políticas internas y externas.</p>



de la exportación a través de los operadores logísticos para su verificación efectuando los trámites documentales ante las autoridades competentes siguiendo los procedimientos de acuerdo con la naturaleza, la normatividad vigente y las políticas de la organización.	
240201500-09: Desarrollar permanentemente las habilidades psicomotrices y de pensamiento en la ejecución de los procesos de aprendizaje.	240201500: Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.
240201501-06: Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.	240201501: Comprender textos en inglés en forma escrita y auditiva.
240201502-07: Encontrar y utilizar sin esfuerzo vocabulario y expresiones de inglés técnico en artículos de revistas, libros especializados, páginas web, etc.	240201502: Producir textos en inglés en forma escrita y oral.
Duración de la guía (en horas):	300 horas.

2. INTRODUCCIÓN

Los tecnólogos en negociación internacional deben estar capacitados para ofrecer un producto o servicio en una aldea global, y ser competentes en la operación de procesos de importación y exportación de acuerdo a los parámetros que se establecen en el comercio internacional, lo cual es necesario para cumplir con las normas, políticas internas y externas de los diferentes países hacia los cuales van las mercancías objeto de comercialización.

Por lo anterior, es de gran importancia que se desarrollen una serie de procesos dentro del régimen aduanero de importación y exportación como son: la correcta clasificación arancelaria de la mercancía que permitirá la correcta liquidación de tributos aduaneros y otras tarifas generales, gravámenes por acuerdos internacionales, medidas de protección



comercial, régimen de comercio, notas de nomenclatura, correlativas por apertura, requisitos específicos de origen, documentos soporte, características especiales, tarifas por zonas de Régimen Aduanero Especial (RAE), descripciones de mercancías, documentos soporte por zona de RAE, cupos de mercancía, entre otras. Por lo tanto, podemos identificar que es fundamental la correcta descripción de un producto al interior del arancel de aduanas.

De igual manera el uso del inglés se ha convertido en una herramienta útil y necesaria para establecer comunicaciones con otras empresas que deseen invertir en Colombia, por lo tanto, aprender y practicar el vocabulario técnico sobre exportación y el uso del presente simple y progresivo, serán herramientas útiles que permitirán facilitar la comunicación entre la empresa y los clientes de habla inglesa.

Adicional a esto es importante resaltar el bienestar del talento humano dentro de una empresa u organización y por ello es indispensable monitorear constantemente sus habilidades psicomotrices y de pensamiento.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 300 horas, correspondientes a un 20% de horas Directas (**D**), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80% de horas Independientes (**I**), que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario revisar el material de formación, explorar los materiales complementarios y efectuar consultas en internet.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentra en la siguiente ruta: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 10: Simular la operación de importación o exportación del producto o servicio seleccionado a comercializar según normatividad. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia: Contrabando, el costo de los impuestos saludables**

Aumento de los impuestos a los cigarrillos se ve perjudicado por este flagelo



La idea de introducir en Colombia un bloque de impuestos con el rótulo de saludables, que incrementen tributos a productos ya gravados porque afectan la salud humana o de que recaigan sobre otros que aún están sin carga impositiva en el país ha llevado al destape de casos de países donde se ha aplicado la medida.

El impacto del consumo de cigarrillo para el sector salud es el argumento para que desde varias instancias del Estado se esté proponiendo gravar aún más estos productos. El recaudo de esta medida va a parar a los departamentos, para financiar la salud subsidiada, pero los entes territoriales, aunque obtienen el 6,7 por ciento de su recaudo tributario por esta vía, dicen que no dan abasto con los costos de la salud.

Desde el punto de vista de organismos internacionales relacionados con la salud, como la OMS, el impuesto al cigarrillo se debe incrementar en un 50 por ciento, puesto que en un estudio realizado el año pasado se halló que, en países como Colombia, a diario mueren 72 personas por causas relacionadas con el consumo de tabaco.

La batalla para tomar la decisión de si gravar o no gravar aún más el cigarrillo, cuyo costo al público es en un 50 por ciento para pagar impuestos, está dura. Por un lado está el argumento del alto costo para la salud, y por el otro, el del flagelo del contrabando. Datos de la Fundación Anáas señalan que en un año el sistema de salud colombiano invierte 4,23 billones de pesos con cargo al tabaquismo.

Entre tanto, organismos de investigación económica como Fedesarrollo han hallado que entre enero del 2008 y abril de 2012, el contrabando de cigarrillos aumentó en cerca de 800 por ciento, al pasar del 0,8 por ciento de la participación del mercado en enero del 2008 al 8,5 por ciento en abril del 2012 (en el 2010 se modificó la tasa de impuesto al cigarrillo).



Crecería la ilegalidad

La culpa se la echan a la subida de los impuestos por lo sucedido en otros países donde las voces señalan que la gente no deja de consumir, sino que acude al comercio ilegal. Es así como en España, por ejemplo, donde el incremento del precio de una cajetilla fue de 68,7 por ciento entre el 2009 y el 2013 y el 80 por ciento de este equivale a impuestos, la medida produjo el efecto contrario, según informe de Analistas Financieros Internacionales (AFI).

Caso similar fue expuesto en México, donde desde el 2010 se incrementó en 7 pesos la cajetilla, y por esa vía el precio del tabaco logró disparar el tráfico ilegal de cigarrillos desde Paraguay.

En Chile, donde entre el 2009 y el 2014 el impuesto a los cigarrillos ha aumentado de un 76,4 a un 82,3 por ciento, el contrabando de cigarrillos ha alcanzado el 10,6 por ciento del mercado.

Así, a Colombia le corresponderá elegir entre gastar menos en cubrimiento de enfermedades causadas por consumo de cigarrillo o perder tributos (si de verdad aumenta la legalidad. (El Tiempo, 2016)

Con base en esta noticia reflexione acerca de lo siguiente:

- o ¿Por qué es importante además de conocer, saber aplicar la normatividad aduanera colombiana?
- o ¿Cómo afecta el contrabando la economía del país en términos internacionales?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 10, por lo tanto no es calificable.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje



- **Evidencia: Exportación de café excelso**

Alejandro Londoño Yepes, agricultor reconocido en la región del Quindío por su gran trayectoria y excelentes cultivos de café, ha tomado la decisión de incursionar y expandir su negocio para trascender en el mercado internacional.

La idea de internacionalizar su empresa de café excelso surgió después de una conversación con un amigo que vive en Madrid, España y vino a visitarlo. Su amigo es un gran empresario español que maneja varias cadenas de supermercados y restaurantes en todo Madrid y Barcelona, y le propuso vender el producto en las superficies más representativas de España porque sabe que la calidad es excelente y está seguro que tendrá una gran aceptación en el mercado español.

Alejandro no tiene ningún conocimiento sobre comercio exterior, no sabe por dónde empezar, a qué entidades recurrir para solicitar ayuda y tampoco conoce a nadie que pueda orientarlo.

Analice la situación de Alejandro y desde su experiencia y conocimiento previo, reflexione sobre lo siguiente:

¿Qué entidades le recomendaría a Alejandro para visitar antes de iniciar el proceso de exportación de sus productos a España?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 10, por lo tanto no es calificable.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 1: Bitácora “Documentación de la operación de comercio”**

El proceso de exportación de cualquier producto, necesita de la formalidad y regularidad en el diligenciamiento de los documentos, lo que conlleva a un beneficio mutuo para las partes intervinientes, ya sea como exportador, ya que puede gestionar rápidamente el cobro de la operación comercial, o como importador para hacer efectivo en forma ágil y eficiente el despacho aduanero.



Teniendo en cuenta esta información, desarrolle esta evidencia por medio de una bitácora, donde registre los procedimientos de identificación, análisis y diligenciamiento de los documentos requeridos en una negociación internacional, los requisitos comerciales y normas legales establecidas a nivel nacional e internacional.

Para hacerlo, es importante que lea y analice previamente el material de formación denominado **Régimen aduanero en las operaciones de comercio exterior**, además del siguiente material complementario:

- o Bitácora.
- o Inscripción en el RUT para Personas Naturales y/o Jurídicas Naturales del Régimen Simplificado y Cámara de Comercio V 1.0.
- o Decreto 2788 de 2004.
- o Normas de origen, preferencias arancelarias y registro de productores nacionales.
- o Normas de Origen Obligaciones de importadores o Exportadores.
- o Declaración de Cambio por Exportación de Bienes.
- o Declaración de Exportación.
- o VUCE Ventanilla Única de Comercio Exterior.
- o Manual de Usuarios para la radicación de autorizaciones previas a una exportación, ante las diferentes entidades gubernamentales de control.

También es importante que consulte las páginas web de las siguientes entidades oficiales:

- o Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).
- o Ministerio de Comercio Industria y Turismo.
- o Otros sitios web relacionados con el comercio exterior.

Posterior a estas consultas, tome como referencia el producto previamente seleccionado en la actividad de aprendizaje 1, en la **Evidencia 10: Informe “Método de selección de ideas”** y el país destino de la exportación establecido en la actividad de aprendizaje 2, en la **Evidencia 3: Ejercicio práctico “Evaluar mercados potenciales”**, y con el grupo de



trabajo con el que viene desarrollando algunas evidencias, elaboren una bitácora que registre de manera cronológica todas las acciones que se deben llevar a cabo para lograr la presentación correcta de los trámites, con el fin de obtener los documentos requeridos para la operación de exportación del producto seleccionado, esto es:

1. Desarrollen cada uno de los trámites requeridos para el proceso de exportación que se mencionan en el material de formación consultado.
2. Consulten en las páginas oficiales de cada entidad autorizada, los documentos, formatos y/o formularios requeridos en cada trámite o procedimiento, tengan en cuenta los requisitos comerciales y técnicos, así como las normas legales vigentes aplicables a su producto o servicio.
3. Realicen una breve descripción de la entidad ante la cual deben presentar cada documento e inclúyanlo en la bitácora debidamente diligenciado.
4. Completen la bitácora con los comentarios sobre las dificultades que encontraron en el diligenciamiento o presentación de los documentos durante el desarrollo de cada paso y el tiempo aproximado de cada procedimiento.
5. La bitácora debe contener las siguientes características:
 - Portada.
 - Tabla de contenido.
 - Procedimientos (desarrollo de los puntos).
 - Bibliografía.

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique la bitácora en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 10: Simular la operación de importación o exportación del producto o servicio seleccionado a comercializar según normatividad / Evidencia 1:



Bitácora “Documentación de la operación de comercio”. **Total horas: 75, 15(D) y 60(I).**

• **Evidencia 2: Taller “Clasificación arancelaria”**

Para los exportadores es muy importante solicitar ante las autoridades aduaneras la clasificación arancelaria de las mercancías, esto con el fin de que respalde sus operaciones de exportación, debido a que en las transacciones comerciales internacionales, el criterio de clasificación arancelaria que predomina, es el que emite la autoridad aduanera del país de destino, ya que permite identificar las mercancías que pasan por las aduanas, los impuestos que le aplican, las normas, los beneficios o controles del producto a importar o exportar y definir el arancel que deben pagar.

Por lo anterior, el desarrollo de esta evidencia le permitirá conocer a profundidad la clasificación arancelaria en las operaciones de importación y exportación, por lo tanto antes de desarrollarla es importante que lea y analice previamente el material de formación denominado **Régimen aduanero en las operaciones de comercio exterior**, específicamente el tema **Arancel de aduanas**, además del siguiente material complementario:

- o Cómo Consultar el Arancel de Aduanas.
- o Foro: Importancia del Arancel de Aduanas.

Posterior a estas lecturas, resuelva el siguiente taller:

1. Diligencie la tabla que se encuentra en la evidencia descargable y para cada una de las mercancías relacionadas en ella, identifique lo siguiente:
 - Partida arancelaria.
 - Gravamen.
2. Seleccione en el arancel de aduanas tres (3) mercancías de régimen de libre importación y tres (3) de licencia previa, y determine lo siguiente para ellas:
 - Gravamen arancelario.
 - Impuesto.
 - Las descripciones mínimas.
 - Vistos buenos requeridos.



Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 10: Simular la operación de importación o exportación del producto o servicio seleccionado a comercializar según normatividad / Evidencia 2: Taller “Clasificación arancelaria”. **Total horas: 40, 8(D) y 32(I).**

- **Evidencia 3: Cuadro sinóptico “Desarrollo de habilidades psicomotrices y de pensamiento”**

El desarrollo de habilidades psicomotrices y de pensamiento es una actividad del área de la salud que estudia el movimiento corporal humano, el cual está involucrado en toda actividad humana, incluyendo el trabajo. De forma paralela, la salud ocupacional, es la encargada de estudiar las modificaciones que ejerce el trabajo sobre la salud del individuo.

La actividad física tiene como objetivo el cuidado de la salud del individuo a través del movimiento, en cualquier edad y condición; además se encarga del estudio, comprensión, manejo científico y teórico de los procesos relativos al movimiento corporal humano, además se relacionan directamente con las habilidades de pensamiento, que son las capacidades y disposiciones para hacer las cosas.

Para desarrollar esta evidencia es importante que lea y analice previamente el material de formación denominado **Habilidades psicomotrices y de pensamiento**, además el siguiente material complementario:

- o Habilidades motrices básicas.
- o Desarrollo de Habilidades del Pensamiento.

Posterior a estas lecturas, elabore un cuadro sinóptico, donde identifique las diferentes habilidades tanto motrices como de pensamiento para desarrollar en el ámbito laboral y personal.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 10: Simular la operación de importación o exportación del producto o servicio seleccionado a comercializar según normatividad / Evidencia 3:



Cuadro sinóptico “Desarrollo de habilidades psicomotrices y de pensamiento”. **Total horas: 23, 5(D) y 18(I).**

- **Evidencia 4: Ejercicio práctico “Desaduanamiento”**

Cuando las mercancías arriban al Territorio Aduanero Nacional (TAN), deben atravesar un proceso de desaduanamiento en el que el importador presenta la documentación, hace el pago de los tributos aduaneros y está sujeto a las inspecciones por parte de la autoridad aduanera, DIAN; una vez culminado el proceso, se otorga el levante y la mercancía queda a disposición del importador.

Para dar cumplimiento al objetivo de esta evidencia, consulte el material de formación denominado **Régimen aduanero en las operaciones de comercio exterior**, además del siguiente material complementario:

- o Las Zonas Francas en Colombia.
- o Decreto número 390 de 2016.
- o Nueva Regulación Aduanera.
- o Proceso Operación Aduanera.

Posterior a estas consultas, realice el ejercicio práctico, cuya descripción encuentra en la evidencia descargable.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 10: Simular la operación de importación o exportación del producto o servicio seleccionado a comercializar según normatividad / Evidencia 4: Ejercicio práctico “Desaduanamiento”. **Total horas: 50, 10(D) y 40(I).**

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el



instructor oportunamente.

- **Evidencia 5: Manual “Inspección en puerto”**

La autoridad aduanera, a través del sistema informático aduanero, realiza aleatoriamente inspecciones aduaneras documentales o físicas con el fin de evitar el riesgo dentro del proceso de exportación.

Con el desarrollo de esta evidencia se espera que transfiera lo aprendido hasta el momento, por lo que debe elaborar un manual de inspección en puerto, que ayude a los exportadores colombianos para que su producto cumpla con los requisitos que exige la DIAN y sea aprobado para exportación.

Realice el manual teniendo en cuenta el caso real de ProColombia que se expone en la evidencia descargable.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 10: Simular la operación de importación o exportación del producto o servicio seleccionado a comercializar según normatividad / Evidencia 5: Manual “Inspección en puerto”. **Total horas: 40, 8(D) y 32(I).**

- **Evidencia 6: Video “Steps to export”**

Exportar significa un gran paso de crecimiento económico para cualquier empresa, sin embargo la falta del manejo del inglés en este proceso, puede crear múltiples barreras entre exportadores y compradores, por ello es sumamente importante tener un buen dominio de este idioma con el fin de apoyar el proceso de manera eficaz.

El objetivo de esta evidencia es que demuestre la habilidad que ha adquirido en el aprendizaje del idioma inglés.

Tenga en cuenta el análisis del material de formación denominado ***Using simple present and progressive to export***, y posteriormente desarrolle los siguientes puntos:

- o Elabore una presentación en inglés, donde explique los pasos para realizar un proceso de exportación, utilizando el presente simple y el presente progresivo.
- o Grabe un video donde exponga la presentación del proceso de exportación que realizó



en el punto anterior, con el fin de afianzar la pronunciación y el uso adecuado de los tiempos verbales.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo con la presentación y el video o enlace del mismo, al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 10: Simular la operación de importación o exportación del producto o servicio seleccionado a comercializar según normatividad / Evidencia 6: *Video "Steps to export"*. **Total horas: 25, 4(D) y 21(I).**

- **Evidencia 7: Informe "Prácticas de cultura física y hábitos del cuidado corporal"**

El propósito de esta evidencia es que cree hábitos de cultura física con el fin de fomentar las pausas activas, pues se ha comprobado que aquellas permiten obtener mejores resultados en el trabajo.

Teniendo en cuenta lo anterior, elabore un informe donde se identifiquen las habilidades tanto psicomotrices como de pensamiento, que implementaría en una empresa para mejorar el desempeño del talento humano a nivel laboral y personal.

El informe debe contener lo siguiente:

- o Describa los ejercicios y el tiempo que debe practicarse cada uno de ellos, para el desarrollo de las siguientes habilidades motrices básicas:
 - Locomotrices.
 - No locomotrices.
 - De proyección.
 - De recepción.
- o Identifique los elementos de la psicomotricidad y la importancia de su aplicabilidad en el medio laboral.
- o Dentro del ambiente laboral y sus funciones, describa los ejercicios que se deben realizar para el desarrollo de las habilidades básicas del pensamiento como son: la comparación, la relación y la clasificación; y qué ejercicios mentales deben realizarse para prevenir y mejorar el rendimiento laboral y bienestar emocional del talento



humano de una empresa.

- o Presente los motivos por los cuales se debe participar en actividades físicas, ejercicio físico y deportes.
- o Soporte el informe con fotografías o representaciones gráficas de los puntos desarrollados en esta evidencia.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 10: Simular la operación de importación o exportación del producto o servicio seleccionado a comercializar según normatividad / Evidencia 7: Informe “Prácticas de cultura física y hábitos del cuidado corporal”. **Total horas: 25, 8(D) y 17(I).**

- **Evidencia 8: *Export and/or import***

Leer, comprender y traducir un texto relacionado con exportación e importación de productos, es una gran habilidad para ser aplicada en cualquier empresa, aquellas personas que la poseen, tienen mejores oportunidades de trabajo con compañías multinacionales.

Con la finalidad de que transfiera lo aprendido hasta el momento sobre el manejo del inglés, desarrolle a través de un documento escrito lo siguiente:

- o Seleccione un artículo en inglés que haya llamado su atención y que su tema principal sea sobre exportación y/o importación.
- o Identifique el vocabulario clave y tradúzcalo al español.
- o Escriba la idea principal en español y en inglés.
- o Anexe la fotografía del artículo para conocer la revista, libro o sitio web de donde fue tomado dicho artículo.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 10: Simular la operación de importación o exportación del



producto o servicio seleccionado a comercializar según normatividad / Evidencia 8: *Export and/or import*. **Total horas: 22, 5(D) y 17(I).**

3.5. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 2: Taller “Clasificación arancelaria”.	<ul style="list-style-type: none">• Clasifica los productos para importar y exportar en la subpartida arancelaria de acuerdo con la naturaleza, la composición al realizar procesos de importación y exportación teniendo en cuenta las reglas generales de interpretación del sistema armonizado de designación y codificación de mercancías de la OMA de la CAN para determinar los aranceles con base en los acuerdos comerciales de origen y destino.• Identifica los requisitos de calidad de los productos según la subpartida arancelaria de acuerdo con las normas de comercio exterior vigentes y las políticas de la organización.	Lista de verificación: Taller.
Evidencia de conocimiento:	<ul style="list-style-type: none">• Participa en actividades	Lista de verificación:



Evidencia 3: Cuadro sinóptico "Desarrollo de habilidades psicomotrices y de pensamiento".	<p>que requieren coordinación motriz fina y gruesa, de forma individual y grupal, teniendo en cuenta la naturaleza y complejidad del desempeño laboral.</p> <ul style="list-style-type: none">• Aplica técnicas y procedimientos orientados al perfeccionamiento de la psicomotricidad frente a los requerimientos de su desempeño laboral.	Cuadro sinóptico.
Evidencia de desempeño: Evidencia 6: <i>Video "Steps to export"</i> .	Pronuncia adecuadamente el vocabulario y modismos básicos del idioma.	Lista de chequeo: Video.
Evidencia de producto: Evidencia 1: Bitácora "Documentación de la operación de comercio".	<ul style="list-style-type: none">• Registra los exportadores ante el organismo respectivo de acuerdo con las normas legales vigentes teniendo en cuenta las políticas de la compañía.• Legaliza los documentos ante los organismos respectivos, según el proceso señalado por las normas legales de comercio exterior vigentes y de acuerdo son las políticas señaladas por la empresa.	Lista de verificación: Bitácora.



	<ul style="list-style-type: none">• Tramita los documentos según especificaciones dentro del período señalado para entregarlos a la unidad de negocio para el proceso respectivo, de acuerdo con las normas legales vigentes teniendo en cuenta los requisitos exigidos por la empresa.• Diligencia los documentos en su totalidad, teniendo en cuenta normas legales, comerciales y técnicas de la organización.• Tramita los documentos ante las entidades respectivas, según el proceso de flujo de bienes y servicios siguiendo procedimientos legales, técnicos y administrativos exigidos por las empresas.• Verifica que los documentos sean digitados con exactitud según la técnica o método señalado para ser tramitados siguiendo los procedimientos administrativos de las diferentes organizaciones.	
--	--	--



Evidencia de producto:

Evidencia 4: Ejercicio práctico
“Desaduanamiento”.

- Realiza la nacionalización de la mercancía, de acuerdo con la política de la compañía y el régimen aduanero vigente, pagar los derechos y tributos aduaneros en las entidades autorizadas y de acuerdo con la modalidad de importación.
- Presenta los documentos requeridos en la declaración de importación ante la entidad teniendo en cuenta el régimen aduanero vigente, y los requisitos sanitarios y fitosanitarios de importación, para la entrega de la mercancía de acuerdo con las políticas de la organización.
- Elabora los documentos de embarque teniendo en cuenta las normas nacionales e internacionales vigentes, aplicando los procedimientos ante las entidades delegadas para la exportación de mercancías de acuerdo con la modalidad y entrega del documento definitivo.

Lista de verificación:

Ejercicio práctico.



Evidencia de producto: Evidencia 5: Manual “Inspección en puerto”.	<ul style="list-style-type: none">• Verifica la mercancía para la inspección según el régimen aduanero vigente de exportación hasta obtener el certificado de embarque y el manifiesto de carga de acuerdo para cumplir con los objetivos de la organización.• Alista la mercancía para ser inspeccionada por la autoridad aduanera según las normas vigentes, para obtener la autorización de embarque y despacho de la exportación.• Identifica los servicios logísticos para la verificar las mercancías de acuerdo con la naturaleza efectuando los trámites documentales ante las autoridades competentes siguiendo los procedimientos de acuerdo con la normatividad vigente y con las políticas de la organización.	Lista de verificación: Manual.
Evidencia de producto: Evidencia 7: Informe “Prácticas de cultura física y hábitos del cuidado corporal”.	<ul style="list-style-type: none">• Participa en actividades que requieren coordinación motriz fina y gruesa, de forma individual y grupal,	Lista de verificación: Informe.



	<p>teniendo en cuenta la naturaleza y complejidad del desempeño laboral.</p> <ul style="list-style-type: none">• Aplica técnicas y procedimientos orientados al perfeccionamiento de la psicomotricidad frente a los requerimientos de su desempeño laboral.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 8: <i>Export and/or import.</i></p>	<ul style="list-style-type: none">• Traduce del inglés documentos técnicos sencillos en tiempo presente y pasado.• Puede relacionar textos en inglés con imágenes o títulos que le sean adecuados.	<p>Lista de verificación:</p> <p>Documento escrito.</p>



4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	Duración (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (instructores)		Ambientes de aprendizaje tipificados
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	Escenario (Aula, laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Ejecutar procesos de negociación internacional según estrategias de negociación.	300					Tecnólogo en negociación internacional, profesional y/o tecnólogo en ingeniería industrial, ingeniería de mercados, logística, administradores de empresas, contabilidad, finanzas y ciencias afines, preferiblemente con	3	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

						<p>especialización en logística, comercio internacional o negocios internacionales y ciencias afines.</p> <p>Profesional en educación física, recreación y deportes o profesional en ciencias de la salud ocupacional.</p> <p>Profesional en idiomas o lenguas modernas.</p>		
--	--	--	--	--	--	--	--	--



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Acción motriz: proceso de realización de las conductas motrices de uno o varios sujetos que actúan en una situación motriz determinada, esta se manifiesta por medio de comportamientos motores observables, relacionados con un contexto objetivo, comportamientos que sin embargo se desarrollan sobre una red llena de datos subjetivos como la emoción, relación, anticipación y decisión.

Aduana: oficina pública donde se registran los géneros y mercaderías que se importan o exportan, y se cobran los derechos que adeudan según el arancel correspondiente.

Agencia de aduana: aplica para la legislación colombiana, empresa privada autorizada para efectuar los despachos de aduana, ahora es denominada agente aduanal.

Ajuste postural: cuando una persona realiza un gesto motriz, está imprimiendo movimiento a una determinada postura. La eficacia del acto motor resultante dependerá sin duda de lo equilibrada y económica que sea la postura de base.

Arancel de aduanas: son las tarifas que gravan las mercancías en la importación, la exportación y el tránsito, así como los impuestos fiscales, las disposiciones complementarias y los índices correspondientes.

Arancel: impuesto o tasa que se aplica a los productos de exportación o importación.

Autoridad aduanera: es la dependencia oficial o funcionario público de la entidad, que en virtud de la ley y en ejercicio de sus funciones, tiene la facultad de exigir o controlar el cumplimiento de las normas aduaneras.

Bienestar físico: capacidad que tiene el cuerpo para realizar cualquier tipo de ejercicio donde muestra que tiene resistencia, fuerza, agilidad, habilidad, subordinación, coordinación y flexibilidad.

Bienestar mental: la salud mental pone de relieve el bienestar emocional, la capacidad de vivir una vida plena, creativa, y la flexibilidad para hacer frente a los desafíos inevitables de la vida.

Bienestar social: conjunto de factores que participan en la calidad de la vida de la persona y que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que dé lugar a la tranquilidad y satisfacción humana.

Bodegaje: costo que se genera al mantener la mercancía almacenada.



Certificado de origen: documento expedido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que certifica el cumplimiento de los requisitos de origen exigidos en virtud de acuerdos, el cual se debe anexar como prueba documental, en el momento de introducir los productos y tiene una vigencia de un año.

Certificado fitosanitario: documento normalmente exigido en exportaciones de productos agropecuarios, que certifica que los productos han sido examinados y que se ajustan a las disposiciones fitosanitarias vigentes en el país del exportador.

Cinestésica: rama de la ciencia que estudia el movimiento humano, se puede percibir en el esquema corporal, el equilibrio, el espacio y el tiempo.

Deal: tratar.

Depósitos aduaneros: recintos bajo el control de la aduana en el que las mercancías no abonan derechos de importación, se usan sobre todo cuando un importador no sabe cuál es el destino final de la importación; se permiten las mismas operaciones que en las Zonas Francas.

Desaduanamiento: instante en que ocurre el pago de los derechos de internacionalización y de los impuestos internos aplicables, tales como el Impuesto al Valor Agregado (IVA), entre otros, que habilitan al importador para ingresar bienes al país.

Destreza: es la habilidad o arte con el cual se realiza una determinada cosa, trabajo o actividad, y haciéndolo de manera correcta, satisfactoria, es decir, hacer algo con destreza implicará hacerlo y bien.

Duties: deberes.

Duty-free: libre de impuestos.

Epistemología: estudia el conocimiento humano y el modo en que el individuo actúa para desarrollar sus estructuras de pensamiento.

Exención arancelaria: exoneración de gravámenes aduaneros.

Exportar: acción de vender mercancías al exterior.

FTA: Tratado de Libre Comercio.

Heavily- subsidized products: productos fuertemente subsidiados.

Income: ingresos.



Investors: inversores.

Liberación de aduana: proceso de declarar los productos en la aduana.

Loss: pérdida.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo: entidad del estado Colombiano encargada de apoyar la actividad empresarial productora de bienes, servicios y tecnología, con el fin de mejorar su competitividad e incentivar el mayor valor agregado en los mercados nacional e internacional.

Posición arancelaria: número con el cual las aduanas clasifican los productos de exportación o importación.

Tariff: tarifa.

Tributos aduaneros: son los impuestos, tasas, sobre tasas y demás impuestos que el gobierno determine para las mercancías de importación y el impuesto a las ventas.

Visto bueno: es el acto mediante el cual una entidad pública o privada concede un visto bueno para importar o exportar un bien, de acuerdo con la naturaleza del producto y las necesidades de controlar la salud humana, sanidad animal, sanidad vegetal o controlar el medio ambiente, o según sea el requisito por el cual se autoriza la importación.

Zonas Francas (ZF): áreas del territorio nacional extra-aduaneras, previamente calificadas sujetas a un régimen especial, donde podrán establecerse y funcionar empresas nacionales o extranjeras que se dediquen a la producción o comercialización de bienes para la exportación directa o indirecta, así como a la prestación de servicios vinculados al comercio internacional y a las actividades conexas o complementarias a ellas.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Alexander, L. (1990). *Longman english grammar practice*. Nueva York, Estados Unidos: Logman Group UK Limited.
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (2013). *Régimen de Zonas Francas*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Banco de la República. (2013). *Manual de cambios internacionales*. Bogotá, Colombia:



Autor.

- Banco de la República. (2016a). *Declaración de cambio*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Banco de la República. (2016b). *Proceso de importación de mercancías a Colombia, aspectos aduaneros*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Banco de la República. (s.f.). *Declaración de cambio por exportaciones de bienes*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Caicedo, H. (s.f.). *Las Zonas Francas en Colombia*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Cámara de Comercio de Manizales. (2016). *Modalidades de Importación*. Manizales, Colombia: Autor.
- Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa. (2012). *Convenio del Sistema Armonizado (SA)*. Ginebra, Suiza: Autor.
- Comunidad Andina. (2007). *Nomenclatura común Andina*. Consultado el 13 de octubre de 2016, en www.comunidadandina.org
- Concejo Nacional de Fomento Educativo de México. (2010). *Guía de psicomotricidad y educación física en la educación secundaria*. Consultado el 10 de septiembre de 2016, en <http://www.conafe.gob.mx>
- Decreto 1735. (1993, 2 de septiembre). *Ministerio de Hacienda y Crédito Público*, 1993, 2 de septiembre.
- Decreto 2685. (1999, 28 de diciembre). *Ministerio de Hacienda y Crédito Público*, 1999, 28 de diciembre.
- Decreto 2788. (2004, 31 de agosto). *Ministerio de Hacienda y Crédito Público*, 2004, 31 de agosto.
- Decreto 390. (2016, 7 de marzo). *Ministerio de Hacienda y Crédito Público*, 2016, 7 de marzo.
- Decreto 4927. (2011, 26 de diciembre). *Ministerio de Comercio de Industria y Turismo*, 2011, 26 de diciembre.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2002). *Glosario de términos*. Bogotá, Colombia: Autor.



- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2005). *Clasificación arancelaria*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2008). *Cómo consultar el arancel de aduanas*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2013). *Exportación*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2014). *Inscripción en el RUT para Personas Naturales y/o Jurídicas Naturales del Régimen Simplificado y Cámara de Comercio V 1.0*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2016a). *Formulario de Registro Único Tributario*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2016b). *Normas de origen, obligaciones de importadores y exportadores*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2016c). *Nueva regulación aduanera*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (s.f.). *Declaración de Exportación*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (s.f.). *Proceso operación aduanera*. Bogotá, Colombia: Autor.
- El Tiempo. (2016. 10 de julio). Contrabando, el costo de los impuestos saludables. *El Tiempo*. Consultado el 14 de octubre de 2016, en <http://www.eltiempo.com>
- Fotolia. (s.f.). *Vitruvian man*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en <http://co.fotolia.com>
- Gobierno del estado. (2011). *Desarrollo de habilidades del pensamiento*. México: Autor.
- Mecanismos UTB. (s.f.). *Bitácora*. Autor.
- Mejía, F. (s.f.). *Foro: importancia del arancel de aduanas*. Cali, Colombia: Autor.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). *VUCE Ventanilla Única de Comercio Exterior*. Bogotá, Colombia: Autor.



- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). *Manual de usuarios para la radicación de autorizaciones previas a una exportación, ante las diferentes entidades gubernamentales de control*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2007). *Cartilla normas de origen, preferencias arancelarias y registro de productores nacionales*. Bogotá. Colombia: Autor.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2015). *¿Cómo importar a Colombia?* Bogotá, Colombia: Autor.
- Pixabay. (2015). *Diligencias online*. Consultado el 13 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com>
- Pixabay. (2016). *Documentos varios*. Consultado el 13 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com>
- Prieto, M. (2010). *Habilidades motrices básicas*. Granada, España: Autor.
- ProColombia. (2011). *Colombia comenzó a exportar carne congelada a Rusia*. Bogotá, Colombia: Autor.
- ProColombia. (2012). *Gestión del proceso exportador*. Bogotá, Colombia: Autor.
- ProColombia. (2016a). *Prendas de vestir: lo que debe saber de las reglas de origen*. Bogotá, Colombia: Autor.
- ProColombia. (2016b). *Ruta exportadora*. Bogotá, Colombia: autor.
- Secretaría de Economía Estados Unidos Mexicanos. (2016). *Proceso de actualización de la TIGIE*. Autor.
- Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). (s.f.). *Vocabulary foreign trade process*. Bogotá, Colombia: Autor.
- Subdirección de Gestión de Comercio Exterior. (2015). *Proceso de carga de importación*. Bogotá, Colombia: Autor.
- World Customs Organization. (s.f.). *History*. Bruselas, Bélgica: Autor.
- Zamudio, C. (2013). *Clasificación arancelaria, principios básicos*. México: Autor.



- Zandvoort, R. (1976). *A handbook of english grammar*. Londres, Inglaterra: Logman Group UK Limited.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Expertas técnicas

Adriana Milena Meza Martínez
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Julio de 2016.

Ana Milena Moreno Pinilla
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Julio de 2016.

Ismari Herrera Jerez
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Julio de 2016.

Manuela Jaramillo Mejía
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Julio de 2016.

Marian Yarith Carvajal
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Julio de 2016.

Asesora pedagógica

Gloria Amparo López Escudero
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Octubre de 2016.



**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE**

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

Guionista

Leydi Johana Navarro Ríos
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Octubre de 2016.



GUÍA DE APRENDIZAJE N° 11

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Programa de Formación: Tecnólogo en Negociación Internacional.		Código: 122702		
		Versión: 02		
Nombre del Proyecto: Negociación de productos colombianos basados en acuerdos internacionales.		Código: 1301046		
Fase del proyecto: Ejecución.				
Actividad (es) del proyecto:	Actividad (es) de aprendizaje:	Ambiente de formación escenario	Materiales de formación	
			Devolutivo (Herramienta – equipo).	Consumible (Unidades empleadas durante el programa).
Controlar procesos de comercio internacional de acuerdo a la normatividad vigente.	Realizar control sobre los procesos de importación o exportación, basado en normatividad del comercio internacional.	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.		
Resultados de Aprendizaje: 210101029-01: Registrar la empresa como productor nacional, oferta exportable y determinación de origen ante las entidades correspondientes de acuerdo con las normas de comercio		Competencia: 210101029: Controlar los procesos de importación y exportación según normatividad vigente y acuerdos entre las partes.		



internacional vigentes, teniendo en cuenta las contingencias de importación frente a las restricciones relativas a la naturaleza de los productos, de acuerdo con las normas de comercio internacional vigentes para obtener las licencias y certificaciones y de acuerdo con las políticas de la organización.

210101029-02: Cubrir los contratos de compraventa en las operaciones de los riesgos jurídicos del comercio internacional teniendo en cuenta las normas legales vigentes obteniendo los vistos buenos o permisos previos para los productos que requieren ante los organismos respectivos con base en las normas legales de comercio internacional vigentes de acuerdo con las políticas de la empresa.

210101029-03: Entregar los documentos de embarque al agente aduanero para llevar a cabo el proceso de importación y exportación de acuerdo con las normas legales registrando los documentos ante los organismos competentes conforme a las políticas comerciales, tributarias, aduaneras y de comercio internacional vigentes para llevar a cabo los controles de las importaciones y exportaciones concordantes con la política de la empresa.

210101029-04: Contactar el comprador o importador y vendedor exportador directamente o por las vías indirectas de acuerdo con los procedimientos que se siguen en las importaciones y exportaciones enviando el detalle de los productos a importar o exportar a la Sociedad de Intermediación Aduanera SIA, cumpliendo con los requisitos de la



codificación arancelaria y fechas establecidas según las normas de comercio internacional vigentes teniendo en cuenta las políticas de la compañía.	
240201502-05: Leer textos complejos y con un vocabulario más específico, en inglés general y técnico.	240201502: Producir textos en inglés en forma escrita y oral.
Duración de la guía (en horas):	202 horas.

2. INTRODUCCIÓN

La perspectiva del comercio exterior está mediada por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), ya que las operaciones, trámites y documentos inherentes a los procesos de exportación e importación, se llevan a cabo por medio de servicios informáticos electrónicos, un ejemplo de ello es el caso de los trámites ante los organismo que apoyan el sector del comercio exterior en Colombia.

La presente actividad de aprendizaje tiene como propósito brindarle los elementos básicos para que conozca cómo se controlan las operaciones de comercio exterior de acuerdo a la normatividad colombiana, tales como, los trámites de determinación y criterio de origen, registro de Productores de Bienes Nacionales y la entrega de documentos de embarque a las agencias de aduana.

De igual manera se reforzará el manejo del inglés, pues se profundizará sobre la estructura de las oraciones en este idioma, con el fin de comprender el contenido de un texto de manera más adecuada y rápida; por lo tanto, se afianzará esta habilidad en el momento de leer y comprender la documentación pertinente a los procesos de importación y exportación de un producto.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 202 horas, correspondientes a un 20% de horas Directas (**D**), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80% de horas Independientes (**I**), que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario revisar el material de formación, explorar los materiales complementarios y efectuar consultas en internet.



Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentra en la siguiente ruta: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 11: Realizar control sobre los procesos de importación o exportación, basado en normatividad del comercio internacional. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia: Las barreras que dejan de existir para los exportadores colombianos**

El hecho de que Colombia tenga actualmente diez tratados de libre comercio (TLC) con 47 países (que les abrieron la puerta a 1.500 millones de consumidores) y de que se cuenten 6.435 empresas exportadoras al 2015 no es garantía para cumplir la meta que se trazó el Gobierno de exportar 30.000 millones de dólares al 2018 en bienes no minero-energéticos.

Por ello, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en cabeza de su titular, la ministra Cecilia Álvarez Correa, se propuso ajustar el enfoque de las negociaciones, antes orientadas primordialmente a abrir nuevos mercados.

“El enfoque ahora es más de aprovechamiento de los acuerdos existentes. No hemos cerrado el objetivo anterior (de hecho, estamos negociando uno con Japón), pero ahora hacemos énfasis en profundizar los que ya tenemos, en eliminar barreras que no dejan fluir las negociaciones”, aseguró la viceministra de Comercio, Mariana Sarasti Montoya.

Por ejemplo: El Salvador, país que más globos para inflar le compra a Colombia y que hace parte del llamado Triángulo Norte (Guatemala, Honduras y El Salvador), eliminó el arancel de 72 partidas para exportaciones de productos como baterías, alambres y globos, entre otros.



Con Ecuador, una de las barreras que existían – y que ya fueron derribadas – estaba asociada a reglamentos técnicos difíciles de cumplir para Colombia. De acuerdo con el Mincomercio, en los primeros meses de este año las exportaciones hacia ese país fluirán mejor. Y en cuanto a Brasil, se podrán exportar, cada año, hasta 45.000 unidades de vehículos a partir del año tres en adelante, una vez se implemente la negociación.

En el caso de Alianza del Pacífico (Chile, Perú, Colombia y México), un mercado que congrega cerca de 220 millones de consumidores y que se proyecta al mundo como un solo equipo, abrirá puertas para conquistar mercados como el asiático. Este acuerdo entraría en vigencia en el primer semestre de este año y, además de liberar aranceles, permitirá un aprovisionamiento mayor de productos, entre otros beneficios.

El aprovechamiento de estos acuerdos se ha logrado, en parte, gracias al trabajo con los empresarios, según Sarasti. “Se han realizado una serie de reuniones – algunas en Palacio y otras 11 en las regiones, lideradas por la ministra Cecilia Álvarez – en las que se les pregunta a los empresarios cuáles son las barreras a las que más se enfrentan; hacemos un diagnóstico, y el trabajo es empezar a derribarlas”, anotó.

De acuerdo con Carolyn Robert, especialista líder en comercio internacional del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en pocos años, Colombia se ha puesto al nivel de países como Chile, México o Perú. “El país ha dado un salto muy grande. Pasó de una economía bastante cerrada a tener un nivel de apertura amplio, y eso se reflejará en mayores posibilidades de crecimiento en la economía y del comercio internacional”, concluyó Robert. (El Tiempo, 2016)

Con base en esta noticia reflexione acerca de lo siguiente:

- o ¿Considera necesario que Colombia mantenga una relación estrecha a nivel internacional con otros países y logre vencer barreras al comercio a través de acuerdos internacionales?



- o ¿Por qué es importante para los exportadores colombianos que se hagan controles a las operaciones internacionales, se simplifiquen los procesos y se incentiven las exportaciones colombianas?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 11, por lo tanto no es calificable.

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

- **Evidencia: Cumplir acuerdos**

Warren Buffet (s.f.), reconocido inversor y empresario estadounidense mencionó la siguiente frase: “Se necesitan 20 años para construir una reputación y cinco minutos para arruinarla”.

Teniendo en cuenta lo anterior reflexione sobre las siguientes preguntas:

- o ¿En qué cree se basa la construcción de la reputación de una persona?
- o ¿Por qué considera importante cumplir con los acuerdos que hacemos con otros?

Nota: esta evidencia tiene como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la Actividad de aprendizaje 11, por lo tanto no es calificable.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 1: Taller “Registro productor nacional”**

El propósito de esta evidencia es que conozca acerca de la documentación necesaria para el registro de una organización empresarial como productor nacional, con oferta exportable y con su respectiva determinación de origen ante las entidades competentes de comercio exterior en Colombia.



Para desarrollar esta evidencia, es importante que lea y analice previamente el material de formación denominado **Control de las operaciones internacionales**, además del siguiente material complementario:

- o Manual de usuario registro de Productor de Bienes Nacionales.
- o Guía procedimiento certificado de origen.
- o Influencia de las barreras a la exportación.

Posterior a estas consultas, tome como referencia el producto previamente seleccionado en la actividad de aprendizaje 1, en la **Evidencia 10: Informe “Método de selección de ideas”** y el país destino de la exportación establecido en la actividad de aprendizaje 2, en la **Evidencia 3: Ejercicio práctico “Evaluar mercados potenciales”**, y con el grupo de trabajo con el que viene trabajando algunas evidencias, desarrollen el siguiente taller:

1. Elaboren el registro de la empresa (con datos reales o ficticios) que se encargará de la exportación del producto o servicio elegido, como productor nacional con oferta exportable, con el respectivo criterio o determinación de origen, para esto es importante que tengan en cuenta:
 - El producto o servicio a exportar por parte de la empresa, según la descripción y clasificación arancelaria.
 - Entidades que autorizan el respectivo proceso de registro como productor nacional, con oferta exportable.
 - El RUT elaborado en la actividad de aprendizaje 10, en la **Evidencia 1: Bitácora “Documentación de la operación de comercio”**.
2. Teniendo en cuenta el país al que será exportado el producto o servicio, investiguen y mencionen las barreras arancelarias que tiene dicho lugar y las acciones que tiene Colombia en este momento para disminuirlas.
3. Consulten las restricciones sobre patentes y marcas del producto o servicio antes de ser exportado y señalen cómo pueden evitar su incumplimiento.

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique el taller en el Blog del grupo.



Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 11: Realizar control sobre los procesos de importación o exportación, basado en normatividad del comercio internacional / Evidencia 1: Taller “Registro productor nacional”. **Total horas: 20, 5(D) y 15(I).**

- **Evidencia 2: Compraventa internacional**

La compraventa internacional es de gran importancia, ya que en las transacciones fronterizas necesitan unificar condiciones globales e idóneas para el tráfico de mercancías, con el fin de garantizar la transferencia de la propiedad de esta, a cambio del precio convenido.

Por lo anterior, para el desarrollo de esta evidencia es importante que conozca qué incluye un contrato de compraventa ya que el incumplimiento en alguno de los puntos concertados puede acarrear sanciones, por lo tanto antes de desarrollarla es importante que lea y analice previamente el material de formación denominado **Control de las operaciones internacionales**, además del siguiente material complementario:

- o Modelo de contrato de compraventa internacional.
- o Convención Naciones Unidas sobre los contratos de compraventa internacional de mercaderías.

Posterior a estas lecturas, elabore con su grupo de trabajo, un contrato de compraventa internacional para el producto o servicio a exportar, que fue seleccionado con anterioridad; tenga en cuenta que el contrato debe incluir los siguientes puntos:

- o Fecha de entrada en vigor del contrato de compraventa.
- o Datos de cada una de las partes: nombre legal, si es una sociedad el tipo de esta, dirección, número de identificación tributaria o fiscal.
- o Cantidad de producto a exportar.
- o Especificaciones de las mercancías (tipos, colores, tamaños, entre otros).
- o Precio total del producto que paga el comprador al vendedor.
- o INCOTERM.



- o Condiciones de entrega del producto: lugar físico (almacén, puerto, aeropuerto, entre otros), ciudad y país.
- o Envase y embalaje.
- o Forma de pago: efectivo, cheque, transferencia bancaria, entre otros.
- o Tiempo de entrega.
- o Condiciones de garantía.
- o Clausulas: exclusividad, forma de pago, indemnizaciones, leyes que les aplican, resolución de conflicto, notificaciones.
- o Anexos, si se requieren.
- o Firmas.
- o Lugar y fecha de la firma.
- o Número de ejemplares.

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique el contrato de compraventa en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 11: Realizar control sobre los procesos de importación o exportación, basado en normatividad del comercio internacional / Evidencia 2: Compraventa internacional. **Total horas: 35, 7(D) y 28(I).**

• **Evidencia 3: Ensayo “Free Trade Agreement (FTA): advantages and disadvantages”**

Es de suma importancia en este proceso de aprendizaje, conocer muy bien los tratados de libre de comercio que se tienen en un país, antes de iniciar cualquier operación de importación y/o exportación.



Para desarrollar esta evidencia es importante que lea y analice previamente el material de formación denominado **The sentence**, además del siguiente material complementario:

- o *English sentence structure and entity-relationship diagrams.*
- o *Sentence structure.*

Posterior a estas lecturas, elabore un ensayo en inglés de mínimo tres (3) páginas, que dé respuesta a lo siguiente:

- o Investigue sobre los tratados de libre comercio que Colombia tiene vigentes con los Estados Unidos.
- o Escriba las ventajas y desventajas de estos tratados para Colombia.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 11: Realizar control sobre los procesos de importación o exportación, basado en normatividad del comercio internacional / Evidencia 3: Ensayo “Free Trade Agreement (FTA): advantages and disadvantages”. **Total horas: 6, 1(D) y 5(I).**

- **Evidencia 4: Infografía “Agente de aduanas”**

Las empresas cuentan con diversos medios y fuentes para contactar clientes potenciales en los mercados internacionales para sus productos y/o servicios y poder negociar con éxito la exportación o importación.

Para lograr el traslado de los productos que son el resultado de una negociación, de un lugar a otro, procurando que su ejecución se realice generando los menores tiempos, costos y riesgos posibles, se requiere la facilitación en el comercio exterior de un agente de aduanas cuya profesionalidad esté a la altura de lo solicitado por los exportadores, que cuente con una organización técnica adecuada para disponer de recursos humanos dotados de conocimientos, para atender los servicios aduaneros que le corresponda, superando cualquier incidente que se pueda genera en el proceso de envío de la carga.

La esencia de esta evidencia es demostrar la aplicación de los conocimientos adquiridos hasta el momento. Por ello, tenga en cuenta lo aprendido con el documento **Decreto número 390 de 2016**, que se compartió en el material complementario y luego realice



una infografía que contenga lo siguiente:

1. Título.
2. Texto: explicación de lo que las imágenes no puedan expresar.
3. Cuerpo: debe contener información visual (imágenes, diagramas, mapas, gráficos, tablas, iconos). En este espacio debe incluir información sobre:
 - Mecanismos que tienen o deben implementar las empresas exportadoras para contactar clientes en los mercados internacionales.
 - Como exportador, aspectos a tener en cuenta para evaluar a los clientes potenciales para su producto o servicio.
 - Aspectos que debe tener en cuenta usted como exportador, para contratar un agente de aduanas (requisitos que estos deben cumplir).
 - Documentos que debe registrar el agente de aduanas ante las entidades correspondientes, con el fin de realizar la exportación.
4. Fuente: indicar de dónde se extrajo la información y los datos utilizados en esta.
5. Crédito: autor de la infografía.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 11: Realizar control sobre los procesos de importación o exportación, basado en normatividad del comercio internacional / Evidencia 4: Infografía "Agente de aduanas". **Total horas: 60, 10(D) y 50(I).**

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual será indicado por el instructor oportunamente.



• Evidencia 5: Documentos de embarque

Es responsabilidad de los exportadores entregar al agente de aduanas los documentos requeridos por las entidades correspondientes, para que la operación internacional se pueda realizar exitosamente y sin contratiempos.

Por lo anterior, con su grupo de trabajo iniciarán la exportación del producto o servicio al país que eligieron desde la actividad de aprendizaje 1, por lo cual deben desarrollar el ejercicio práctico planteado para esta evidencia, que consiste en consultar y diligenciar los documentos que se mencionan a continuación, con el fin de presentarlos al agente de aduanas, estos son:

- o Factura comercial.
- o Lista de empaque.
- o Vistos buenos.
- o Certificación de origen.
- o Certificación del transportador.
- o Declaración de importación.
- o Declaración de exportación.

Posteriormente, condensen el desarrollo de los puntos anteriores en una carpeta comprimida para ser presentada ante el agente de aduanas.

Por el carácter colaborativo de este ejercicio, tengan en cuenta las indicaciones para desarrollar evidencias en grupo, las cuales fueron presentadas en la actividad de aprendizaje 1.

Desarrolle esta evidencia con sus compañeros a través de las opciones que ofrece la herramienta **Grupo de trabajo** en la plataforma y publique la carpeta con los documentos en el Blog del grupo. Uno de los integrantes debe enviar el trabajo por medio del enlace dispuesto en plataforma, tenga en cuenta que este debe contener una portada con los nombres de quienes conforman el grupo.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 11: Realizar control sobre los procesos de importación o exportación, basado en normatividad del comercio internacional / Evidencia 5:



Documentos de embarque. **Total horas: 50, 11(D) y 39(I).**

- **Evidencia 6: Estudio de caso “Aceite de palma BUN”**

La experiencia que adquiere una empresa multinacional, con el tiempo le brinda el soporte suficiente para enfrentar los retos que implica el mercado internacional. Lo que se busca con esta evidencia es demostrar que cuenta con las capacidades suficientes para identificar si las empresas están preparadas a nivel tecnológico, productivo y de recursos para poder internacionalizarse.

Teniendo en cuenta el material de formación y complementario analizado en esta actividad de aprendizaje y con el fin de demostrar lo aprendido hasta el momento, desarrolle el caso de estudio que se presenta en la evidencia descargable y posteriormente resuelva las inquietudes que allí se plantean.

Descargue la evidencia para ver la descripción detallada de esta, desarróllela con la herramienta de su preferencia y luego envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 11: Realizar control sobre los procesos de importación o exportación, basado en normatividad del comercio internacional / Evidencia 6: Estudio de caso “Aceite de palma BUN”. **Total horas: 15, 3(D) y 12(I).**

- **Evidencia 7: *Compliance with foreign law***

Para continuar enriqueciendo su aprendizaje en el idioma inglés, grabe un audio en el formato de su preferencia, con el fin de afianzar la pronunciación, el uso de las preposiciones y la práctica del vocabulario.

Desarrolle esta evidencia teniendo en cuenta los siguientes pasos:

- o Lea y analice el texto que encuentra en la evidencia descargable.
- o Elabore un vocabulario como mínimo de 10 términos técnicos en inglés, con su respectivo significado en español.
- o Elabore un resumen del texto utilizando los diferentes tipos de oración.
- o Grabe el audio en inglés, con el resumen elaborado en el punto anterior.
- o Identifique y clasifique las frases en sus diferentes tipos.



- o Elabore un gráfico con el cual explique los diferentes ejemplos de cumplimiento con las leyes extranjeras, utilizando las preposiciones de lugar.
- o Compile el vocabulario, el resumen, los tipos de frases y el gráfico en un documento.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta de su preferencia y envíe los archivos (el audio y el documento) al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Ejecución / Actividad de aprendizaje 11: Realizar control sobre los procesos de importación o exportación, basado en normatividad del comercio internacional / Evidencia 7: *Compliance with foreign law*. **Total horas: 16, 3(D) y 13(I).**

3.5. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 3: Ensayo “ <i>Free Trade Agreement (FTA): advantages and disadvantages</i> ”.	<ul style="list-style-type: none">• Plantea, explica y contesta hipótesis técnicas.• Realiza resúmenes de la información relevante y detallada de un texto técnico en inglés.• Ubica al interlocutor en un punto geográfico específico, empleando preposiciones en inglés.	Lista de verificación: Ensayo.
Evidencia de conocimiento: Evidencia 4: Infografía “Agente de aduanas”.	<ul style="list-style-type: none">• Contacta el comprador o importador y vendedor exportador, directamente o por las vías indirectas, de acuerdo con los procedimientos que se	Lista de verificación: Infografía.



	<p>siguen en las importaciones y exportaciones y las políticas de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none">• Registra los documentos ante los organismos competentes conforme a las políticas comerciales, tributarias, aduaneras y de comercio internacional vigentes para llevar a cabo los controles de las importaciones y exportaciones concordantes con la política de la empresa.• Evalúa el cliente según los requerimientos de los productos a nivel internacional siguiendo las políticas y objetivos de la empresa.	
<p>Evidencia de desempeño:</p> <p>Evidencia 7: <i>Compliance with foreign law.</i></p>	<ul style="list-style-type: none">• Plantea, explica y contesta hipótesis técnicas.• Realiza resúmenes de la información relevante y detallada de un texto técnico en inglés.• Ubica al interlocutor en un punto geográfico específico, empleando preposiciones en inglés.	<p>Lista de chequeo:</p> <p>Audio.</p>



Evidencia de producto:

Evidencia 1: Taller “Registro productor nacional”.

- Registra la empresa en el registro de productor nacional, oferta exportable y determinación de origen ante las entidades correspondientes, de acuerdo con las normas de comercio internacional vigentes teniendo en cuenta las políticas de la empresa.
- Tiene en cuenta las contingencias de importación frente a las restricciones relativas a la naturaleza de los productos, de acuerdo con las normas de comercio internacional vigentes para obtener las licencias y certificaciones, de acuerdo con las políticas de la organización.
- Diligencia el registro de productor nacional, oferta exportable y solicitud de determinación de origen, de acuerdo con las normas legales vigentes y el instructivo teniendo en cuenta las necesidades de la empresa.
- Analiza las barreras de las exportaciones

Lista de verificación:

Taller.



	<p>teniendo en cuenta las normas de comercio internacional vigentes, según objetivos y metas de la organización.</p> <ul style="list-style-type: none">• Evalúa la tecnología y estrategias con que cuenta la empresa para enfrentar mercados internacionales teniendo en cuenta los cambios requeridos por los clientes, teniendo en cuenta las normas de comercio internacional y las políticas de la empresa.• Analiza los sistemas de información de la empresa y el mercado de acuerdo al nivel de servicio requerido, de acuerdo con las normas de comercio internacional y las políticas establecidas por la compañía.• Investiga las restricciones sobre patentes y marcas de productos antes de lanzarlo al mercado internacional teniendo en cuenta las normas internacionales vigentes y los objetivos y políticas de la organización.• Analiza los productos y	
--	---	--



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

	<p>servicios a exportar frente a los requerimientos de certificaciones de acuerdo con las normas nacionales e internacionales de comercio internacional vigentes atendiendo las políticas de la organización.</p> <ul style="list-style-type: none">• Establece los recursos que dispone la organización frente a las exigencias de los mercados nacionales e internacionales y las necesidades de la empresa.• Evalúa la capacidad de producción según ofertas y solicitudes del mercado a nivel interno y externo conforme a las metas establecidas por la empresa.• Evalúa las empresas según la experiencia y el conocimiento del mercado, de acuerdo con las metas y objetivos de la organización.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 2: Compraventa Internacional.</p>	<p>Cubre los contratos de compraventa en las operaciones de los riesgos jurídicos del comercio</p>	<p>Lista de verificación:</p> <p>Documento.</p>



	internacional teniendo en cuenta las normas legales vigentes, de acuerdo con las necesidades y políticas de la organización.	
Evidencia de producto: Evidencia 5: Documentos de embarque.	<ul style="list-style-type: none">• Entrega los documentos de embarque al agente aduanero para llevar a cabo el proceso de importación y exportación, de acuerdo con las normas legales vigentes y de acuerdo con las políticas de la organización.• Realiza los vistos buenos o permisos previos para los productos que requieren ante los organismos respectivos teniendo en cuenta las normas legales de comercio internacional vigentes, de acuerdo con las políticas de la empresa.• Analiza los documentos de importación y exportación, de acuerdo con las normas y procedimientos legales vigentes para presentarlos ante las entidades respectivas siguiendo las políticas de la empresa.• Verifica las cantidades y	Lista de verificación: Ejercicio práctico.



	<p>los documentos de importación y exportación de acuerdo con las normas y procedimientos legales vigentes para presentar ante las entidades respectivas, de acuerdo con las políticas de la organización.</p> <ul style="list-style-type: none">• Envía el detalle de los productos a importar o exportar a la Sociedad de Intermediación Aduanera SIA cumpliendo con los requisitos de la codificación arancelaria y fechas establecidas según las normas de comercio internacional vigentes, teniendo en cuenta las políticas de la compañía.	
<p>Evidencia de producto:</p> <p>Evidencia 6: Estudio de caso “Aceite de palma BUN”.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Registra la empresa en el registro de productor nacional, oferta exportable y determinación de origen ante las entidades correspondientes, de acuerdo con las normas de comercio internacional vigentes teniendo en cuenta las políticas de la empresa.• Tiene en cuenta las contingencias de	<p>Lista de verificación:</p> <p>Estudio de caso.</p>



	<p>importación frente a las restricciones relativas a la naturaleza de los productos, de acuerdo con las normas de comercio internacional vigentes para obtener las licencias y certificaciones, de acuerdo con las políticas de la organización.</p> <ul style="list-style-type: none">• Diligencia el registro de productor nacional, oferta exportable y solicitud de determinación de origen, de acuerdo con las normas legales vigentes y el instructivo teniendo en cuenta las necesidades de la empresa.• Analiza las barreras de las exportaciones teniendo en cuenta las normas de comercio internacional vigentes, según objetivos y metas de la organización.• Evalúa la tecnología y estrategias con que cuenta la empresa para enfrentar mercados internacionales teniendo en cuenta los cambios requeridos por los clientes, teniendo en cuenta las normas de comercio internacional y	
--	--	--



	<p>las políticas de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none">• Analiza los sistemas de información de la empresa y el mercado de acuerdo al nivel de servicio requerido, de acuerdo con las normas de comercio internacional y las políticas establecidas por la compañía.• Investiga las restricciones sobre patentes y marcas de productos antes de lanzarlo al mercado internacional teniendo en cuenta las normas internacionales vigentes y los objetivos y políticas de la organización.• Analiza los productos y servicios a exportar frente a los requerimientos de certificaciones de acuerdo con las normas nacionales e internacionales de comercio internacional vigentes atendiendo las políticas de la organización.• Establece los recursos que dispone la organización frente a las exigencias de los	
--	---	--



	<p>mercados nacionales e internacionales y las necesidades de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none">• Evalúa la capacidad de producción según ofertas y solicitudes del mercado a nivel interno y externo conforme a las metas establecidas por la empresa.• Evalúa las empresas según la experiencia y el conocimiento del mercado, de acuerdo con las metas y objetivos de la organización.	
--	--	--



4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	Duración (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (instructores)		Ambientes de aprendizaje tipificados
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	Escenario (Aula, laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Controlar procesos de comercio internacional de acuerdo a la normatividad vigente.	202					Tecnólogo en negociación internacional, profesional y/o tecnólogo en ingeniería industrial, ingeniería de mercados, logística, administradores de empresas, contabilidad, finanzas y ciencias afines, preferiblemente con	2	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.



SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

						especialización en logística, comercio internacional o negocios internacionales y ciencias afines. Profesional en idiomas o lenguas modernas.		
--	--	--	--	--	--	---	--	--



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Agente de carga internacional: persona jurídica inscrita ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), para actuar exclusivamente en el modo de transporte marítimo, cuyo objeto social incluye coordinar, organizar embarques, consolidar carga de exportación o desconsolidar carga de importación y emitir o recibir del exterior los documentos de transporte propios de su actividad.

Almacenamiento: es el depósito de mercancías bajo el control de la autoridad aduanera en depósitos de carácter público o privado, son habilitados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Clause: cláusula.

Comercio ilícito: toda práctica o conducta prohibida por las normas, relativa a la producción, envío, recepción, posesión, distribución, venta o compra, incluida cualquier práctica o conducta destinada a facilitar esa actividad, como el contrabando, la violación de los derechos de propiedad intelectual, la fabricación ilícita de determinados productos y la subfacturación.

Contrato de compraventa internacional: es un documento por medio del cual el vendedor, como el comprador, expresan y dan a conocer las condiciones de la compra o de la venta, para que se proceda debidamente y con las leyes nacionales o internacionales.

Declaración aduanera: el acto o documento mediante el cual el declarante indica el régimen aduanero específico aplicable a las mercancías y suministra elementos e información que la autoridad aduanera requiere.

Declarante: persona natural o jurídica que hace una declaración de mercancías a nombre propio o en cuyo nombre se realiza la declaración mencionada.

Despacho de aduana: servicio de liberar la carga de aduanas para exportar e importar.

Documentos de embarque: conjunto de documentos requeridos para realizar un embarque.

Documentos de transporte de tráfico postal: es el documento que da contrato entre el expedidor y la empresa prestadora del servicio postal, haciendo las veces de documento transporte por cada envío, en el mismo se deben especificar la descripción de las piezas, el valor por la mercancía; el nombre, dirección del remitente, el nombre, dirección, ciudad del destinatario y el peso del envío.



Envíos entrega rápida o mensajería expresa: los documentos, materiales impresos, paquetes u otras sin límite de valor o que requieren del traslado urgente y disposición inmediata por parte del destinatario, transportados al amparo de una guía de envíos de entrega rápida o mensajería expresa.

Intransitive: intransitivo.

Licencia de importación o exportación: documento oficial que autoriza la exportación o importación de productos con restricciones.

Marcas: se refiere a la información exterior que debe incluir el embalaje de la carga.

Mercancías peligrosas: productos declarados peligrosos que tienen restricciones de embarque.

Mercancías: productos que se exportan o importan.

Moneda: moneda en que se factura.

Multimodal: se refiere al manejo de carga donde se combinan diferentes medios de transporte.

Phrase: frase.

Predicate: predicado.

Productor de Bienes Nacionales: una persona natural o jurídica que posee la infraestructura necesaria, maquinaria y equipo, personal e instalaciones. Además registra ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo el bien o producto objeto de fabricación, con el cumplimiento de los requisitos y disposiciones establecidos en la normatividad vigente.

Sentence: oración.

Subject: sujeto.

Subordinate: subordinada.

Transitive: transitivo.



6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Ariza, S. (s.f.). *Vistos buenos al exportar e importar bienes en Colombia*. Consultado el 24 de octubre de 2016, en <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/>
- Buffet, W. (s.f.). *Frases de reputación*. Consultado el 24 de octubre de 2016, en <http://www.forbes.com/>
- Castellanos, A. (2015). *Logística comercial internacional*. Bogotá, Colombia: ProQuest ebrary.
- Childs, L., Acott, A. y Curtis, K. (1999). *Parts of the sentence*. Canadá: Autores.
- Cortina, N. (2012). *Marketing y comercialización internacional*. Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.
- Decreto 390. (2016, 7 de marzo). *Ministerio de Hacienda y Crédito Público*, 2016, 7 de marzo.
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2014). *Guía procedimiento certificado de origen*. Bogotá, Colombia: Autor.
- El Tiempo. (2016. 06 de febrero). *Las barreras que dejan de existir para los exportadores colombianos*. Consultado el 24 de octubre de 2016, en <http://www.eltiempo.com>
- Escandón, D., Hurtado, A. y Castillo, M. (s.f.). *Influencia de las barreras a la exportación sobre el compromiso exportador y su incidencia en los resultados internacionales*. Cali, Colombia: Autores.
- García, J. (2009). *Marketing internacional*. España: McGraw Hill Interamericana.
- Global Negotiator. (s.f.). *Modelo de contrato de compraventa internacional*. España: Autor.
- Johnson, T. y Bade, D. (2010). *Export/import procedures and documentation*. Estados Unidos: American Management Association.
- López, O. (s.f.). *Gestión logística de los negocios internacionales*. Bogotá, Colombia: ProQuest ebrary.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2013). *Formato para registrar al productor*



nacional en relación a la oferta exportable y solicitud de determinación de origen. Bogotá, Colombia: Autor.

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2016). *Determinación de origen.* Bogotá, Colombia: Autor.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). *Manual de usuario registro de productor de bienes nacionales.* Bogotá, Colombia: Autor.
- Naciones Unidas. (2011). *Convención de las Naciones Unidas sobre los contratos de compraventa internacional de mercaderías.* Nueva York, Estados Unidos: Autor.
- Pixabay. (2000). *Cosméticos - licor - medicamentos.* Consultado el 21 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2011). *Fábrica.* Consultado el 21 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2012). *Firma de contrato.* Consultado el 19 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2013). *Piedras preciosas.* Consultado el 19 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2013b). *Arte.* Consultado el 19 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2014). *Artesanías - ranas.* Consultado el 21 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2015). *Textiles - quesos.* Consultado el 21 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2016a). *Animales - trigo.* Consultado el 20 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2016b). *Imágenes.* Consultado el 20 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2016c). *Flores.* Consultado el 20 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Pixabay. (2016d). *Piezas de museo.* Consultado el 21 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com/>



- Pixabay. (2016e). *Policías y municiones*. Consultado el 21 de octubre de 2016, en <https://pixabay.com/>
- Shan, P. (1983). *English sentence structure and entity-relationship diagrams*. California, Estados Unidos: Autor.
- Sólo Cámaras. (s.f.). *Compraventa internacional*. España: Autor.
- Student success center. (s.f.). *Sentence structure*. Consultado el 24 de octubre de 2016, en www.isu.edu/
- Ventanilla Única de Comercio Exterior. (s.f.). *¿Qué es el registro de Productor de Bienes Nacionales?* Consultado el 24 de octubre de 2016, en <http://www.vuce.gov.co/>
- Wren, P. y Martin, H. (2000). *English grammar and composition*. New Delhi, La India: S. Chand & Company Ltd.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Expertas técnicas

Ana Milena Moreno Pinilla
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Agosto de 2016.

Ismari Herrera Jerez
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Agosto de 2016.

Manuela Jaramillo Mejía
Centro Comercio y Turismo
Regional Quindío
Agosto de 2016.

Asesora pedagógica

Gloria Amparo López Escudero
Centro Agroindustrial



**SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
Procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral
GUÍA DE APRENDIZAJE**

Versión: 02

Código: GFPI-F-019

Regional Quindío
Octubre de 2016.

Guionista

Leydi Johana Navarro Ríos
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Octubre de 2016.