INFORMACION GENERAL DEL PROGRAMA DE FORMACION		
CÓDIGO	**DENOMINACIÓNDEL PROGRAMA:**	
122702	**NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**	
DURACION MAXIMA ESTIMADA DEL APRENDIZAJE EN MESES	Lectiva	Total
	18 meses	24 meses
	Práctica	
	6 meses	
NIVEL DE FORMACIÓN	**TECNÓLOGO**	
JUSTIFICACION	El programa de **TECNÓLOGO EN NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL** se creó para brindar a los sectores de gobierno, educativo, productivo y comercial, la posibilidad de incorporar personal con altas calidades laborales y profesionales que contribuyan al desarrollo económico, social y tecnológico de su entorno y del país y así mismo ofrecer a los aprendices formación en las tecnologías de Ventas y Comercialización. El país cuenta con potencial productivo exportador en los sectores económicos, agrícola, industrial, comercial y de servicios y su fortalecimiento y crecimiento socio-económico tanto a nivel regional como nacional, dependen en gran medida de un recurso humano cualificado y calificado, capaz de responder integralmente a la dinámica del sector. El SENA ofrece este programa con todos los elementos de formación profesional, sociales, tecnológicos y culturales, metodologías de aprendizaje innovadoras, acceso a tecnologías de última generación, estructurado sobre métodos más que contenidos, lo que potencia la formación de ciudadanos librepensadores, con capacidad crítica, solidarios y emprendedores, con manejo de tecnologías en producción, logística, procesos de importación y exportación y servicio al cliente soportadas en herramientas de ERP, CRM, investigación de mercados y unidades productivas reales, que lo acreditan y lo hacen pertinente y coherente con su misión, innovando permanentemente de acuerdo con las tendencias y cambios tecnológicos y las necesidades del sector empresarial y de los trabajadores, impactando positivamente la productividad, la competitividad, la equidad y el desarrollo del país.	
REQUISITOS DE INGRESO	▪ Académicos: Bachiller ▪ Superar prueba de aptitud, motivación, interés.	

REQUISITOS DE CERTIFICACION	Alcanzar el nivel de Ingles correspondiente a las competencias de este programa de formación.

COMPETENCIAS A DESARROLLAR:	
CÓDIGO	**DENOMINACIÓN**
260101011	Determinar oportunidades de mercado de acuerdo con las tendencias del entorno y los objetivos de la empresa.
260101016	Planear actividades de mercadeo que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y a los objetivos de la empresa.
210101005	Dirigir el talento humano según necesidades de la organización.
210101001	Proyectar las necesidades y requerimientos según el proceso o unidades de negocio.
260101001	Proyectar el mercado de acuerdo con el tipo de producto o servicio y características de los consumidores y usuarios
260101027	Procesar información recolectada de acuerdo con los manuales de manejo de información.
260101004	Desarrollar los canales de distribución a partir del mercado, idiosincrasia, cultura y necesidades de los clientes.
210301029	Analizar los resultados contables y financieros según los criterios de evaluación establecidos por la organización.
210101008	Costear la cadena de aprovisionamiento, distribución y transporte de acuerdo con los objetivos y estrategias del plan logístico.
260101021	Realizar negociaciones de productos y servicios según condiciones del mercado, objetivos de la empresa y normatividad vigente.
210101016	Diligenciar documentos según normas y procedimientos establecidos a nivel interno y externo.
210101026	Coordinar el transporte según medios y modos.
210101021	Operar los procesos de importación y exportación según normas y políticas internas y externas.
210101029	Controlar los procesos de importación y exportación según la normatividad del comercio internacional.
210101033	Efectuar las transacciones comerciales de acuerdo a las requisiciones comerciales según acuerdos entre las partes.
240201500	Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.

240201501	Comprender textos en inglés en forma escrita y auditiva.
240201502	Producir textos en inglés en forma escrita y oral.
RESULTADO DE APRENDIZAJE ETAPA PRÁCTICA	Aplicar en la resolución de problemas reales del sector productivo, los conocimientos, habilidades y destrezas pertinentes a las competencias del programa de formación, asumiendo estrategias y metodologías de autogestión.
OCUPACIONES QUE PODRA DESEMPEÑAR	▪ Asistente de comercio exterior ▪ Asistente de exportaciones ▪ Asistente de Importaciones
PERFIL TECNICO DEL INSTRUCTOR:	
Requisitos Académicos mínimos	El programa requiere de un equipo de instructores técnicos, integrado por: ▪ Tecnólogo en Negociación Internacional. ▪ Tecnólogos y/o Profesionales en programas de formación relacionados con los procesos de gestión logística en la cadena de abastecimiento, o con énfasis en planeación de las actividades del mercadeo, tales como: Ingeniero industrial, Ingeniería de mercados, logística, alimentos, administradores de empresas, contabilidad, finanzas y ciencias afines, preferiblemente con especialización en logística o comercio internacional o negocios internacionales y ciencias afines.
Experiencia Laboral	▪ Con experiencia laboral en el desarrollo de actividades relacionadas con gestión logística, mínimo de veinticuatro (24) meses.
Competencias Mínimas	▪ Formular planes estratégicos de logística de acuerdo con los objetivos de la empresa. ▪ Gestionar la logística en relación con la proyección de las necesidades del mercado, en la cadena de abastecimiento o negociación de productos y servicios. ▪ Determinar oportunidades de mercado que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y a los objetos de la empresa. ▪ Costear la cadena de distribución física de acuerdo con las diferentes ofertas de los procesos. ▪ Desarrollar los canales de distribución a partir del mercado, idiosincrasia, cultura y necesidades de los clientes. ▪ Hábil al manejar dentro del proceso el tema de las regulaciones nacionales e internacionales. ▪ Operar los procesos de importación y exportación según normas legales y políticas establecidas por la

	organización. ▪ Analizar los resultados contables y financieros según los criterios de evaluación establecidos por la organización. ▪ Formular, ejecutar y evaluar proyectos. ▪ Trabajar en equipo. ▪ Establecer procesos comunicativos asertivos. ▪ Manejar herramientas informáticas asociadas al área objeto de la formación.
ESTRATEGIA METODOLOGICA	Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias. Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento: ▪ El instructor Tutor ▪ El entorno ▪ Las TIC ▪ El trabajo colaborativo

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	**VERSION**	**DENOMINACION**
260101011	1	Determinar oportunidades de mercado de acuerdo con las tendencias del entorno y los objetivos de la empresa.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		100 horas

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
CODIGO	**DENOMINACIÓN**
26010101101	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 capacidad productiva y objetivos trazados por la empresa.
26010101102	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 al uso y beneficio del producto, aplicando técnicas y procedimientos existentes que estén de acuerdo con las políticas, necesidades y objetivos de la empresa.
26010101103	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 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.
26010101104	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 la posibilidad de ingreso y definir el ambiente de un mercado que se ajuste a las políticas y objetivos de la organización.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- Análisis DOFA.
- Sectores y subsectores económicos. Entorno económico, social, tecnológico y empresarial. Mercado potencial y cambios en los consumidores, Auditoria del mercado, Nichos de mercado.
- Generación de ideas, Proceso creativo,
- Técnicas y procedimientos para la generación de ideas
- Técnicas de diseño y dibujo.
- Objetivos y políticas institucionales
- Estrategias de producto
- Dificultad en la generación de ideas.
- Modelos de análisis de oportunidades de mercado y unidades estratégicas de

negocios.
- Ampliación de la línea de productos y penetración del mercado.
- Análisis de información.
- Técnicas de dibujo y diseño
- Aspectos legales y jurídicos para el negocios y comercio internacional
- Métodos y técnicas de selección y evaluación de ideas
- Tipos de productos y servicios.
- Entorno político y legal de la región o país seleccionado.
- Entorno social
- Tipos de oportunidades de mercados.
- Variables de reglamentación del mercado:
- La competencia, los factores políticos y tributarios y la demanda.
- Clasificación de las regiones o países según riesgo económico
- Obstáculos no tarifarios:
- Límite mínimo de precios, Restricciones voluntarias de exportación, Derechos antidumping, Subsidios a la exportación.
- La estructura y el entorno geográfico
- Modelos de selección de mercado:
- Modelo del cruce de criterios, Modelo Cluster y Prodes, Modelo de escala de temperatura, Otros modelos.
- Variables culturales del mercado:
- El idioma, Las creencias, Los valores, Los procesos mentales, El sistema de aprendizaje.
- Sistemas de distribución
- Eventos feriales: Nacionales, Internacionales.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Analizar a través de la matriz DOFA, las oportunidades y amenazas del mercado objetivo en términos del entorno comercial, cultural, legal, político para generar ideas de negocios.
- Identificar el surgimiento de la forma como las personas evolucionan frente al medio y al entorno en los procesos de generación de las ideas de productos y servicios.
- Generar ideas de productos y servicios teniendo en cuenta la información proveniente del sistema de Información de mercados de la empresa.
- Generar ideas que respondan a una oportunidad de negocio en tiempo, espacio y rentabilidad para la empresa.
- Aplicar las técnicas y procedimientos existentes en la generación de ideas de los productos o servicios.
- Seleccionar las ideas de productos o servicios teniendo en cuenta la disponibilidad económica y tecnológica de la empresa.
- Estudiar de la capacidad productiva, las acciones de la competencia,
- las oportunidades y riesgos del mercado, para la selección de ideas de productos y servicios.
- Expresar las ideas de productos o servicios por medio de palabras, ilustraciones bocetos y figuras que responden a las expectativas de la empresa y a los conceptos requeridos por el mercado.

- Aplicar las técnicas y métodos del proceso de selección.
- Aplicar las técnicas y métodos de evaluación de ideas.
- Segmentar el mercado desde el punto de vista de consumo de bienes y servicios
- Definir el ambiente de un mercado.
- Analizar las características económicas, de estabilidad política, comportamiento legal y cultural.
- Identificar las barreras de entrada tarifarias.
- Identificar las barreras no tarifarias:
- Identificar la extensión del territorio, ubicación, clima, temperatura, fronteras, infraestructura y sistemas de comunicación.
- Estudiar el nivel de desarrollo, la tendencia de crecimiento y los posibles tratados o acuerdos con otros mercados de regiones o países a nivel internacional.
- Proyectar la demanda de los productos o servicios que ofrece la empresa.
- Ubicar potenciales distribuidores de los productos o servicios a comercializar.
- Identificar las oportunidades comerciales de acuerdo con el plan de negocios de la compañía.
- Ubicar nuevos mercados y oportunidades de negocio.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Selecciona las ideas de producto que respondan a las necesidades del mercado en relación con el uso y beneficio del producto, 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.
- 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
- 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 entrada tarifarias y no tarifarias, que se ajusten a las necesidades y políticas de la organización.
- Analiza las características económicas, de estabilidad política, comportamiento legal y 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..
- 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 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.
- Identifica las barreras de entrada tarifarías y no tarifarías considerando una región o país como mercado potencial de los productos o servicios que sean de interés y se encuentren dentro 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.
- 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.



CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	**VERSION**	**DENOMINACION**
260101016	1	Planear actividades de mercadeo que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y a los objetivos de la empresa.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		200 horas

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
CODIGO	**DENOMINACIÓN**
26010101601	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.
26010101602	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.
26010101603	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.
26010101604	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.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- Macro ambiente: Entorno económico. El PIB: Rentas de capital, Evolución de los precios, Tasas de desempleo, Balanza de cuentas corrientes, Moneda, Reservas de divisas, Derechos y aranceles, Tasas de interés, Inflación, Balanza comercial, Nivel de endeudamiento
- Entorno geográfico e Infraestructura funcional del mercado:
- Ubicación y tamaño, Latitud, Fronteras, Vegetación, Longitud, Accesos, Puertos de entrada, Distancias
- Modos de transporte
- Sistema fluvial, Variaciones de clima, Topografía y orografía.
- Entorno cultural: Valoración idiomática, analfabetismo e instrucción
- Entorno político legal: Control de precios y cambios, Costo de créditos,
- Legislación económica y social Reglamentación y normatividad
- Tipos de información: Fuentes de información, Variables Concepto, Tipos, Tablas y gráficos, Diagnóstico, Concepto, Tipos, Partes del diagnóstico, Metodología para la elaboración de diagnóstico.
- Análisis de información. Herramientas de diagnóstico: DOFA, gerencia estratégica.

- Metaplán, NTC 1800, ISO 9000 – 2000.
- Análisis externo: Mercados, Competencia nacional e internacional, demanda y oferta, estructura de los sistemas de distribución, clima político, económico y social de los mercados
- Métodos y procedimientos para el análisis interno de la empresa:
- Estructura del endeudamiento, Rotación de capital, Liquidez, Rotación de stocks, Rentabilidad financiera y operativa, Costos y precios de los productos o servicios, Matrices de análisis del mercado, Segmentación del mercado, Características de la competencia.
- Normatividad y reglamentación comercial, Nivel de implicación de expansión a los mercados internacionales
- Políticas y objetivos corporativos
- Políticas, Misión, Visión, Objetivos organizacionales
- Concepto y tipos de planes
- Planeación estratégica, Técnicas y herramientas de planeación y programación
- Indicadores de gestión
- Métodos y procedimientos para la Programación de recursos
- Presupuestos
- Tipos de estrategias de mercadeo Actores del mercado
- Áreas funcionales de mercadeo
- Técnicas de control de acciones de mercadeo
- Oferta y demanda
- Tipos de Mercado
- Exportación. Agentes. Sucursales.
- Joint venture
- Licencias, franquicias
- Software para programación de estrategias
- Metodología del Marketing
- Management Simulation
- Proceso de control
- Características de los clientes y usuarios
- Ciclo de vida de los productos
- Niveles de requerimientos de consumidores y usuarios
- Índices, Indicadores y estándares de gestión de mercadeo
- Tipos de indicadores: variación, participación, evolución y crecimiento, Indicadores por unidad funcional
- Eficiencia, efectividad y eficacia
- Indicadores económicos y financieros del mercado.
- Tablas y gráficos, Indicadores nacionales e internacionales.
- Deflactación, Rentabilidad y Devaluación
- Proyección, regresión y correlación
- Fuentes de información secundaria
- Interpretación y análisis de datos
- Razones, proporciones y porcentajes
- Técnicas para el análisis de la información.
- Procesamiento de datos. Diferentes Software aplicados a la planeación de mercadeo.

- Técnicas para el manejo de base de datos
- Métodos Control y seguimiento de procesos.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Estudiar los entornos, previa elaboración del diagnóstico.
- Estructurar diagnósticos teniendo en cuenta las necesidades de las diferentes áreas funcionales y niveles en la organización.
- Preparar los diagnósticos que arrojen información cuantitativa y cualitativa de las variables que afectan el mercado.
- Formular los diagnósticos a partir de la información histórica y de las variables internas y externas que afectan a la organización y al entorno.
- Desarrollar diagnósticos que reflejen las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades de la empresa en el mercado.
- Analizar la empresa en el contexto mercadológico donde se sitúa.
- Definir los indicadores de gestión del plan estratégico.
- Formular las estrategias de mercado, analizando las barreras en cuanto a marcas, precios, lealtad de los clientes, dificultad de acceso a las materia primas, canales de distribución establecidos y subsidios o restricciones gubernamentales.
- Estudiar y definir la mezcla para penetrar los mercados tanto nacionales como internacionales.
- Formular el plan estratégico aplicando las técnicas y herramientas de diagnóstico y planeación Bmatrices y contiene la lista de estrategias posibles de penetración de mercados.
- Proponer el plan de acción teniendo en cuenta herramientas de control diseñadas para la verificación de su efectividad.
- Diseñar el plan que contemple acciones de contingencia de acuerdo con los resultados y objetivos de la empresa.
- Seleccionar los indicadores teniendo en cuenta las políticas y objetivos de la organización y necesidades del mercado.
- Definir los indicadores de gestión para medir el desarrollo de los productos y servicios durante las diversas etapas del ciclo de vida.
- Fijar los indicadores y estándares de gestión teniendo en cuenta el formato comercial del negocio, los procesos, las unidades, los tiempos, los costos e ingresos.
- Seleccionar las variables para establecer indicadores teniendo en cuenta la compatibilidad de relación y análisis.
- Medir en los indicadores la participación de la empresa en el mercado y la rentabilidad del capital invertido.
- Comparar lo presupuestado frente a lo realizado en las diferentes áreas de gestión del mercadeo a través de indicadores y estándares.
- Proyectar los indicadores y estándares de gestión de mercadeo con base en el análisis de los resultados anteriores y las fuentes de información existentes.
- Calcular los indicadores aplicando las técnicas y tecnologías existentes, y mediante gráficas y cuadros.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- 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 mercadólogicas y de planeación de acuerdo con los objetivos fijados por la empresa.
- 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.
- 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.
- 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.

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	**VERSION**	**DENOMINACION**
210101005	1	Dirigir el talento humano según necesidades de la organización.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		170horas

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
CODIGO	**DENOMINACIÓN**
21010100501	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 actividades de acuerdo con los objetivos, estrategias e indicadores de gestión según tiempos y recursos.
21010100502	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.
21010100503	Evaluar la gestión del talento humano a través de indicadores de gestión teniendo en cuenta el desarrollo de las funciones con relación a metas establecidas y tiempos gestión según niveles de rendimiento a partir de normas y procedimientos establecidos a nivel interno y externo.
21010100504	Analizar los resultados de la evaluación según metas organizacionales teniendo en cuenta las variables de gestión y áreas de rendimiento identificando las debilidades y fortalezas del talento humano según las técnicas establecidas.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- Objetivos, metas, estrategias y políticas organizacionales
- Principios y valores de la organización
- Dirección del talento humano. Conocimientos y competencias requeridas en cada cargo y función
- Perfil del talento humano. Políticas laborales
- Objetivos y estrategias en los procesos de aprovisionamiento, producción y distribución
- Funciones: tipos, resultados esperados en cada función
- Diagnósticos
- Planes de mejoramiento
- Deficiencias en el rendimiento
- Programación de actividades
- Recursos y medios requeridos para el desarrollo de las funciones
- Monitoreo y seguimiento del desarrollo de las actividades
- Empoderamiento
- Clima organizacional
- Manejo de la comunicación

- Toma de decisiones
- Trabajo en equipo
- Normas de seguridad y salud ocupacional
- Instrumentos de evaluación de rasgos y conductas
- Estándares de calidad en el desarrollo de los procesos
- Indicadores de gestión
- Áreas de rendimiento
- Variables de medición de rendimientos.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Programar el talento humano de acuerdo con las necesidades de las unidades de negocio
- Realizar el entrenamiento y la capacitación del talento humano teniendo en cuenta los principios y valores de la organización
- Dirigir el talento humano según actividades programadas, disponibilidad de tiempo y recursos
- Realizar planes de salud y seguridad ocupacional de acuerdo con las normas y políticas de la organización
- Estimular los buenos resultados del recurso humano reconociendo y retribuyendo su desempeño
- Evaluar las relaciones interpersonales y el comportamiento del talento humano
- Evaluar el comportamiento del talento humano, su sentido de pertenencia y su creatividad según el nivel de servicio establecido y los estándares de calidad
- Analizar la evaluación de la gestión de procesos, tareas y nivel de servicio, identificando las variables de gestión y áreas de rendimiento según lasa normas y procedimientos establecidas.
- Evaluar la creatividad y la toma de decisiones según indicadores de gestión.
- Evaluar la calidad del desarrollo de los procesos según normas y procedimientos
- Analizar los resultados de la gestión del recurso humano según metas organizacionales y técnicas de medición
- Verificar el cumplimiento del desarrollo del talento humano de acuerdo con las estrategias y los objetivos
- Medir el rendimiento del recurso de acuerdo con los indicadores de gestión y los objetivos, dentro de los periodos establecidos
- Identificar las debilidades y fortalezas del talento humano por medio de las técnicas establecidas.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Reconoce en detalle las necesidades de recursos humanos requerida 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.
- Plantea idóneamente planes y programas de entrenamiento y capacitación de acuerdo con las necesidades de desempeño de acuerdo con el diagnostico de las necesidades de capacitación y entrenamiento de la fuerza laboral y los principios y valores de la organización

- 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 los criterios para la asignación de salarios, planes de estímulos y recompensas para el recurso humano según las características principales de los diferentes enfoques en la administración de personal.
- Planifica adecuadamente las actividades inherentes a los cargos, durante un periodo de tiempo dado, mediante el uso del diagrama de GANTT y de los tableros de registro de acuerdo con las responsabilidades individuales o grupales.
- Identifica las áreas de rendimiento del recurso humano y las características actitudinales susceptibles de ser evaluadas para el diseño de las pruebas objetivos y proyectivas utilizadas en la organización que permitan monitorear y hacer seguimiento de acuerdo a las a las actividades programadas.
- Interpreta los resultados de las evaluaciones de desempeño de acuerdo con los estándares y normas de calidad e indicadores de gestión en las diferentes tareas, procesos y procedimientos analizando las variables de medición del rendimiento del talento humano.
- 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.

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	**VERSION**	**DENOMINACION**
210101001	2	favor las necesidades y requerimientos según el proceso o unidades de negocio.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		150horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	**DENOMINACIÓN**	
21010100101	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 servicios según los objetivos de la organización.	
21010100102	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.	
21010100103	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 pactada con los clientes, las técnicas contables y las normas legales vigentes.	
21010100104	Elaborar los diferentes tipos de presupuesto en forma manual y sistematizada de acuerdo con la definición del plan de necesidades de las áreas o unidades de negocio y las proyecciones de ingresos y egresos en los periodos establecidos de acuerdo con las políticas, monedas y tasas solicitadas por la organización.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
▪ Estructura organizacional de la empresa. ▪ Entorno económico ▪ Políticas y estrategias de gestión en la cadena de abastecimiento. ▪ Mercados: tipos, clases, Participación y evolución del sector. ▪ Concepto de oferta y demanda ▪ Factores determinantes de la oferta y la demanda ▪ Elasticidades de la oferta y la demanda ▪ Comportamiento del producto en el mercado ▪ Consumidor: Comportamiento, motivos y hábitos de compra ▪ Plan de Mercadeo ▪ Diagnóstico: Tipos, Oportunidades y amenazas. ▪ Técnicas de evaluación y calificación del impacto de la empresa en el mercado. ▪ Proyecciones: ▪ Estadística Básica, Tipos de proyecciones y/o métodos de la demanda, Paquetes estadísticos de las proyecciones ▪ Políticas de producción		

- Decisiones de producción de la empresa: Ingreso marginal y costo marginal frente a la producción.
- Variables del lote económico:
- Políticas de manejos de inventarios, Colaboración de la cadena de abastecimiento "CPFR"
- Modelos de proyección de stocks
- Tecnología de la empresa
- Presupuestos: Clasificación, tipos, históricos, Proyecciones
- Capacidad financiera de la organización.
- Recursos disponibles por la organización.
- Plan de requerimientos de las áreas o procesos.
- Ventas: Programa , Tipos
- Ingresos y Egresos
- Costos: Estructura, Técnicas de costeo ABC
- Estados financieros: Tipos, Interpretación
- Flujos de caja. Normas contables y legales
- Software contable
- Excel aplicado: Simulación y análisis de sensibilidad.
- Liquidación de precios en moneda extranjera y tasas de cambio.
- Técnicas de evaluación de proyectos: Tir, VPN, cae, B/c.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Identificar los tipos de mercados
- Analizar el comportamiento del mercado para determinar la oferta y demanda
- Evaluar el comportamiento de la empresa frente al mercado.
- Evaluar los datos históricos de las ventas
- Analizar las variables de la demanda y la oferta.
- Estimar la demanda y la oferta en cantidades físicas y monetarias
- Proyectar la oferta y la demanda en ingles y español según el mercado potencial, real, los inventarios, tipos de stock, ciclos de pedido
- Evaluar el comportamiento de la oferta y la demanda según variables
- Planear los presupuestos en español y en ingles a partir de las necesidades requeridas áreas o unidades de negocio
- Estructurar el presupuesto aplicando las técnicas y normas.
- Aplicar el software contable como medio de apoyo a la toma de decisiones para la elaboración del presupuesto.
- Elaborar informes de los resultados obtenidos en la aplicación del software contable que apoya el proceso de elaboración de presupuestos
- Valorar las variables de los presupuestos en ingles y español de acuerdo con las monedas y tasas solicitadas por la organización.
- Elaborar el presupuesto de necesidades y requerimientos de la organización.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- 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.
- Aplica herramientas de diagnostico 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 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.
- Estima la oferta y demanda en unidades físicas mediante la aplicación de diferentes técnicas de proyección de las variables relacionadas con el comportamiento del mercado.
- 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.
- Analiza los ingresos y egresos aplicando modelos de proyección de inventarios, costos y demanda para determinar la proyección de los flujos de caja.
- 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.
- Elabora con precisión los diferentes tipos de proyecciones mediante la simulación de presupuestos apoyados por la aplicación de software a partir de la interpretación de los estados financieros y de acuerdo con la definición del plan de necesidades de las áreas o unidades de negocio.

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	**VERSION**	**DENOMINACION**
260101001	2	Proyectar el mercado de acuerdo con el tipo de producto o servicio y características de los consumidores y usuarios.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		130horas

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
CODIGO	**DENOMINACIÓN**
26010100101	Realizar la segmentación a partir características psicográficas, demográficas, culturales, geográficas, psicológicos y socioeconómicas de cada estrato social combinando las variables 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.
26010100102	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.
26010100103	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.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- Concepto de oferta y demanda
- Estructura, estimación y proyección de la oferta y la demanda
- Elasticidad de oferta y demanda
- Factores internos y externos que afectan la oferta y la demanda
- Factores determinantes de la oferta y la demanda.
- Métodos de previsión de la demanda.
- Regresión y correlación.
- Tipos de productos y servicios.

- Análisis, estructura y tipificación del mercado y la competencia.
- Técnicas de proyección del mercado.
- Tipos de mercados. Software aplicado.
- Interpretación de índices.
- Pronósticos de ventas.Costos y precios de los productos o servicios.
- Motivos de compra.
- Oferta exportable.
- Benchmarking.
- Participación en el mercado.
- Proceso de segmentación. Criterios de segmentación.
- Mapas preceptúales.
- Procesos de segmentación:
- Micro segmentación, Macro segmentación. Segmentación transnacional.
- Segmentación internacional:
- Grupos de países homogéneos, Segmentos universales, Entorno cultural, demográfico y social del segmento objetivo.
- Las estrategias de segmentación de mercados:
- Estrategias de concentración, Estrategias multisegmentos.
- Estimación de media y total.
- Diseño la muestra: Sistemática,
- Estimación de media y tabla de números aleatorios.
- Tipos de Segmentos:
- Competidores, ganadores, Presionados, adoptados y tradicionales.
- Técnicas de segmentación.
- Población y muestra.Tipos y métodos de muestreo.
- Software aplicado.
- Políticas de segmentación de mercados.
- Criterios de segmentación clientes de consumo: Psicográficos, Geográficos, demográficos, estilo de vida, comportamiento de uso.
- Comportamiento de compra Nichos de Mercado.
- Perfiles del cliente.
- Criterios de segmentación del cliente:
- Demográficos, Operativos, comportamiento de compras, factores de ubicación.
- Aspectos a identificar en la Competencia:
- Productos, precios, sistemas de venta, sistemas de pago, publicidad, promoción, ubicación, organización.
- Fuentes de información primaria y secundaria.
- Técnicas establecidas para medir patrones de comportamiento de compra.
- Bases de datos
- Planimetría. Sistema de información geográfica SIG.
- Ingles técnico de características de población
- Error de muestreo
- Análisis clúster
- Naturaleza, concepto y tipos de precios
- Políticas, estrategias y tácticas de fijación de precios:
- Desnatar el mercado, penetración, liderato.

- Determinantes de la sensibilidad de precios.
- Función y componentes del precio
- Factores que inciden en la fijación de precios:
- Negociación de precios, descuentos, geográficos.
- Factores económicos, sociales, políticos, tecnológicos que inciden en la fijación de precios.
- Márgenes de contribución
- Métodos de fijación de precios: costo mas un plus, margen flexible, precios imitativos o según la competencia, precios experimentales, precios a través de la aplicación de descuentos y bonificaciones.
- Antidumping, antisubvención
- Barreras arancelarias y no arancelarias
- Sistemas de políticas de fijación de precios:
- Supervivencia, utilidad, rendimiento sobre la inversión, participación en el mercado, flujo de caja, status quo.
- Estrategia de precios de la competencia.
- Cláusulas de Compra y Venta
- INCOTERMS:
- Precio de Exportación Con queFábrica, FAS, FOB, CFR, CIF
- Estructura de costos dentro del precio.
- Métodos y estrategias de asignación y estimación de costos.
- Punto de equilibrio y análisis marginal
- Software para fijación de precios.
- Tipos de mercados.
- Descuentos y devoluciones.
- Características y componentes de productos y servicios.
- Etapas del ciclo de vida del producto o servicio y su relación con la política de precios.
- Canales de distribución.
- Técnicas de investigación para la fijación de precios.
- Objetivos en las estrategias de precios, beneficio, volumen, competencia.
- Tipos de precios: Penetración, sicológicos, simbólicos, impares, por líneas, profesionales, éticos, promociónales.
- Tipos de estrategias de fijación de precios:
- Precio mundial estándar, doble fijación de precios, método costo-plus, Método del costo marginal y Fijación de precio diferenciado por mercado.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Estimar la demanda y la oferta con base en cantidades físicas y monetarias de los productos para un lugar y periodo determinado.
- Proyectar las cantidades de oferta y la demanda teniendo en cuenta el mercado potencial, los inventarios y la capacidad de producción de la empresa.
- Tener en cuenta, los factores de crecimiento y evolución del sector, las políticas gubernamentales, el poder de la competencia y los volúmenes de productos sustitutos y complementarios para hacer pronósticos de la oferta y la demanda.
- Ajustar la oferta y la demanda a partir de la gestión de precios, las ofertas, el almacenamiento de productos y la colocación de los mismos.

- Calcular la oferta y la demanda aplicando las técnicas estadísticas y apoyadas con el software existente para este tipo de cálculo.
- Evaluar la demanda y oferta con base en la motivación, conductas y variables que inciden en la compra y venta de productos y servicios.
- Definir las cantidades de oferta y la demanda con base en la tendencia de ventas, los eventos y actividades especiales, la participación de la empresa y peso del producto o servicio en el mercado.
- Considerar los coeficientes de elasticidad para definir el comportamiento de la oferta y la demanda.
- Tomar como variables básicas en el cálculo la oferta, el costo de producción, el nivel tecnológico, la marca y el precio del bien y la competencia.
- Estimar la oferta exportable en cuanto al volumen susceptible de exportación, calidades, estacionalidades, envases, etiquetas y en general, todas las características del producto
- Determinar en la demanda, los elementos como el precio de los productos o servicios, el ingreso y egreso de los consumidores, el número de integrantes de cada sector de consumidores y los precios.
- Seleccionar la oferta exportable de los productos que no se exportan actualmente, pero que podría exportarse si se adaptan a los requerimientos, estándares, gustos y necesidades internacionales.
- Determinar el potencial de exportación, las dimensiones y características de la demanda y los canales de distribución, para segmentar el mercado e identificar potenciales compradores de los productos o servicios.
- Identificar las fuentes de información internas y externas previamente al proceso de segmentación.
- Considerar el número de habitantes, la distribución de la población por grupos de edad, el género y nivel de ingresos, la tasa de crecimiento y áreas de concentración en la segmentación del mercado.
- Dividir los países en grupos homogéneos con el fin de que las estrategias definidas sean válidas en distintos países por las similitudes económicas y culturales.
- Identificar los grupos de consumidores que posean las mismas expectativas de consumo en cada país seleccionado y los grupos de consumidores distintos en cada país a los que se pueda vender el mismo producto para seleccionar el mercado internacional.
- Dividir los segmentos seleccionados teniendo en cuenta el producto-mercado, en grupos de consumidores y usuarios homogéneos desde el punto de vista de las ventajas buscadas que aporta el producto y diferencian a la organización de las otras.
- Seleccionar los criterios de segmentación dependiendo de si se trata de segmentación de clientes de consumo o segmentación de clientes de inversión.
- Realizar la segmentación a partir de las características sicográficas, demográficas, culturales, geográficas, psicológicos y socioeconómicas de cada estrato social.
- Elegir los segmentos del mercado evaluando la intención de compra, el potencial actual y futuro y la competencia que existe en el mercado.
- Identificar en el marco muestral la base de datos de la población, los mapas, planos y fotografías de las áreas geográficas seleccionadas para la segmentación.
- Seleccionar los segmentos de mercado aplicando los métodos y técnicas de muestreo

y de acuerdo con los parámetros de confiabilidad establecidos por la empresa.

- Considerar la jerarquía de atributos que influyen en la preferencia de los consumidores y el sistema de valores al momento de elegir el producto o servicio para realizar la segmentación.
- Recopilar la información sobre comportamientos, relaciones de causalidad, tamaño de muestra para identificar el segmento objetivo.
- Seleccionar la política de fijación de precios en función de los objetivos de la empresa en cada mercado, la maximización de la utilidad y la participación en el mercado.
- Formular las cotizaciones nacionales e internacionales en función de los objetivos de la empresa y de las condiciones del mercado y la competencia.
- Evaluar los tipos de cambio, las restricciones legales y aduaneras, el antidumping y antisubvención y el transporte para definir los precios.
- Determinar los precios con base en el análisis de la oferta, la demanda, el posicionamiento del producto o servicio y las estrategias de la competencia.
- Calcular los precios a partir de los costos, ingresos, punto de equilibrio y márgenes de rentabilidad
- Fijar los precios de acuerdo con el tipo de mercado, clientes, productos, el poder de compra, la amistad, y otros factores.
- Fijar los precios de los productos y servicios aplicando las estrategias y tácticas de fijación de precios y teniendo en cuenta el tipo de producto o servicio, el cliente y el mercado.
- Fijar los precios con base en el tipo de canal y los acuerdos establecidos y pactados.
- Fijar los precios aplicando los métodos, técnicas, tecnologías y estrategias existentes para la fijación de precios.
- Establecer los rangos de precios con base en los costos de producción y distribución, acceso al canal, márgenes de intermediación, sistema de pago, nivel de competencia, satisfacción de la demanda. Y objetivos de ventas.
- Actualizar las listas de precios dentro de los tiempos establecidos por la organización y las condiciones del mercado.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Realiza la segmentación a partir características psicográficas, demográficas, culturales, geográficas, psicológicos 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.
- Recopila la información sobre comportamiento, relaciones de causalidad, tamaño de muestra son recopiladas para base de datos de población por edades, mapas, planos, fotografías con el fin de seleccionar el segmento objetivo, teniendo en cuenta los objetivos de la empresa.
- 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 en cuenta las políticas de la empresa.
- 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.

- 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.
- Determinar 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 en cuenta los parámetros del mercado y los establecidos por la empresa.



CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	**VERSION**	**DENOMINACION**
260101027	1	Procesar información recolectada de acuerdo con los manuales de manejo de información.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		140horas

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
CODIGO	**DENOMINACIÓN**
26010102701	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.
26010102702	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 al plan esquema básico de publicación de resultados.
26010102703	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.
26010102704	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.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- Marco referencial de la investigación
- Características y contenidos de las preguntas
- Tipos de datos. Cuantitativos y cualitativos
- factores y variables
- Normas internacionales de codificación
- Organización adecuada de los códigos asignados a las diferentes respuestas
- Proceso de codificación: Técnicas, métodos y normas internacionales.
- Software aplicado.
- Bases de datos
- Lista de claves
- Tabulación: Planeación, proceso y tipos
- Amplitud, Número, Marca de clase
- Frecuencias. Frecuencias relativas. Frecuencias acumuladas, absolutas
- Manejo de hardware. Software aplicado al registro de información
- Problemas y objetivos de investigación.
- Normas ICONTEC
- Formatos y tablas para registro de información.
- Tipos de información
- Inglés aplicado al manejo estadístico de datos y software aplicado.

- El entorno del software
- Archivos, comandos, ficheros
- Términos estadísticos
- Elementos del computador. El entorno de mercadeo. El entorno del software
- Lógica matemática:
- Conceptos básicos, Conectores lógicos, Tablas de verdad, Argumentos válidos, bEstructuras lógicas, Relaciones, Funciones, Tipos de funciones.
- Aplicar las medidas de tendencia central y de dispersión a los datos obtenidos para verificar la confiabilidad de los resultados.
- Segmentar la información de acuerdo con los requerimientos del mercado
- Resumir la información de manera que permita observar las verdaderas características de los datos.
- Interpretar las medidas de tendencia de manera clara y objetiva.
- Filtrar los datos recogidos de acuerdo con el problema y objetivos de investigación.
- Procesar y depurar la información a tabular de modo que presente amplitud y profundidad de contenidos.
- Precisar la dispersión o variabilidad de los datos cuantitativamente
- Métodos de análisis:
- Pruebas de hipótesis, Método de análisis univariado, Método de análisis multivariado
- Categorización de procedimientos:
- Coeficiente correlación ordinal estándar o de Pearson, Relación entre dos variables ordinales, Relación entre dos variables nominales
- Indicadores de evaluación estadísticas:
- Distribución Chi Cuadrado, Coeficiente de contingencia, Distribución F
- Análisis de varianza (ANOVA)
- Análisis factorial:
- Análisis factorial de la varianza, Grupos de datos
- Descomposición de las sumas de cuadrado:
- Interacción y razones F.
- Serie de tiempo e índices:
- Componentes de la serie, Tendencias, Estacionalidad, Suavización exponencial, Promedios móviles, Índices simples, Índices agregados, Índices ponderados, Índices específicos.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Organizar, revisar y clasificar los datos recogidos de acuerdo con las variables y parámetros requeridos en las diversas investigaciones.
- Ordenar la información utilizando fichas, carpetas u ordenadores.
- Asignar la numeración de los formularios de estudio y los códigos a las respuestas de los diferentes ítems.
- Definir los códigos para cada categoría de respuesta y sus correspondientes rangos.
- Asignar los códigos que respondan a catálogos específicos o a los listados establecidos para este fin.
- Procesar y depurar la información en amplitud y profundidad de contenidos
- Tabular y procesar la información utilizando los equipos y software especializados para tal fin y acorde al desarrollo tecnológico.

- Tabular la información acorde al plan esquema básico de publicación de resultados.
- Sintetizar los resultados y decidir sobre el esquema básico de publicación de los mismos.
- Depurar y procesar los datos recogidos de acuerdo con el problema y objetivos de investigación.
- Registrar la información en forma organizada dentro del tiempo establecido según el plan de investigación y los resultados obtenidos.
- Aplicar software requerido para el registro de información.
- Redactar argumentos sostenidos en estructuras lógicas.
- Utilizar los conectores lógicos para expresar el sentido pretendido.
- Calcular los indicadores estadísticos utilizando los programas existentes para tal fin.
- Analizar las variables dependiendo del tipo de escala con que se han medido.
- Aplicar las medias de tendencia central y de dispersión son aplicadas a los datos obtenidos para verificar la confiabilidad de los resultados.
- Describir la asociación entre variables mediante la aplicación del cociente de contingencia, la estadística del Chi cuadrado o el coeficiente de contingencia.
- Proyectar los datos cuantitativos aplicando las técnicas proyectivas.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Clasifica los ítems en categorías mediante la escala e instrumento apropiado considerando su validez, confiabilidad y factibilidad y teniendo en cuenta la asignación de códigos a factores y variables según la naturaleza de los datos.
- 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.
- Construye variables de forma lógica a partir de las ya existentes mediante la aplicación de conectores lógicos y argumentos validos dentro del contexto de la lógica matemática para analizar la información.
- Aplica el idioma ingles y español apoyado en la interpretación del software estadístico software estadístico y en la generación de documentos y archivos teniendo en cuenta los requerimientos de la organización.
- Fracciona la información considerando el comportamiento de las variables cuantitativas según la medida de tendencia central requerida para el análisis de la investigación.
- 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.

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA

CODIGO	VERSION	DENOMINACION
260101004	1	Desarrollar los canales de distribución a partir del mercado, idiosincrasia, cultura y necesidades de los clientes.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		150horas

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
CODIGO	**DENOMINACIÓN**
26010100401	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 siguiendo procedimientos en la revisión del informe de acuerdo con la mezcla de productos y las políticas de la organización.
26010100402	Evaluar la intensidad de los canales de distribución elegidos, las funciones esperadas de los intermediarios, las fortalezas y debilidades, el cumplimiento en los pagos, la evaluación de precios y el respeto en los acuerdos definidos en cada canal de comercialización, las líneas de distribución con base en los lineamientos generales de operación y plan estratégico diseñado por la organización.
26010100403	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.
26010100404	Definir el número de aciertos y errores en el sistema de distribución y venta a partir de los hábitos de compra de los consumidores, la naturaleza de los productos, transporte teniendo en cuenta los factores ambientales, condiciones económicas, comerciales, geográficas y legales de los productos y servicios a distribuir de acuerdo con las estrategias promocionales de la organización.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- Objetivos y políticas de la distribución
- Tipos de distribución, Extensiva, Intensiva, Selectiva, Exclusiva.
- Sistemas de distribución:
- Concentración, Especialización, Diversificación, Formatos comerciales, Factores que influyen en la distribución, Aspectos técnicos y legales de la distribución, Diseño de la estructura de distribución.
- Tipos de canales: Convencional e independiente, Directos e indirectos
- Sistemas de distribución física:
- Sistemas de escalones, Sistemas directos, Sistemas combinados.
- Cobertura de mercado

- Distribución comercial
- Técnicas de programación. El número de escalones de la red de distribución
- El número de elementos del escalón
- Formas de entrada a los mercados exteriores:
- Exportación indirecta, Intermediarios independientes, Tradings, Exportación directa:
- Venta directa, Agentes y distribuidores, Subsidiarias de venta.
- Exportación concertada: Piggyback, Consorcios de exportación Joint-Ventures AEIE,
- Franquicias, Alianzas estratégicas
- Producción en mercados exteriores:
- Contrato de fabricación, Licencia de fabricación, Establecimiento de centros de producción.
- Canales de distribución: Funciones, Características
- Tipos de canales
- Propiedades o atributos de los productos:
- Carácter perecedero, Volumen,
- Tipos de intermediarios
- Administración de los canales de distribución. Aspectos legales en la distribución de productos. Cobertura extensiva o intensiva de la distribución
- Métodos de selección de canales
- Puntuación de criterios ponderados
- Orden por preferencia jerárquica.
- Análisis multicriterios.
- Comercialización Al por mayor, Al por menor,
- Características de clientes: Número, Ubicación geográfica.
- Frecuencia de compras.Cantidades.
- Receptividad a los diversos métodos de ventas.
- Grado de estandarización. Exigencias del servicio.
- El valor por unidad.
- Sistemas de distribución. Perfil del distribuidor. Estructura de los canales.
- Sistemas de control de distribución.
- Canales propios y ajenos, Franquicias
- Las barreras de entrada al canal.
- Agentes de la distribución comercial.Distribución mayorista. Distribución minorista.
- Establecimientos comerciales.Centros comerciales.
- Comercio especializado. Establecimientos de descuento. Franquicias
- Modelos internacionales de distribución. Bloques económicos.
- Tipos de distribución: Directa o indirecta.
- Cobertura de mercado.
- Estructuras verticales y horizontales.
- Naturaleza de la distribución. Canales de distribución.Funciones y flujos de la distribución.
- Tipos de estrategias.
- Estrategias de presión push. Estrategias de comunicación. Estrategias de marcas de distribuidor. Estrategias tipo pull.
- Líneas de distribución.
- Empresa. Distribuidor, Minorista. Punto de venta.

- Tipo de productos según la compra.
- Corriente, Reflexionada, Especialidad No buscados.
- Manual de distribución.
- Normas ISO en la distribución.Análisis DOFA.
- Comercio asociado. Asociaciones o cooperativas de consumidores.
- Cadenas voluntarias.Las centrales de compra.
- Las franquicias.
- Indicadores de gestión.
- Variables básicas.
- Frecuencia y regularidad de compra del canal.
- Los tipos de venta empleados por el canal.
- Modelo económico de rentabilidad de la empresa comercial.
- Factores determinantes de la rentabilidad.
- Eficiencia directiva.Eficiencia efectiva del canal.
- Estándares de rendimiento de un canal.
- Las ventas por metro cuadrado, por empleado, por establecimiento.
- el margen, la rotación del inventario y la rentabilidad.
- Redes de distribución.
- Lead time total.
- Cadena de abastecimiento.
- Justo a tiempo.
- Características del manejo de objetos.
- Energía e información.
- Tipos de demanda.
- Estrategias globales de la organización
- Los factores climáticos y geográficos.Aspectos culturales y sociales. Modelos del diseño, Geografía.
- Centros de distribución internacional.Análisis gráfico de flujo de bienes y servicios.
- Energía e información.Nivel de servicio de los clientes.
- Sistemas de seguridad computarizados.Cibernética de la organización.
- Costos y distancias entre los eslabones de la cadena productiva.
- Tecnologías de Información EDI, VAN- Value Added Network- red valor agregado.
- Regulaciones de la logística global y acuerdos.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Analizar la misión, objetivos, estrategias y variables de mercadeo para fijar las políticas del sistema de distribución de la organización.
- Determinar el sistema de distribución con base en los niveles de distribución que separan al productor del consumidor o usuario y al tamaño del mercado.
- Definir el sistema de distribución a partir de la evaluación de los factores ambientales, las condiciones económicas, comerciales y legales y los productos y servicios a distribuir.
- Definir el sistema de distribución y venta a partir de los hábitos de compra de los consumidores, el tipo de empresa, la naturaleza de los productos o servicios y el tipo de distribuidor.
- Seleccionar el sistema de distribución considerando los sistemas de producción y

marketing y los factores de entrega y costo de los productos o servicios.

- Seleccionar el sistema de distribución con base en el mercado objetivo, los canales, el ciclo de vida del producto y la estrategia promocional de la organización.
- Proyectar el sistema de distribución y venta considerando los factores que influyen en la demanda, la evolución y oportunidades del mercado y la capacidad financiera de la empresa.
- Establecer el sistema de la distribución teniendo en cuenta la forma de entrega del producto, el costo, el tiempo, el lugar y el nivel programado de servicio al cliente.
- Elaborar el plan de distribución teniendo en cuenta el potencial de la demanda, las fechas y eventos especiales, los cambios geográficos, el desarrollo de nuevos productos, el transporte, la tecnología, la competencia y los canales de distribución.
- Elaborar el plan de distribución indicando el tiempo y el número de distribuidores de acuerdo con el producto en exhibición y venta.
- Definir el número de elementos por escalón de acuerdo con las estrategias de Cobertura del Mercado.
- Considerar las variables de riesgo, compromiso y ayuda a la hora de elegir el medio de distribución para ingresar a una región o país seleccionado.
- Elegir el medio de distribución para introducirse en los mercados a partir del análisis de riesgo económico, compromiso, compromiso de recursos y ayuda de los organismos públicos.
- Clasificar los canales con base en su magnitud, metas de participación en el segmento del mercado, cobertura, capacidad financiera, combinación o mezcla de productos y experiencia en distribución.
- Clasificar los canales teniendo en cuenta su tamaño, volumen de ventas, comportamiento de la demanda, nivel de servicio, esfuerzo profesional y desarrollo técnico.
- Considerar el lugar de venta del producto, la incompatibilidad, los márgenes comerciales de los distintos canales y las barreras de entrada para la selección de los canales.
- Analizar la estructura del canal en cuanto a vendedores, logística, cubrimiento, alcance, fortaleza económica y tradición en el mercado a la hora de definir el canal.
- Definir los canales de comercialización y las líneas de distribución de acuerdo con los lineamientos generales de operación y el plan estratégico de mercadeo.
- Seleccionar los canales a partir de las características del mercado objetivo.
- Evaluar la intensidad de distribución, las funciones esperadas de los intermediarios y las fortalezas y debilidades de los mismos previos la selección del canal.
- Elegir los canales de distribución de acuerdo con la oportunidad de los pedidos, el cumplimiento en los pagos, la evaluación de precios, y el respeto en los acuerdos.
- Designar los canales teniendo en cuenta las políticas de precio, los términos y condiciones de venta, los derechos territoriales, los niveles de responsabilidad y los acuerdos comerciales con clientes.
- Analizar los nombres de los compradores e importadores de productos, su organización en cuanto a número de vendedores, cantidad y tipo de puntos de venta, zona geográfica abarcada y servicios post-venta, previa la selección del canal.
- Determinar las políticas y estrategias de distribución de acuerdo con el tipo de canal, el tipo de mercado, el tipo de distribuir y el sistema de distribución.

- Establecer estrategias relacionadas con el flujo de distribución, exhibición y venta de productos o servicios, teniendo en cuenta los proveedores y la competencia.
- Seleccionar las estrategias de distribución a implementar, a partir de las necesidades del cliente, el ámbito cultural, la plaza y los medios a través de los cuales el cliente accede al producto.
- Analizar los costos de distribución y el desempeño y rendimiento del canal para la implementación de las estrategias de distribución.
- Implementar las estrategias de distribución y penetración teniendo en cuenta las características de los productos o servicios, su tecnología, tipo de empaque, precio y fletes.
- Establecer los estándares teniendo en cuenta el número de pedidos, la cantidad de unidades compradas, el espacio de venta por metro cuadrado, la rotación de pedidos, el número de devoluciones y las averías de producto por cada canal en un tiempo determinado.
- Definir los estándares de acuerdo con el número de visitas efectivas, la participación y crecimiento en el mercado, la concentración de clientes y el tipo de canal.
- Fijar estándares con base en los volúmenes de ventas, la rotación de cartera, los costos de intermediación y los fletes.
- Calcular los estándares aplicando los procedimientos técnicos y tecnológicos existentes.
- Definir la red geográfica según las vías de acceso existentes y servicios disponibles a nivel interno y externo de la organización.
- Definir la red geográfica según tiempos, costos y distancias de los diferentes clientes y centros o unidades de negocio.
- Definir la red de acuerdo los puntos de origen y destino de los bienes e información y las rutas críticas.
- Definir la red según las tecnologías informáticas y las transacciones entre la cadena de abastecimiento y la demanda.
- Diseñar la red geográfica según los canales de distribución y los clientes.
- Analizar la estructura de la red teniendo en cuenta los aspectos climáticos, geográficos y socio culturales.
- Definir la estructura de la red de acuerdo con las necesidades de cada área de trabajo, que a su vez se subdividen de manera específica en cada uno de los departamentos.
- Fundamentar la estructura de la red del sistema de información sobre las características específicas de la organización y el entorno tecnológico, político, sociológico, jurídico o reglamentario.
- Estructurar la red de acuerdo con los indicadores de gestión y rentabilidad y estrategias globales de la organización.
- Estructurar la red a partir de la tecnología, los procesos y la información requerida en cada uno de los eslabones de la cadena productiva.
- Definir la estructura de la red teniendo en cuenta los acuerdos internacionales y normas frente al tránsito de flujo de bienes, energía e información.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- 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.
- Evalúa la intensidad de distribución, las funciones esperadas de los intermediarios, las fortalezas y debilidades de los mismos. Los canales de distribución son elegidos de acuerdo con la frecuencia en los pedidos, el cumplimiento en los pagos, la evaluación de precios y el respeto en los acuerdos.
- Define los canales de comercialización y las líneas de distribución con base en los lineamientos generales de operación y plan estratégico de mercadeo.
- Implementa las políticas y estrategias de distribución de acuerdo con el plan de mercadeo.
- 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 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, tipo de empaques, precio, fletes, tiempos para la distribución y penetración.
- 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.
- Define el número de aciertos y errores en el sistema de distribución y venta a partir de los hábitos de compra de los consumidores, el tipo de empresa, la naturaleza de los productos o servicios distribuidor de acuerdo con las políticas establecidas por la organización.
- Evalúa los sistemas de distribución teniendo en cuenta los factores ambientales, las condiciones económicas, comerciales y legales de los productos y servicios a distribuir.
- 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 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

- 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.
- 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.



CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA

CODIGO	VERSION	DENOMINACION
210301029	1	Analizar los resultados contables y financieros según los criterios de evaluación establecidos por la organización.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		140horas

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CODIGO	DENOMINACIÓN
21030102901	Analizar e interpretar la información de los procesos contables y financieros de acuerdo con la política de la organización.
21030102902	Identificar e investigar las causas y sus correspondientes soluciones a los problemas contables y financieros, de acuerdo con las normas de control interno y financieras.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- Políticas y teorías económicas modernas y actualizadas: definición, objetivo, alcance, impacto, normatividad, ventajas, desventajas, entes ejecutores, prospectiva.
- Políticas y estructuras organizacionales: empresa, clasificación de empresa, definición de la política, implementación y control
- Análisis del entorno económico-empresarial: variables, tipos de variables, agregados económicos, PIB,
- Análisis de tendencias del mercado: Definición de mercado, tipos de mercado, oferta, demanda, equilibrio de mercado.
- Normas legales vigentes: Registro mercantil, afiliación a la seguridad social de los trabajadores, licencia de funcionamiento e inscripción al registro único tributario.
- Normas de control interno: normatividad ISO y sistemas de gestión de calidad de la organización.
- Administración financiera: interpretación de los principios contables, ingeniería económica.
- Manejo de Software financiero: Simuladores financieros.
- Análisis financiero: Análisis vertical, horizontal, punto de equilibrio y flujos de caja.
- Indicadores económicos y financieros aplicables a la organización: Tipos de cambio, tasa representativa del mercado, indicadores de bolsas de valores, indicadores de liquidez, endeudamiento y actividad económica.
- Toma de decisiones: Método científico, árbol de problemas, matriz de Vester, óptimo de Pareto, diagramas de espina de pescado, gráficos de control.
- Ética y moral: Valores, ética empresarial, liderazgo, motivación.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Identificar los problemas financieros, de acuerdo con las conclusiones de la interpretación.
- Investigar y determinar las causas de los problemas de acuerdo con el entorno y las políticas institucionales.
- Re expresar la información de acuerdo a los indicadores de inflación y devaluación.
- Calcular, agrupar, comparar y analizar los indicadores, con base en los criterios

establecidos por la organización.
- Concluir y explicar la información de acuerdo a los criterios establecidos por la organización.
- Proponer soluciones de acuerdo con principios éticos y profesionales.
- Plantear las soluciones y correcciones, teniendo en cuenta las alternativas financieras y económicas.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Contextualiza las causas de la problemática financiera de acuerdo con el entorno y las políticas de la organización.
- Interpreta los indicadores, con base en la información contable y financiera y su comportamiento frente a los indicadores de inflación y evaluación.
- Proponer alternativas de solución y correcciones financieras y económicas a partir del análisis de la información y los criterios establecidos por la organización de acuerdo con principios éticos y profesionales.

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	**VERSION**	**DENOMINACION**
210101008	3	Costear la cadena de aprovisionamiento, distribución y transporte de acuerdo con los objetivos y estrategias del plan logístico.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		120horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	**DENOMINACIÓN**	
21010100801	Evaluar los costos logísticos por unidades de proceso que intervienen en los eslabones de la cadena con el fin de definir la estructura de costos logísticos en la distribución física internacional según estrategias e indicadores de gestión.	
21010100802	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.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		

- Identidad corporativa
- Planeación Organizacional
- Supply Chain - procesos logísticos
- Cadena de abastecimiento
- Benchmarking nacional e internacional

Mediciones básicas:
Análisis estadístico, Relación costo beneficio, Conversiones matemáticas

- Unitarización de la carga
- Embalajes
- Factor de estiba
- Tipos de Costeo
- Costos basados en actividad

(costos ABC)

- Administración por categorías
- Costos financieros. Costos: tipos, por áreas y ocultos.
- Análisis financiero
- Devaluación. Reevaluación
- Tasas de cambio. Tasas y tipos de interés
- Inflación
- Icoterms. Costos Incoterms
- Sistema monetario internacional. Índice financiero internacional
- NASDAQ. DOW JONES
- Tipos de mercados financieros internacionales: Libre, Futuros, Opciones, Tradicionales, Nuevos

Fuentes de financiación:

- Mercado de capitales, Fondos internos y externos, Factor riesgo
- Negociación internacional: Formas, Plan estratégico y Objetivos.
- Políticas gubernamentales y comerciales
- Comercio exterior
- Procesos de exportación e importación
- Modos de Transporte: Elección del servicio y Rutas o recorridos
- Indicadores de gestión logística: de servicio, de gestión de inventarios, de transporte
- Regulaciones: aduaneras, nacionales e internacionales, sanitaria, narcóticas
- Impuestos. Seguros y fletes

Aspectos financieros:

- Formas de pago internacional, Giros directos.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Analizar en la cadena logística el costeo A B C.
- Consultar en la cadena logística de la organización la posibilidad de implementar costeo ABC
- Analizar la cadena según estudios comparativos de las estrategias utilizadas por las diferentes empresas
- Examinar en la estructura de costos las diferentes monedas y tasas de cambio
- Identificar y clasificar los costos según los procesos y unidades de negocio.
- Contemplar los costos generados en la cadena de abastecimiento según la forma de negociación internacional
- Considerar en la cadena de la D.F.I. los impuestos, tramites aduaneros, seguros y fletes, iconterms según regulaciones nacionales e internacionales
- Incluir en la estructura de costos de la cadena las diferentes regulaciones aduaneras a nivel nacional e internacional
- Estimar el costeo de la cadena logística teniendo en cuenta los medios y modos de transporte seleccionados
- Calcular los costos con base en las mediciones anteriores y en los tiempos de los procesos de aprovisionamiento, producción y distribución
- Analizar los mercados financieros según objetivos y estrategias de negociación
- Analizar el comportamiento de los sistemas financieros y monetarios de acuerdo al movimiento del mercado internacional a corto, mediano y largo plazo
- Analizar en los sistemas financieros y monetarios la devaluación y revaluación de la moneda nacional frente a las extranjeras
- Evaluar los instrumentos y formas de pago internacional según los objetivos de la negociación.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Analiza los componentes de los costos logísticos por unidades de negocio y el comportamiento financiero de las tasas de cambio e interés, impuestos, tramites aduaneros, seguros y fletes que afectan la D.F.I en la cadena logística de la organización.
- Define los costos de Distribución Física mediante la implementación del método apropiado según la confrontación de las estrategias relacionadas con las operaciones logísticas de la empresa y frente a las de la competencia de acuerdo con los

indicadores de gestión establecidos por la organización.

- 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 sus 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 objetivos de la negociación.
- 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.

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	**VERSION**	**DENOMINACION**
260101021	3	Realizar negociaciones de productos y servicios según condiciones del mercado, objetivos de la empresa y normatividad vigente.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		180horas

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
CODIGO	**DENOMINACIÓN**
26010102101	Observar el proceso de acuerdo con la estrategia utilizada, apoyando la presentación de los productos y servicios con el uso de catálogos, muestras, degustaciones, 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.
26010102102	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.
26010102103	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 establecidas por la organización.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- Características del mercado
- Tipos de clientes: Personas , empresas
- Perfiles de clientes.
- Acciones de prospecting.
- Medios de apoyo en la presentación :Manuales, Catálogos, Plegables, Folletos, Demostraciones
- La venta.
- Tipos de decisiones de compra: Limitada, extensiva, rutinaria.
- Fases de la venta:
- Fases de la venta 1 (Presentación, Atención, Interés), Fases de la venta 2 (Deseo, Oferta, Cierre/No cierre), Fases de la venta 3 (Posventa, seguimiento).
- Sistemas de ventas: Por áreas geográficas, Por productos, Por clientes, Mixtas.
- Leyes que rigen el comercio presencial y electrónico
- Software de apoyo a la gestión de ventas
- Técnicas de venta. Técnicas de resolución de conflictos. Técnicas de persuasión
- Técnicas de prospectación. Técnicas para el manejo de objeciones. Técnicas de cierre

- Negociaciones: B2B, B2C, C2C, C2B, B2G.
- Plan de argumentación de objeciones.
- Tipos de preguntas
- Problema, implicación, ganancia
- Técnicas para el manejo de respuestas y reacciones de los clientes
- Técnicas de acercamiento y cuestionamiento.Técnicas de planteamiento psicocibernética o Técnica de simulación cerebral.
- Técnicas de expresión oral y escrita
- La comunicación: Verbal y no verbal, Barreras en la comunicación.
- Factores Psicológicos, Factores Sociológicos, Factores ambientales, Factores técnicos.
- Relaciones humanas: Técnicas, Relaciones interpersonales, Auto imagen, Comunicación.
- Proceso de negociación. Clases de negociación, Relaciones entre los diversos actores de la negociación.Relaciones entre fabricantes y distribuidores:
- Trade Marketing, Customer Relatión Ship Management
- Canales y estrategias de ventas y distribución:
- Venta personal, venta directa, e-commerce, Tele venta, Venta por catálogo, venta de correo
- Acuerdos comerciales: Concepto, Características, Usos
- Tipos de acuerdos comerciales:
- Concesión, Franquicia, En depósito, A término fijo, Comisión, Sociedades de intermediaciones, Negociaciones: B2B, B2C, C2C, C2B, B2G, Formas de pago y plazos, gastos de envió, Tasas de cambio, Depreciación monetaria, Inflación, reevaluación, Tasas de interés.
- Internacional: Libor, prime rate, spread.
- Beneficios en la negociación:
- Garantías, Descuentos, Servicio post venta
- Riesgos en la negociación:
- Restricciones, Validez de la oferta, Permanencia en el mercado, Condiciones de tiempo y devolución.
- Partes de un contrato.Tipos de contratos
- Elementos de un contrato comercial:
- Cláusulas de un contrato comercial relacionadas con: Derechos y obligaciones de las partes,
- Normas y reglamentación.
- Riesgos de compra y venta de los productos.
- Normas cambiarias y de comercio Nacional e Internacional.
- Cartas de crédito. Pólizas de cumplimiento,
- Manuales de envío:
- Nacionales e Internacionales.
- Entidades reguladoras: Cámaras de comercio, Ministerios, Embajadas
- Bancos, Gremios, tipos de negociador, modelo Harvard de la negociación.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Contactar a clientes potenciales que poseen el perfil.
- Presentar a los clientes los beneficios y características de los productos y servicios

apoyados con el uso de catálogos, manuales, programas o navegadores
- Describir las características intrínsecas y extrínsecas de los productos o servicios.
- Respaldar mediante certificación del productor la información sobre el producto o servicio a presentar.
- Plantear la información sobre garantías y servicio postventa para los productos adquiridos.
- Informar a los clientes sobre disponibilidad y condiciones de entrega
- Determinar el escenario físico y de comunicación para la presentación y demostración de productos o servicios
- Preparar estrategias de presentación de productos y servicios
- Reforzar la información sobre los productos y servicios con demostraciones, muestras, degustaciones y exhibiciones.
- Identificar motivaciones , objetivos e intereses de las partes
- Interpretar el interés y decisión de compra por parte del cliente
- Aplicar estrategias de venta y negociación
- Estructurar la argumentación frente a las preguntas y objeciones
- Escuchar preguntas y objeciones de los clientes
- Manejar las situaciones embarazosas o de riesgo generadas durante la venta
- Lograr la partición activa y convicción del cliente
- Realizar las negociaciones a través del medio de comunicación establecido por la organización
- Cerrar la venta según acuerdo entre las partes
- Identificar los acuerdos entre productores, proveedores, distribuidores y clientes
- Determinar condiciones de intermediación.
- Establecer los términos de la negociación de acuerdo con políticas y marco legal.
- Plantear condiciones comerciales de negociación al cliente.
- Formular beneficios y riesgos en la negociación.
- Acordar términos de negociación.
- Identificar los instrumentos de carácter legal y contractual.
- Legalizar condiciones y términos de negociación.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- 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 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.
- Presenta los productos y servicios con el apoyo de catálogos, manuales, programas o navegadores con gráficos y animaciones de acuerdo con las necesidades y políticas de 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.
- 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.

- Informa sobre garantías y servicio post venta aplicados de acuerdo con los productos y servicios adquiridos, con base en la política de servicio establecidas por la organización.
- 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.
- 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.
- Acuerda términos de negociación y condiciones comerciales, teniendo en cuenta la legislación comercial los términos de negociación de acuerdo con las políticas y parámetros fijados por la organización.
- Identifica los procedimientos y 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.
- 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.

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	**VERSION**	**DENOMINACION**
210101016	2	Diligenciar los documentos según normas y procedimientos establecidos a nivel interno y externo.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		140horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	**DENOMINACIÓN**	
21010101601	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 sanitario, fitosanitarios, ambientales y de calidad, de acuerdo con la normas legales vigentes, para la selección de proveedores exigidos por la empresa.	
21010101602	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.	
21010101603	Registrar los exportadores ante el organismo respectivo de acuerdo con las normas legales tramitando los documentos según especificaciones dentro del periodo señalado para entregarlos a la unidad de negocio para el proceso respectivo, de acuerdo con los requisitos exigidos por la empresa.	
21010101604	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.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
▪ Normas legales de trámite de documentos. ▪ Registros o licencias de importación. ▪ Normatividad. ▪ Documentos comerciales. Certificado de constitución y gerencia. ▪ Facturas cambiarias. ▪ Inglés técnico. ▪ Declaraciones de cambio.		

- Proceso administrativo de documentos.
- Códigos de barras.
- Trámites de registro de importación.Normas Operativas.Orden procedimental.
- Estrategias de ubicación de la información.
- Facturas comerciales cambiarias: Concepto, Normatividad.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Tramitar los documentos según el proceso de flujo de bienes y servicios.
- Solicitar los documentos ante los organismos autorizados.
- Diligenciar los documentos en su totalidad teniendo en cuenta normas legales, comerciales y técnicas de la organización.
- Tramitar los documentos según especificaciones.
- Tramitar los documentos siguiendo los procedimientos administrativos de las diferentes organizaciones.
- Verificar y digitar los documentos con exactitud según la técnica o método señalado.
- Diligenciar los documentos de acuerdo con las normas vigentes de comercio exterior.
- Registrar los exportadores ante el organismo respectivo.
- Tramitar y entregar los documentos en un periodo señalado al proceso o negocio respectivo.
- Legalizar los documentos ante los entes respectivos según el proceso señalado a nivel interno y externo.
- Verificar los documentos requeridos en las exportaciones e importaciones según los procesos y requisitos.
- Observar el cumplimiento de los requisitos legales, como patentes, INVIMA, normas dama, el ICONTEC para la selección del proveedor y los productos.
- Contrastar el certificado de constitución y gerencia de acuerdo con los requisitos comerciales y jurídicos exigidos por la empresa.
- Verificar y evaluar los antecedentes comerciales, para la selección del proveedor de acuerdo con las referencias comerciales solicitadas y jurídicos exigidos por la empresa
- Confirmar que las facturas de la empresa cumplen con los requisitos legales de la administración de impuestos.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- 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 sanitario, fitosanitarios, ambientales y de calidad, de acuerdo con la normas legales vigentes, para la selección de proveedores exigidos por la empresa.
- 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.
- Registra los exportadores ante el organismo respectivo de acuerdo con las normas

legales vigentes teniendo en cuenta las políticas de la compañía.

- Tramita los documentos según especificaciones dentro del periodo 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 que sean digitados con exactitud según la técnica o método señalado para ser tramitados siguiendo los procedimientos administrativos de las diferentes organizaciones.
- Legaliza los documentos ante los organismos respectivos, según el proceso señalado por las normas legales de comercio exterior vigentes y de acuerdo con las políticas señaladas por la empresa.

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	**VERSION**	**DENOMINACION**
210101026	1	Coordinar el transporte según medios y modos.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		130horas

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
CODIGO	**DENOMINACIÓN**
21010102601	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 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.
21010102602	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.
21010102603	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.
21010102604	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 internacionales ajustadas a las necesidades de la organización.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- Costos
- Documentación: Facturas comerciales. Certificados de origen.
- Licencias de exportación Licencias de importación,
- Carta de porte
- Transporte
- Medios y modos.
- Relación peso- volumen. Tarifas y condiciones ofrecidas. Relación Peso-Volumen.
- Embalaje.

- Terminales ferroviarios Terminales de transporte terrestre Aeropuertos Puertos
- Determinación de la ruta adecuada.
- Mapas de rutas comerciales para cada modo de transporte.
- Software aplicado
- Plan de viaje Plan de ruta. Estructura de los modos de transporte. Medios y modos de Transporte.
- Planificación de: Horarios de carga descarga, recirculación conexiones orígenes y destinos Tiempo total de viaje. Terminales aeropuertos.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Costear los seguros y fletes de acuerdo con el origen y destino de la carga.
- Tabular los costos directos e indirectos en las actividades de relacionadas con medios y modos de transporte.
- Clasificar, empresas que manejan fletes y seguros.
- Asignar los seguros y fletes de acuerdo a las tarifas establecidas por los entes gubernamentales, negociar acuerdos entre las partes y naturaleza de la mercancía.
- Determinar la responsabilidad civil en el contrato de fletes y seguros.
- Diferenciar las clases de seguros, los tipos de riesgo que con lleva el transporte de mercancías y la efectividad de cada póliza.
- Tramitar acertadamente la póliza de seguro por las características de la mercancía y medio de transporte.
- Describir correctamente los medios y modos de transporte existentes en la movilización d carga..
- Considerar lugares de origen, destino, tiempo de ruteo su relación con los tipos de carga y modo de transporte.
- Clasificar los tipos de carga existentes y su influencia en la elección de la alternativa de transporte más conveniente.
- Elaborar rutas por cada fase de transporte de acuerdo con el lugar de destino, teniendo en cuenta las vías asignadas para la movilización de la carga.
- Determinar rutas de acuerdo con la naturaleza de la carga, el modo y medio de transporte.
- Utilizar software aplicado GPS para la elaboración de rutas de acuerdo con los medios y modos de transporte.
- Inspeccionar los medios y modos de transporte de acuerdo con las condiciones de tipo y naturaleza de la carga establecida por el cliente.
- Considerar aspectos de peso y volumen de la carga para la programación del transporte.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- 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.

- 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.
- 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 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.
- 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.
- 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 empresa.
- 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 teniendo en cuenta las condiciones de negociación 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 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.
- Programa el transporte de acuerdo con las estrategias de distribución, el plan de estibas a de acuerdo con las normas nacionales e internacionales vigentes a partir de las rutas establecidas por la empresa.
- 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.
- 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.
- 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.

- 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, centros de acopio, plantas y situación vial de acuerdo con las normas nacionales e internacionales y los de la organización
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Especifica los fletes de acuerdo con las medidas internacionales de la carga según el modo de transporte, las normas internacionales vigentes teniendo en cuenta las políticas de la empresa.
- Inspecciona la carga para ser asegurada y fletada, según las normas nacionales e internacionales de transporte vigentes y manejo de acuerdo con 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.
- 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.

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	**VERSION**	**DENOMINACION**
210101021	3	Operar los procesos de importación y exportación según normas y políticas internas y externas.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		130horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	**DENOMINACIÓN**	
21010102101	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.	
21010102102	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.	
21010102103	Alistar la mercancía para el levante y/o autorización de despacho 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.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		

- Tipos de proveedores según requisiciones y objetos definidos.
- Naturaleza de los objetos, usos, composición.
- Requisitos que deben cumplir los objetos de calidad, aspectos legales de los objetos, Normas Técnicas de Calidad
- Tipos de aranceles. Sistemas de codificación de mercancías con base en las reglas de interpretación OMC
- Notas legales del sistema armonizado
- Tipos de desgravaciones que existen en los diferentes acuerdos
- Tratados y acuerdos comerciales, Apta, ALCA, Can, G3, SGP
- Tipos de depósitos para almacenar mercancías de importación. Normas aduaneras
- Normas que regulan la cantidad de los objetos importados y exportados, Origen y destino de los objetos, Reglas de origen y destino
- Clases de importaciones. Permisos y registros sanitarios
- Requisitos de nacionalización de mercancías. Tipos de documentos de importación. Legislación aduanera
- Las sociedades de intermediación
- Plazos y presentación de documentos por el banco intermediario

- Tipos de inspección de mercancías: Física , documental, descargue
- Los documentos, la representación, el plazo y el pago de los derechos de importación
- Pedidos de los clientes. Ubicación de mercancías. Naturaleza y características de las mercancías. Clasificación arancelaria. Agentes de carga internacional
- Entidades reguladoras que intervienen en el proceso de exportación, Requisitos legales del Exportador
- Inscripción ante la DIAN como exportador. Legislación aduanera:
- Régimen de garantía, Modalidades de exportación, Documentos que amparan las mercancías, Requerimientos de embarque (solicitudes), Tipos de documentos de exportación, Tramite de documentos y documentos para exportar
- Internet. Ingles técnico
- Tipos de autorizaciones y vistos para exportar. Tipos inspecciones de las mercancías.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Solicitar las requisiciones a los procesos o unidades de negocio según objetos definidos.
- Identificar los requisitos de calidad de los objetos de acuerdo con las normas gubernamentales.
- Determinar las subpartidas arancelarias según el sistema de armonizado de designación y codificación de mercancías.
- Clasificar las subpartidas arancelarias de acuerdo con la naturaleza, composición y uso del producto.
- Determinar las subpartidas arancelarias de acuerdo con las notas legales del sistema.
- Determinar los aranceles con base en los tratados y acuerdos comerciales, origen y destino de los objetos. o impuesto, el régimen y el IVA.
- Ubicar los objetos en el sitio determinado según legislación aduanera.
- Identificar las operaciones aduaneras de acuerdo con el régimen aduanero.
- Inspeccionar las mercancías de acuerdo con las normas aduaneras.
- Presentar los documentos según los plazos y entidades determinadas por la legislación aduanera.
- Realizar la nacionalización según los requisitos de la legislación aduanera.
- Nacionalizar las mercancías teniendo en cuenta las normas técnicas y calidad.
- Identificar los servicios de apoyo logístico para la exportación de acuerdo con la naturaleza de los objetos.
- Diligenciar los documentos de exportación de acuerdo con la legislación aduanera.
- Elaborar los documentos de embarque de acuerdo con la legislación aduanera.
- Revisar los documentos y vistos buenos requeridos para la exportación de acuerdo con la normatividad.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- 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.

- 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 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 y de acuerdo con las políticas de la organización.
- 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.
- 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.

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	**VERSION**	**DENOMINACION**
210101029	1	Controlar los procesos de importación y exportación según la normatividad del comercio internacional.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		180horas

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
CODIGO	**DENOMINACIÓN**
21010102901	Registrar la empresa como 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 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.
21010102902	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.
21010102903	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.
21010102904	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.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- Estatuto Aduanero. Régimen de Importaciones y Exportaciones.
- Vistos buenos o permisos de mercancías otorgados por entidades competentes.
- Arancel de Aduanas:
- Normas sobre clasificaciones arancelaria:
- Fuentes de información

- Caracterización de productos y servicios: Concepto de producto y servicios.
- Tipos, Calidad
- Caracterización de productos y servicios: Recursos de la empresa.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Realizar el contacto entre el comprador o importador y el exportador o vendedor.
- Verificar en los contratos de compraventa la cobertura de las operaciones de riesgo jurídico en el comercio internacional.
- Inscribir a la empresa en el registro de productor nacional, oferta exportable y
- Obtener los vistos buenos o permisos previos de los productos a importar o exportar ante los organismos estatales al igual que las diferentes restricciones.
- Tramitar las licencias y certificaciones de importación teniendo en cuenta la naturaleza de los productos.
- Enviar al agente de aduana (SIA) los detalles de los productos a importar o exportar debidamente codificados de acuerdo con su partida arancelaria.
- Analizar los documentos de embarque teniendo en cuenta la normatividad y el régimen de importaciones y exportaciones.
- Programar la entrega y recepción de las mercancías acorde con los términos pactados.
- Entregar los documentos de embarque al agente de aduana (SIA) para su nacionalización.
- Verificar las cantidades de las mercancías a importar o exportar en los diferentes sitios previos al embarque o desembarque de la mercancía.
- Incluir en las contingencias de importación frente a las restricciones, las reglamentaciones para obtener las licencias y certificaciones.
- Analizar las barreras de las exportaciones de acuerdo con los objetivos y metas de la organización.
- Analizar los productos y servicios a exportar frente a requerimientos de normas y certificaciones.
- Evaluar la capacidad de producción según ofertas y solicitudes del mercado a nivel interno y externo.
- Analizar el mercado organizacional de la empresa, el plan de negocios; la capacidad exportable, la demanda y si cumplen con los requisitos técnicos y estándares de exportación.
- Evaluar la tecnología y estrategias de la empresa para atender los mercados internacionales de acuerdo con los cambios requeridos por los clientes.
- Evaluar las empresas, según la experiencia y el conocimiento del mercado
- Establecer los recursos disponibles de la empresa y compararlos con las exigencias del mercado nacional e internacional.
- Evaluar los productos y servicios teniendo en cuenta la competencia, ventajas y beneficios
- Evaluar los sistemas de información de la empresa y el mercado de acuerdo con el nivel de servicio requerido.
- Investigar las restricciones sobre patentes y marcas de los productos, previos al lanzamiento en el mercado internacional.
- Evaluar el cliente de acuerdo con los requerimientos de los productos.
- Evaluar el país seleccionado frente a las ventajas comparativas.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- 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 y de acuerdo con las políticas de la organización
- Cubre los contratos de compraventa en las operaciones de los riesgos jurídicos del comercio internacional teniendo en cuenta las normas legales vigentes de acuerdo con las necesidades y 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.
- 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.
- 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.
- Contacta 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 y las políticas de la empresa.
- 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.
- 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 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 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.
- Analiza las barreras de las exportaciones teniendo en cuenta las normas de comercio internacional vigentes y según objetivos y metas de la organización.
- 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.
- 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 y 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.
- Evalúa el cliente según los requerimientos de los productos a nivel internacional siguiendo las políticas y objetivos de la empresa.
- 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 mercados nacionales e internacionales y las necesidades de la empresa.

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA

CODIGO	VERSION	DENOMINACION
210101033	1	Efectuar las transacciones comerciales de acuerdo a las requisiciones comerciales según acuerdos entre las partes.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		160horas
2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
CODIGO	**DENOMINACIÓN**	
21010103301	Analizar los términos de negociación internacional dependiendo de las cláusulas establecidas por la Cámara de Comercio Internacional, los términos contractuales acordados por el comprador 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.	
21010103302	Evaluar los servicios bancarios según los términos de negociación de acuerdo con las operaciones complementarias para transacciones de importaciones y exportaciones, identificando los acuerdos establecidos que se han incumplido de con base en las normas legales vigentes, las reglas y políticas establecidas por la empresa.	
21010103303	Presentar a las diferentes áreas o unidades de proceso el reporte de las diferentes anomalías presentadas basado en las normas legales, el análisis de costos, de acuerdo con los términos de negociación internacional, identificando las líneas de financiación bancarias y presupuestos para la importación y exportación, teniendo en cuenta las normas legales vigentes y las políticas establecidas por la organización.	
21010103304	Evaluar los niveles de servicios prestados por los diferentes proveedores según estándares de calidad establecidos, efectuando los pagos y cobros de acuerdo con los términos acordados, realizando los reembolsos y reintegros de acuerdo con las normas legales teniendo en cuenta los acuerdos y tratados entre países y basado en las políticas fijadas por la organización.	
3. CONOCIMIENTOS		
3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS		
▪ Cláusulas establecidas entre comprador, vendedor y acuerdos ▪ Nivel de Servicios prestados por los proveedores. ▪ Beneficios financieros de las líneas de crédito otorgados por las instituciones financieras ▪ Costos: Concepto, Clasificación, Indirectos. ▪ Mercancías: Definición, Naturaleza, Empaque, Embalaje, ▪ Tipos de riesgos: Pérdida total, Falta de entrega, Avería, Saqueo, Recargos, Conversión unidades de medida: ▪ (Devaluación o Revaluación), Consolidación de la carga, Des consolidación de la carga, Servicios aduaneros, de nacionalización		

- Manejo de carga:Cargue, Descargue, Almacenamiento
- Técnicas de verificación, sobre partidas proyectadas y realizadas
- Tasas de interés
- Técnicas de verificación de las negociaciones
- Estrategias y técnicas de comunicación
- Tarifas. Movilización. Manipulación.Transporte local. Terminales de carga
- Conversión de divisas. Mesas de cambio.
- Entidades financieras del comercio internacional
- Conceptualización, Tipos. Divisas: Conversión, Concepto, Clases.
- Monedas: Clases de monedas,
- Documentos para el pago y cobro de las negociaciones internacionales. Declaraciones de cambio.Régimen Cambiario: Concepto
- Tratados y acuerdos internacionales: Conceptualización
- Marco institucional.
- Régimen de cambios internacionales de importación y exportación: Propósitos del régimen cambiario, Operaciones sujetas al régimen cambiario,
- Normatividad legal del reintegro y reembolsos de divisas: Definición, Normatividad, Fletes, Normas cambiarias, Régimen sancionatorio.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Identificar los tipos de mercado cambiarios de acuerdo con las normatividad cambiaria.
- Analizar los términos y acuerdos de negociación de acuerdo con las cláusulas de negociación del comprador y vendedor.
- Realizar los acuerdos de negociación en los plazos estipulados entre las partes.
- Evaluar los términos de negociación de acuerdo con los servicios complementarios.
- Evaluar los niveles de servicio prestado por los proveedores según Estándares de calidad.
- Verificar los presupuestos asignados y compararlos con el proyectado y realizado.
- Analizar los costos de acuerdo con los términos de negociación.
- Analizar los seguros y fletes de acuerdo con los términos de negociación.
- Analizar los servicios portuarios y aduaneros con base en las cláusulas de negociación.
- Utilizar las monedas y divisas teniendo en cuenta el régimen cambiario.
- Elaborar las declaraciones de cambio de acuerdo al régimen cambiario de importaciones y exportaciones.
- Soportar los pagos y cobros de acuerdo con los documentos requeridos para el reintegro y reembolso de las divisas.
- Realizar los pagos y cobros, de acuerdo con las formas y fechas acordadas entre las partes teniendo en cuanta la normatividad legal nacional e internacional.
- Realizar los desembolsos reembolsos y reintegros de acuerdo a las normas legales de pagos y cobros nacionales e internacionales. Y los tratados entre países.
- Realizar los desembolsos de acuerdo con las normas legales de pagos y cobros.
- Cumplir con los reembolsos y reintegros acorde con las normas cambiarias internacionales.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Analiza los términos de negociación internacional dependiendo de las cláusulas establecidas por la Cámara de Comercio Internacional, las normas vigentes y los

términos contractuales acordadas por comprador y vendedor, teniendo en cuenta las políticas establecidas por la organización.

- Evalúa los servicios Bancarios según los términos de negociación de acuerdo con las operaciones complementarias para transacciones de importaciones y exportaciones, teniendo en cuenta las normas legales nacionales e internacionales vigentes y las políticas fijadas por la organización.
- Presenta a las diferentes áreas o unidades de proceso el reporte de las diferentes anomalías presentadas basado en las normas legales establecidas y ajustadas a las políticas fijadas por la organización.
- Identifica las líneas de financiación bancarias para la importación y exportación teniendo en cuenta las normas legales vigentes y las políticas establecidas por la organización..
- Realiza los reembolsos y reintegros teniendo en cuenta las normas legales nacionales e internacionales vigentes, de acuerdo con los tratados entre países, basado en las políticas fijadas por la organización.
- Elabora las declaraciones de cambio con las monedas y/o divisas utilizadas teniendo en cuenta las normas nacionales e internacionales vigentes, de acuerdo con las políticas establecidas por la organización.
- Efectúa los procesos de los requerimientos de las autoridades competentes, de acuerdo con las normas nacionales vigentes teniendo en cuenta las políticas y establecidas por la organización.
- Soporta los pagos y cobros en divisas con los documentos requeridos ante las autoridades competentes en las fechas establecidas de acuerdo con las normas legales vigentes teniendo en cuenta las políticas establecidas por la organización.

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA

CODIGO	VERSION	DENOMINACION
240201500	1	Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
CODIGO	**DENOMINACIÓN**
24020150001	Interactuar en los contextos Productivos y Sociales en función de los Principios y Valores Universales.
24020150002	Asumir actitudes críticas , argumentativas y propositivas en función de la resolución de problemas de carácter productivo y social.
24020150003	Generar procesos autónomos y de trabajo colaborativo permanentes, fortaleciendo el equilibrio de los componentes racionales y emocionales orientados hacia el Desarrollo Humano Integral.
24020150004	Redimensionar permanentemente su Proyecto de Vida de acuerdo con las circunstancias del contexto y con visión prospectiva.
24020150005	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.
24020150006	Asumir responsablemente los criterios de preservación y conservación del Medio Ambiente y de Desarrollo Sostenible, en el ejercicio de su desempeño laboral y social.
24020150007	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.
24020150008	Aplicar técnicas de cultura física para el mejoramiento de su expresión corporal, desempeño laboral según la naturaleza y complejidad del área ocupacional.
24020150009	Desarrollar permanentemente las habilidades psicomotrices y de pensamiento en la ejecución de los procesos de aprendizaje.
24020150010	Reconocer el rol de los participantes en el proceso formativo, el papel de los ambientes de aprendizaje y la metodología de formación, de acuerdo con la dinámica organizacional del SENA
24020150011	Asumir los deberes y derechos con base en las leyes y la normativa institucional en el marco de su proyecto de vida.
24020150012	Gestionar la información de acuerdo con los procedimientos establecidos y con las tecnologías de la información y la comunicación disponibles.
24020150013	Identificar las oportunidades que el Sena ofrece en el marco de la formación profesional de acuerdo con el contexto nacional e

	internacional.
24020150014	Concertar alternativas y acciones de formación para el desarrollo de las competencias del programa formación, con base en la política institucional.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- Relaciones interpersonales: Conceptos, tipología.
- Sociedad y Cultura.
- Conceptos de: Libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad.
- Alteridad
- Dignidad humana
- Derechos Humanos
- Principios y Valores éticos universales
- Normas de convivencia
- Constitución Política de Colombia
- Criticidad.
- Pensamiento Creativo.
- Inteligencias múltiples.
- Pensamiento Critico
- Resolución de problemas: Argumentación, criterios de solución. alternativas creativas, lógicas y coherentes
- Objetividad-Subjetividad-Intersubjetividad
- Toma de decisiones
- Asertividad
- Lógica
- Coherencia
- Autonomía
- Desarrollo Humano Integral
- Motivación y Auto aprendizaje
- Trabajo en Equipo
- Racionalidad
- Inteligencia Emocional
- Entorno y Contexto
- Conocimiento de sí mismo
- Proyecto de Vida
- Resiliencia
- Pensamiento creativo
- Autogestión
- Mejoramiento personal
- Trabajo colaborativo
- Construcción colectiva en contextos sociales y productivos.
- Componentes racionales y emocionales.
- Concepto de Racionalidad
- Concepto de Inteligencia Emocional
- Concepto de Trabajo en Equipo

- Inteligencia Emocional
- Globalización: conceptos, políticas para la globalización
- Contexto Social y productivo en el mundo, el país, el departamento y/o municipio y la región: Características, oportunidades.
- Sector productivo: Conceptos, tipos, características, actores y dinámicas de organización, las políticas, las leyes, los planes, situación actual y prospectiva
- Entorno laboral: definición, descripción, función, características, procedimientos, requerimientos
- Normas y Leyes: Conceptos, características, tipos,
- Constitución Política de Colombia: Características y estructura del Estado, derechos y deberes de los ciudadanos.
- Derechos y deberes de los trabajadores
- Sistema educativo: Instituciones y relaciones con el SENA.
- SENA: Historia, políticas, elementos de identidad corporativa, normativa referente a la formación profesional. (Normas de convivencia, reglamento de aprendices, Contrato de aprendizaje, Fondo de la Industria de la Construcción, Apoyos de sostenimiento, Bienestar a los Aprendices).
- Centro de Formación: Organización, estructura y funcionamiento.
- Entorno formativo y laboral.
- Actividades formativas y productivas.
- Formación Profesional para el desarrollo de competencias: Conceptos, características, metodologías de aprendizaje, fuentes para la construcción del conocimiento.
- Líneas tecnológicas: Conceptos, tipos (Tecnologías de la información y la comunicación, diseño, producción y transformación, materiales y herramientas, cliente).
- Programa de formación: Concepto, características.
- Aprendizaje autónomo: Concepto, estrategias.
- Proyecto de Formación: Concepto, tipos, fases.
- Evaluación de la formación profesional: Concepto, tipos, actores, roles e instancias.
- Proyecto de Vida: concepto, propósito y componentes.
- Aprendizajes previos: Concepto, utilidad y metodologías de identificación.
- Principios y Valores: Concepto, tipos.
- Trabajo en equipo: Conceptos, tipos, técnicas; estrategias de gestión.
- Innovación y Desarrollo tecnológico: Concepto y relaciones con la formación por proyectos.
- Emprendimiento: Concepto, ventajas, características del emprendedor.
- Comunicación: Conceptos, proceso, componentes y funciones tipos, características, comunicación asertiva.
- Procesos comunicativos, racionales y argumentados
- Comunicación Verbal
- Comunicación No Verbal Kinetésica. Comunicación No Verbal Proxémica
- Comunicación No Verbal Paralinguística
- Convivencia
- Empatía. Resolución de Conflictos
- Conocimiento: Concepto, tipologías

- Conocimiento Científico
- Recursos renovables y no renovables. Conceptos: Ecología, Medio Ambiente.
- Desarrollo Sostenible. Normatividad Ambiental
- Utilización de Tecnologías más Limpias
- Problemáticas Urbanas
- Desarrollo a Escala Humana
- Conceptos de público y privado
- Desarrollo Humano Integral
- Solución de conflictos
- Racionalidad, la argumentación y la asertividad.
- Resolución de problemas
- Residuos: Disposición, normas de clasificación.
- Ficha antropométrica: definición, características, clasificación, aplicaciones, tipos.
- Técnicas de valoración: definición, tipos, características , selección, aplicación, formulas, baremos, índices
- Test: Definición, clases, características, aplicaciones.
- Formatos: Clases, Características, Técnicas de diligenciamiento.
- Baremos: Definición, Clases, Características, Interpretación.
- Métodos de entrenamiento físico: Definiciones, Clasificación, Características y Aplicación.
- Sistemas: Definición, características, aplicación, clasificación.
- Series: Definición, Aplicación, Clases
- Repetición: Definición y aplicación
- Ejercicio: Definición, Clases, Tiempos de aplicación, Condición, Características, Beneficios.
- Cargas de trabajo: Definición, Función, Aplicación, Riesgos, Clasificación.
- Manejo.
- Salud ocupacional: Definición, propósito, conceptos básicos
- Factores de riesgo ocupacional: concepto, clasificación
- Riesgos ocupacionales: accidentes de trabajo y enfermedad ocupacional; concepto, marco legal, prevención y control.
- Prevención de riesgos ocupacionales: Concepto, Beneficios.
- Riesgo ergonómico: Definición, características, manejo, medición, análisis
- Riesgo Psicosocial: Definición, Características, Manejo, Medición, Análisis.
- Desempeño laboral: Definición, Duración, Cuidados, Clasificación.
- Actividad física: definición ,características, componentes, ventajas
- Biopsicosocial: definición, dimensión, aplicación, características. Desarrollo.
- Beneficios: definición, características, clases, ventajas.
- Rendimiento laboral: definición, aplicación, características, desarrollo, requerimientos.
- Motricidad: definición, clasificación, aplicación, teorías, características, métodos, beneficios, desarrollo.
- Programas deportivos: definición, clasificación, aplicación, estrategias de desarrollo, objetivos, clases, requerimientos, ventajas y desventajas.
- Recreación: definición, clases, métodos, aplicaciones, estrategias, características.
- Integrar: definición, métodos, beneficios, características.

- Bienestar laboral: definición, clasificación, alcances, estrategias de desarrollo, cobertura, requerimientos.
- Competencias laborales: definición, características, desarrollo y requerimientos.
- Reacción Mental: definición, características, desarrollo, técnicas, métodos, teorías, características.
- Destreza motora: definición, características, desarrollo, técnicas, ventajas, aplicaciones.
- Psicomotricidad: definición, clases, técnicas y procedimientos.
- Productividad laboral: definición, características, indicadores, test de valoración, ventajas, desventajas.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Establecer procesos comunicativos asertivos que posibiliten la convivencia en los contextos social y productivo
- Facilitar los procesos de comunicación entre los miembros de la comunidad educativa.
- Establecer relaciones interpersonales dentro de criterios de libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad.
- Analizar de manera crítica las situaciones pertinentes que contribuyen a la resolución de problemas.
- Argumentar y acoger los criterios que contribuyen a la resolución de problemas
- Proponer alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas
- Desarrollar actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal
- Abordar procesos de trabajo colaborativo orientados hacia la construcción colectiva en contextos sociales y productivos.
- Armonizar los componentes racionales y emocionales en el desarrollo de los procesos de trabajo colectivo.
- Identificar e integrar los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida.
- Vivenciar su proyecto de vida en el marco del Desarrollo Humano Integral
- Resolver conflictos de manera colaborativa mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y la asertividad, estableciendo consensos y acuerdos
- Aportar elementos para la construcción colectiva del conocimiento
- Optimizar los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas, con base en los procedimientos establecidos.
- Contribuir en el cuidado y uso de los elementos que integran su entorno formativo y laboral.
- Aplicar metodologías para la identificación y control de factores de riesgo ocupacional
- Disponer los residuos teniendo en cuenta las normas de clasificación de los mismos.
- Mantener limpio y ordenado el lugar donde desarrolla sus actividades formativas y productivas
- Diligenciar la ficha antropométrica según las técnicas de valoración.
- Registrar los resultados del test de acuerdo con los formatos establecidos.
- Analizar los resultados del test de acuerdo con los baremos.
- Interpretar métodos de entrenamiento físico según sistemas establecidos.

- Definir los tiempos de aplicación de cada ejercicio según los resultados del test.
- Determinar el número de series y repeticiones de cada ejercicio según el resultado del test.
- Establecer los tiempos de pausas de acuerdo a los métodos de entrenamiento.
- Interpretar las cargas de trabajo ergonómicas y psicosociales según la naturaleza del desempeño laboral
- Determinar los ejercicios específicos para la prevención del riesgo ergonómico y psicosocial.
- Seleccionar los elementos, materiales, equipos e implementos según el plan de acondicionamiento físico.
- Aplicar el plan de acondicionamiento físico según el diagnóstico establecido.
- Analizar las ventajas de la actividad física en la dimensión Biopsicosocial según su criterio.
- Interpretar los beneficios que se adquieren para su rendimiento en el desempeño laboral.
- Organizar actividades orientadas al desarrollo de programas recreodeportivos según las necesidades de su entorno.
- Ejecutar e integrar acciones encaminadas a la promoción y participación en los eventos de acuerdo a las políticas de bienestar.
- Identificar las técnicas de coordinación motriz fina y gruesa relacionadas para el desarrollo de las competencias definidas en su perfil ocupacional.
- Seleccionar técnicas que le permitan potencializar su capacidad de reacción mental, y mejorar sus destrezas motoras según la naturaleza propia de entorno laboral.
- Valorar las técnicas y procedimientos necesarios para lograr su desempeño psicomotriz de acuerdo con el área ocupacional.
- Implementar las técnicas y procedimientos para lograr mayor productividad en su desempeño laboral.
- Identificar las funciones de los recursos disponibles en relación con su proceso de aprendizaje.
- Relacionar los procesos y procedimientos vigentes en el SENA con su proceso de formación.
- Identificar el rol de los participantes y las fuentes del conocimiento en el proceso de formación.
- Identificar las características generales de la formación para el desarrollo de competencias.
- Ubicar su rol en función de los derechos y deberes constitucionales, laborales e institucionales.
- Ubicar el SENA en la estructura del Estado y del sistema educativo Colombiano.
- Regular su comportamiento actuando con base en normas, principios y valores universalmente reconocidos.
- Documentar su proceso de aprendizaje utilizando los recursos disponibles.
- Identificar las oportunidades que ofrecen las organizaciones relacionadas con las actividades productivas del programa.
- Identificar las posibilidades de acceso al portafolio de servicios del SENA.
- Identificar fuentes de financiación del Estado.
- Reconocer su condición humana frente a diferentes dimensiones del ser.

- Definir propósitos, estrategias y metas a partir del reconocimiento de su condición humana.
- Definir alternativas y acciones viables para una situación determinada con base en información documentada y valorada.
- Identificar las competencias a desarrollar establecidas en el programa de formación dentro de las cinco líneas tecnológicas.
- Examinar los aprendizajes previos frente al programa.
- Definir la ruta de aprendizaje a partir de los proyectos elegidos.
- Identificar los resultados de aprendizaje del programa de formación frente a los proyectos de la ruta de aprendizaje.

4. CRITERIOS DE EVALUACION

- Realiza las actividades de aprendizaje, utilizando eficientemente la metodología, los recursos y ambientes de aprendizaje.
- Argumenta la importancia de actuar dentro del marco de las leyes y el ordenamiento ciudadano e institucional.
- Establece relaciones interpersonales dentro de criterios de libertad, justicia, respeto, responsabilidad, tolerancia y solidaridad, de acuerdo con las normas de convivencia y el rol de cada uno de los participantes en el proceso formativo.
- Establece relaciones interpersonales de acuerdo con los criterios del trabajo en equipo.
- Utiliza con criterio técnico las tecnologías de la información y la comunicación de acuerdo con las actividades a desarrollar.
- Identifica en el entorno nacional e internacional las oportunidades que le ofrece el programa de formación.
- Referencia diversas fuentes de información en la realización de los trabajos.
- Emplea instrumentos y estrategias para formular propuesta de proyecto de vida teniendo en cuenta aspectos personales y laborales.
- Presenta las evidencias de manera oportuna y de acuerdo con lo concertado.
- Explica la relación del programa de formación en el cual está matriculado con el proyecto de formación que desarrollará para lograr los resultados de aprendizaje.
- Identifica la estructura organizacional del SENA, y los procedimientos administrativos y formativos.
- Distingue el ambiente de aprendizaje y la metodología que se utilizará en el proceso de formación.
- Establece los dominios y debilidades con las que llega al proceso de formación según el programa en el cual se encuentra matriculado reconociendo su perfil como aprendiz del SENA.
- Identifica la contribución del programa de formación al desarrollo social y productivo del sector y del país. Analiza de manera crítica las situaciones pertinentes que contribuyen a la resolución de problemas.
- Argumenta y acoge objetivamente los criterios que contribuyen a la resolución de problemas
- Propone alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas
- Desarrolla actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal

- Aborda procesos de trabajo colaborativo orientados hacia la construcción colectiva en contextos sociales y productivos.
- Armoniza los componentes racionales y emocionales en el desarrollo de los procesos de trabajo colectivo.
- Identifica e integra los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida.
- Vivencia su proyecto de vida en el marco del Desarrollo Humano Integral
- Se comunica fácilmente con los miembros de la comunidad educativa.
- Establece procesos comunicativos asertivos que posibilitan la convivencia en los contextos social y productivo
- Resuelve conflictos mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y la asertividad.
- Establece acuerdos mediante el uso de procesos comunicativos, racionales y argumentados orientados hacia la resolución de problemas.
- Aporta elementos en la construcción colectiva del conocimiento
- Optimiza los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas.
- Contribuye en el cuidado y uso de los elementos que integran su entorno formativo y laboral.
- 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.
- Aplica los test de condición física según estándares.
- Selecciona los ejercicios para el plan de acondicionamiento físico
- Elabora el plan de acondicionamiento físico, según sistemas de entrenamiento físico
- Diagnóstica los riesgos ergonómicos y psicosociales de su desempeño laboral.
- Selecciona las técnicas de cultura física para prevenir riesgos ergonómicos y psicosociales.
- Implementa técnicas de cultura física para la prevención de riesgos ergonómicos y psicosociales
- Valora el impacto de la cultura física en el mejoramiento de la calidad de vida y su efecto en el entorno familiar social y productivo.
- Implementa estrategias que le permitan liderar actividades físicas deportivas y culturales en contexto social y productivo.
- Participa en actividades que requieren coordinación motriz fina y gruesa de forma individual y grupal.
- Aplica técnicas y procedimientos orientados al perfeccionamiento de la psicomotricidad frente a los requerimientos de su desempeño laboral.

5. PERFIL TECNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos:

Para el desarrollo integral de esta competencia se requiere la participación de diferentes profesionales asociados a perfiles académicos relacionados con los resultados de aprendizajes específicos, así:

- Opción 1: Certificación en formación basada en competencias laborales y/o en aprendizaje por proyectos o relacionadas.
- Opción 2: Profesional que tenga competencias humanísticas y formación en Ciencias Humanas.
- Opción 3: Profesional educación física, recreación y deportes.
- Opción 4: Profesional ciencias de la salud ocupacional.

Experiencia Laboral:

- Tener experiencia mínima en procesos de formación o actividades laborales de 2 años en el área de desarrollo humano con el enfoque basado en competencias laborales.

Competencias:

- Gestionar procesos de desarrollo humano según las particularidades de los contextos sociales y productivos.
- Interactuar idóneamente consigo mismo con los demás y con la naturaleza según los contextos sociales y productivos.
- Promover el desarrollo de las actividades físicas que posibiliten el desempeño laboral seguro y eficaz, un estilo de vida saludable y el mejoramiento de la calidad de vida
- Trabajar interdisciplinariamente en la planeación – ejecución y evaluación y mejoramiento del proceso de inducción.
- Propiciar la integración y participación de los aprendices en el proceso de aprendizaje.
- Orientar las actividades de aprendizaje para el logro de los resultados de aprendizaje del proceso de inducción motivando la actuación protagónica de los aprendices.
- Integrar a los procesos de la inducción los recursos tecnológicos disponibles.

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	**VERSION**	**DENOMINACION**
240201501	1	Comprender textos en inglés en forma escrita y auditiva.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		180 horas

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
CÓDIGO	**DENOMINACIÓN**
24020150101	Comprender frases y vocabulario habitual sobre temas de interés personal y temas técnicos.
24020150102	Comprender la idea principal en avisos y mensajes breves, claros y sencillos en inglés técnico.
24020150103	Leer textos muy breves y sencillos en inglés general y técnico.
24020150104	Encontrar información específica y predecible en escritos sencillos y cotidianos.
24020150105	Encontrar vocabulario y expresiones de inglés técnico en anuncios, folletos, páginas web, etc.
24020150106	Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.
24020150107	Realizar intercambios sociales y prácticos muy breves, con un vocabulario suficiente para hacer una exposición o mantener una conversación sencilla sobre temas técnicos.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- **About me:** Adquisición de mayor habilidad comunicativa utilizando el lenguaje introductivo. Cómo presentarse presentarse y responder preguntas personales.
  - Be affirmative. Yes/ No Questions, Contractions, Short Answers, Present Simple.
- **My Day:** Adquisición del lenguaje que se utiliza diariamente para hablar de ocupaciones y rutinas diarias.
  - Articles, Negative, WH Questions who, what, Affirmative, Yes/No Questions, Verbs describring day to day activities,
- **Supermarket and Clothes Shopping:** Adquisición de lenguaje y vocabulario necesarios para hacer compras en un Súper Mercado, conocimiento de nombres de de alimentos y bebidas. Vocabulario sobre ropa, colores y meses del año.
  - This/That/These/Those, Singular/Plural, There Is/There Are, comparative and superlative adjectives.
- **Places:** Vocabulario y habilidades comunicativas para trasladarse, visitar ciudades, solicitar información, desenvolverse en una ciudad.
  - Comparatives, WH questions, Subject pronouns, Object pronouns, present progresive.
- **Food and restaurant:** Vocabulario y habilidades comunicativas para leer y

comprender la carta, hacer preguntas, ordenar o sugerir un plato, pedir la cuenta.
  - WH Questions, when, where, why, how, presente simple vs Presente Progresivo.
- **Permission and request. Talking about ability.**
  - Modals for hability: can/can´t, Modals for permission and request: can/could, Countable and uncountable nous.
- **Travel and transportation:** Vocabulario y expresiones relativas a viajes, transporte y desplazamiento.
  - Past simple,
  - Past of To Be
  - Past Simple vs Past Progressive.

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Reconocer palabras y expresiones muy básicas que se usan habitualmente relativas a si mismo y a su entorno.
- Reconocer vocabulario técnico básico.
- Participar en una conversación de forma sencilla si el interlocutor está dispuesto a repetir lo que ha dicho o a usar un vocabulario básico, y a reformular lo que ha intentado decir.
- Utilizar expresiones y frases sencillas para describir su entorno y relacionarse en su sitio de práctica o trabajo.
- Escribir postales cortas y sencillas y anuncios cortos.
- Llenar formularios o registros con datos personales.
- Comprender la idea principal en avisos y mensajes breves, claros y sencillos en inglés técnico.
- Leer textos muy breves y sencillos en inglés general y técnico.
- Obtener información específica y predecible en escritos sencillos y cotidianos.
- Obtener vocabulario y expresiones de inglés técnico en anuncios, folletos, páginas web, etc.
- Interactuar en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.
- Realizar intercambios sociales y prácticos muy breves,
- Describir con términos sencillos su entorno y entablar conversaciones cortas, utilizando una serie de expresiones y frases en inglés general y técnico.
- Escribir notas y mensajes breves y sencillos relativos a sus necesidades inmediatas, mediante la utilización de un vocabulario básico de inglés general y técnico.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Interpreta un texto sencillo y puede construir un mapa conceptual basado en el mismo.
- Pronuncia adecuadamente el vocabulario y modismos básicos del idioma
- Sostiene conversaciones con vocabulario básico y técnico aprendido.
- Estructura adecuadamente una opinión sobre un tema conocido de su especialidad.
- Elabora resúmenes cortos sobre textos sencillos, y con contenido técnico.
- Escribe o presenta descripciones de sí mismo, su profesión y su entorno.
- Plantea y responde preguntas sobre sí mismo.

5. PERFIL TECNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos:

Profesional en Idiomas o Lenguas Modernas, con conocimiento del idioma inglés.
Debe tener y demostrar mediante examen internacional acreditado, un nivel mínimo de C1, de acuerdo al MCER.

Experiencia laboral:

Demostrar vinculación laboral mínimo de dos años, como docente en una institución educativa pública o privada, o en un instituto de enseñanza de lenguas.

Competencias:

- Formular y desarrollar proyectos
- Capacidad para trabajar en equipo
- Conocer el Marco Común Europeo de Referencia para la Enseñanza de una Segunda Lengua, y aplicar los criterios de conocimiento y evaluación de acuerdo a los niveles establecidos en esta norma.

CONTENIDOS CURRICULARES DE LA COMPETENCIA		
CODIGO	**VERSION**	**DENOMINACION**
240201502	1	Producir textos en inglés en forma escrita y oral.
DURACIÓN ESTIMADA PARA EL LOGRO DEL APRENDIZAJE		180 horas

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
CÓDIGO	**DENOMINACIÓN**
24020150201	Reproducir en inglés frases o enunciados simples que permitan expresar de forma lenta ideas o conceptos.
24020150202	Identificar formas gramaticales básicas en textos y documentos elementales escritos en inglés.
24020150203	Comprender una amplia variedad de frases y vocabulario en inglés sobre temas de interés personal y temas técnicos.
24020150204	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.
24020150205	Leer textos complejos y con un vocabulario más específico, en inglés general y técnico.
24020150206	Buscar de manera sistemática información específica y detallada en escritos en inglés, mas estructurados y con mayor contenido técnico.
24020150207	Encontrar y utilizar sin esfuerzo vocabulario y expresiones de inglés técnico en artículos de revistas, libros especializados, páginas web, etc
24020152008	Relacionarse con hablantes nativos en un grado suficiente de fluidez y naturalidad, de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de los interlocutores.

3. CONOCIMIENTOS

3.1 CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

- **Expresiones:**de cortesía, saludos y despedidas de acuerdo con el momento del día
- **Tiempos verbales:**presente simple, presente progresivo
- **Gramática: sustantivos**, adjetivos, artículos, demostrativos, pronombres
- **Verbos:**en presente y pasado; ser o estar, haber, tener, hacer, regulares, irregulares
- **Tiempos verbales:**presente simple, pasado progresivo

- **Vocabulario técnico o temas indispensables:**
  - Relaciones interpersonales, problemas y preocupaciones
  - Descripción de situaciones de trabajo, elementos y equipos de trabajo
  - Medios de comunicación aplicados a su ocupación
  - La prensa
  - Como expresarse sobre temas técnicos de actualidad.
- **Contenidos:**
  - **Used to**, en todas las formas

- Perfect present tense: Simple y continuo
- Future: Perfecto, simple y continuo
- Simple past tense: modos pasivo y activo
- Simple present tense: modos pasivo y activo
- Modal verbs: Utilizados en suposiciones.
- Adjectives y prepositions: Ubicación
- Ubicacion de Verbos y preposiciones.
- Superlatives: adjetivos y adverbios
- Adverbs conjuntives
- Mixed conditional.
- Expresions: paraindicarposesión.
- Clauses: de lugar, tiempo, forma, causa y propósito.
- Adverbs: definidos e indefinidos en Noun Phrases.
- Adquisición de multi-word verbs

3.2CONOCIMIENTOS DE PROCESO

- Reconocer en lengua inglesa, verbos regulares e irregulares en tiempo presente y pasado
- interpretar mapas utilizando preposiciones de lugar en inglés
- Formular al interlocutor preguntas en tiempo pasado y presente de forma amable y cortés
- Relatar en inglés historias breves en tiempo pasado
- Comprender discursos y conferencias extensas, e incluso seguir líneas argumentales complejas.
- Identificar y extraer información relevante de un discurso o argumentación.
- Identificar las ideas principales y secundarias de un discurso o una argumentación.
- Reconocer vocabulario técnico intermedio
- Comprender programas de televisión, documentales y películas relacionadas con temas de la especialidad y que contengan vocabulario especializado o técnico.
- Participar en una conversación con cierta fluidez y espontaneidad, tomando parte activa en debates desarrollados sobre temas especializados
- Escribir textos claros y detallados sobre una amplia serie de temas relacionados con su especialidad.
- Comprender y seguir los puntos principales de un escrito.
- Analizar y extraer temas importantes de un escrito, así este o no familiarizado con el tema de que se trata el texto.
- Comprender e identificar los contenidos generales y específicos de un texto.
- Identificar significados que no están explícitos en el texto.
- Entender y expresar hechos, ideas y puntos de vista, en una secuencia adecuada y en detalle,
- Presentar a otros y hacer comparaciones.
- Especular sobre eventos, personas y situaciones, así como comentar asuntos que otros le han contado o mencionado.
- Expresar con claridad puntos de vista
- Describir procesos
- Discutir sobre problemas, inconvenientes y dar consejo o instrucciones.

- Hacer recomendaciones.
- Expresar claramente acuerdo o desacuerdo sobre un tema o hecho particular.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- 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
- Ubica al interlocutor en un punto geográfico específico empleando preposiciones en inglés.
- Traduce del inglés documentos técnicos sencillos en tiempo presente y pasado
- Explica y defiende sus opiniones técnicas en un debate, utilizando expresiones en inglés.
- Proporciona explicaciones, argumentos y explicaciones lógicas sobre aspectos técnicos de su profesión en un debate.
- Explica claramente su punto de vista sobre un tema técnico de actualidad en su profesión.
- Explica claramente las ventajas y desventajas de una posible decisión en lo técnico.
- Toma parte activa en debates informales dentro de contextos de trabajo habituales.
- Plantea, explica y contesta hipótesis técnicas.
- Sostiene una conversación con naturalidad, fluidez y eficacia, incluso sobre temas especializados de su profesión.
- Puede iniciar un discurso, tomar la palabra, y terminar una conversación técnica de su profesión.
- Puede interactuar fácil y espontáneamente con hablantes nativos.
- Puede extraer información adecuada y 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.
- Puede realizar actividades de verdadero o falso, basados en una conversación que ha escuchado o en un texto que ha leído.
- Realiza resúmenes de la información relevante y detallada de un texto técnico en inglés.
- Puede relacionar textos en inglés con imágenes o con títulos que le sean adecuados.
- Puede responder cuestionarios de selección múltiple, escritos en inglés.
- Puede inferir el significado de una palabra u oración dentro de un texto en inglés, así este no esté explicito.

5. PERFIL TECNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos:

Profesional en Idiomas o Lenguas Modernas, con conocimiento del idioma inglés.
Debe tener y demostrar mediante examen internacional acreditado, un nivel mínimo de C1, de acuerdo al MCER.

Experiencia laboral:

Demostrar vinculación laboral mínimo de dos años, como docente en una institución educativa pública o privada, o en un instituto de enseñanza de lenguas.

Competencias:

- Formular y desarrollar proyectos
- Capacidad para trabajar en equipo
- Conocer el Marco Común Europeo de Referencia para la Enseñanza de una Segunda Lengua, y aplicar los criterios de conocimiento y evaluación de acuerdo a los niveles establecidos en esta norma.



CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia / Red	Fecha
Autores	Oswaldo Monroy Urrego	Instructor	Centro de Comercio Regional Antioquia /Ventas y Comercialización	Octubre 2009
Revisión	Hernando Oviedo Vera	Instructor	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información Regional distrito Capital	Octubre 2009
Aprobación				

CONTROL DE CAMBIOS

Descripción del cambio	Razón del cambio	Fecha	Responsable (cargo)
Relación del programa de formación, a las competencias actualizadas en el sistema nacional de formación para el trabajo**.**	Ajuste a los lineamientos de diseño curricular Octubre 2009	Octubre de 2009	