GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 13

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE				
Programa de Formación: TECNÓLOGO EN GESTIÓN DE MERCADOS		Código: 621113 Versión: 2		
Nombre del Proyecto: IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.		Código: 1239683		
Fase del proyecto: Ejecución				
Actividad de Proyecto: Implementar el plan de distribución y venta del producto y/o servicio.	**Actividad (es) de Aprendizaje:** AA23. Formular plan de distribución y venta del producto o servicio, teniendo en cuenta la estructuración y tamaño del mercado y las metas de ventas de la empresa. AA24. Ejecutar procedimientos de negociación y venta, de acuerdo con la política estratégica establecida y el plan de mejoramiento acordado.	Ambiente de formación ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.	MATERIALES DE FORMACIÓN DEVOLUTIVO (Herramienta - equipo)	CONSUMIBLE (unidades empleadas durante el programa)
Resultados de Aprendizaje: 26010100403. Aplicar políticas y estrategias de distribución teniendo en cuenta la estructuración del mercado. 26010100405. Optimizar la red geográfica y tecnológica de distribuidores, según el tamaño del mercado y las necesidades del cliente. 26010100402. Identificar el comportamiento de las variables y estándares de gestión de los canales teniendo en cuenta las metas de ventas de la empresa.	**Competencia:** **260101004**. Desarrollar los Canales de distribución a partir del mercado, idiosincrasia, cultura y necesidad de los clientes.	Ambiente Virtual de Aprendizaje dispuesto en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS).	**N/A**	**N/A**

Resultados de Aprendizaje: 26010102102. Realizar el proceso de la venta de productos y servicios siguiendo procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico, conforme a las políticas de venta y los términos de negociación.	**Competencia:** 260101021. Negociar productos y servicios según condiciones del mercado y políticas de la empresa.			
Resultados de Aprendizaje: 26010102202. Monitorear el comportamiento de factores y variables que inciden en la compra de los diferentes actores con responsabilidad social, de acuerdo con el mercado.	**Competencia:** 260101022. Identificar los Comportamientos del Mercado según resultados de la Investigación y tendencias del entorno.			
Resultados de Aprendizaje: 24020150207. Encontrar y utilizar sin esfuerzo vocabulario y expresiones de inglés técnico en artículos de revistas, libros especializados, páginas web, etc.	**Competencia:** 240201502. Producir textos en inglés en forma escrita y oral.			
Duración de la guía: 270 horas				

2. INTRODUCCIÓN

La presente Actividad de Proyecto: ***"Implementar el plan de distribución y venta del producto y/o servicio",*** orientará el proceso formativo fundamentado en el desarrollo de los canales de distribución, el tipo de mercado, el entorno cultural en el que éste interactúa y las necesidades del cliente; igualmente, acercará el aprendiz a la acción propia del negocio, según determinantes del mercado actual, las políticas de la empresa y el plan de mejoramiento acordado.

El tiempo requerido para desarrollar esta actividad de proyecto será de 270 horas, período en el cual se adelantarán dos actividades de aprendizaje; en la primera de ellas: ***"Formular plan de distribución y venta del producto o servicio, teniendo en cuenta la estructuración y tamaño del mercado y las metas de ventas de la empresa",*** se revisará el contenido temático referido al E-Commerce o Comercio Electrónico, en donde se analizarán beneficios como: los elementos básicos de una tienda virtual, el software que le asiste y los modelos de comercio electrónico. En lo referido al Análisis E-Business o Negocio Electrónico, se revisarán temas como: elementos constitutivos, modelos desarrollados mediante aplicaciones en Internet, ventajas que brindan las redes y el crecimiento generado mediante adaptaciones de negocios en sitios WEB.

La segunda actividad de aprendizaje: ***"Ejecutar procedimientos de negociación y venta, de acuerdo con la política***

estratégica establecida y el plan de mejoramiento acordado", enfocará el proceso formativo mediante el estudio de las nuevas teorías que giran alrededor de la maximización de planes empresariales, vistos éstos, como la reunión de las acciones funcionales de la organización y sus tácticas en la intervención de la gestión comercial de la empresa, es decir, en la Ejecución del Plan de Ventas; en cuanto a la implementación de Estrategias de Distribución y en el Seguimiento de las Ventas, se plantea un balanceo con la prestación de un buen servicio como valor agregado fundamental para generar posicionamiento y reconocimiento en el mercado.

De acuerdo con la estructura temática propuesta, se han diseñado actividades mediante las cuales los aprendices apropiarán conocimientos enfocados hacia el desarrollo integral de competencias, las cuales deberán ser evidenciadas a través de las estrategias estructuradas en el proyecto formativo, como son la resolución de casos, la respuesta a cuestionarios de preguntas y la transferencia de conocimientos.

En su visión integradora la presente Actividad de Proyecto, aborda contenidos referidos a la comprensión de textos en idioma inglés sobre marketing en forma escrita y auditiva; así mismo, se exponen temas relacionados con el desempeño laboral y su organización, mediante la presentación del modelo de trabajo en equipo.

Al finalizar esta guía, el aprendiz estará en la capacidad de administrar las fases del proceso de la distribución, los planes de ventas y el comercio electrónico, dando fundamentación a la aplicación de su proyecto formativo; así mismo, cimentará sus competencias como Tecnólogo en Gestión de Mercados, idóneo en la ejecución de métodos y herramientas para el trabajo en equipo, y en la aplicación de estrategias en áreas y procesos funcionales de la organización.

¡Bienvenidos!

3. ESTRUCTURACION DIDACTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

Una vez abordadas las temáticas en el proceso de las actividades de distribución, ventas y marketing comercial aplicando las estrategias propias de un plan de ventas, identificando los elementos que intervienen en la organización y estructura de los canales comerciales, se proponen algunos interrogantes que el aprendiz debe analizar mediante una reflexión comprometida con su proceso formativo:

- ¿Cuál es la importancia de un plan de ventas?
- ¿Qué elementos y características de los planes de ventas propician su ejecución eficiente?
- ¿Qué aspectos diferencian las estrategias de distribución?

La anterior reflexión permitirá al aprendiz identificar claramente los elementos, características y aspectos básicos en los procesos de los planes de ventas, su ejecución, su seguimiento y las estrategias de distribución para las empresas.

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

El proceso del aprendiz en las actividades de reflexión inicial, ha contribuido a clarificar su propuesta de ejecución, seguimiento y ajustes a los planes de ventas; así como a identificar las características de las estrategias de distribución.
Para una ampliación en la conceptualización de los temas de estudio, es importante que el aprendiz avance en toda la propuesta temática presentada para la presente guía de aprendizaje, comprometiendo su esfuerzo en la clarificación y asimilación de conceptos y elementos que intervienen en la estructuración y caracterización de las ventas.

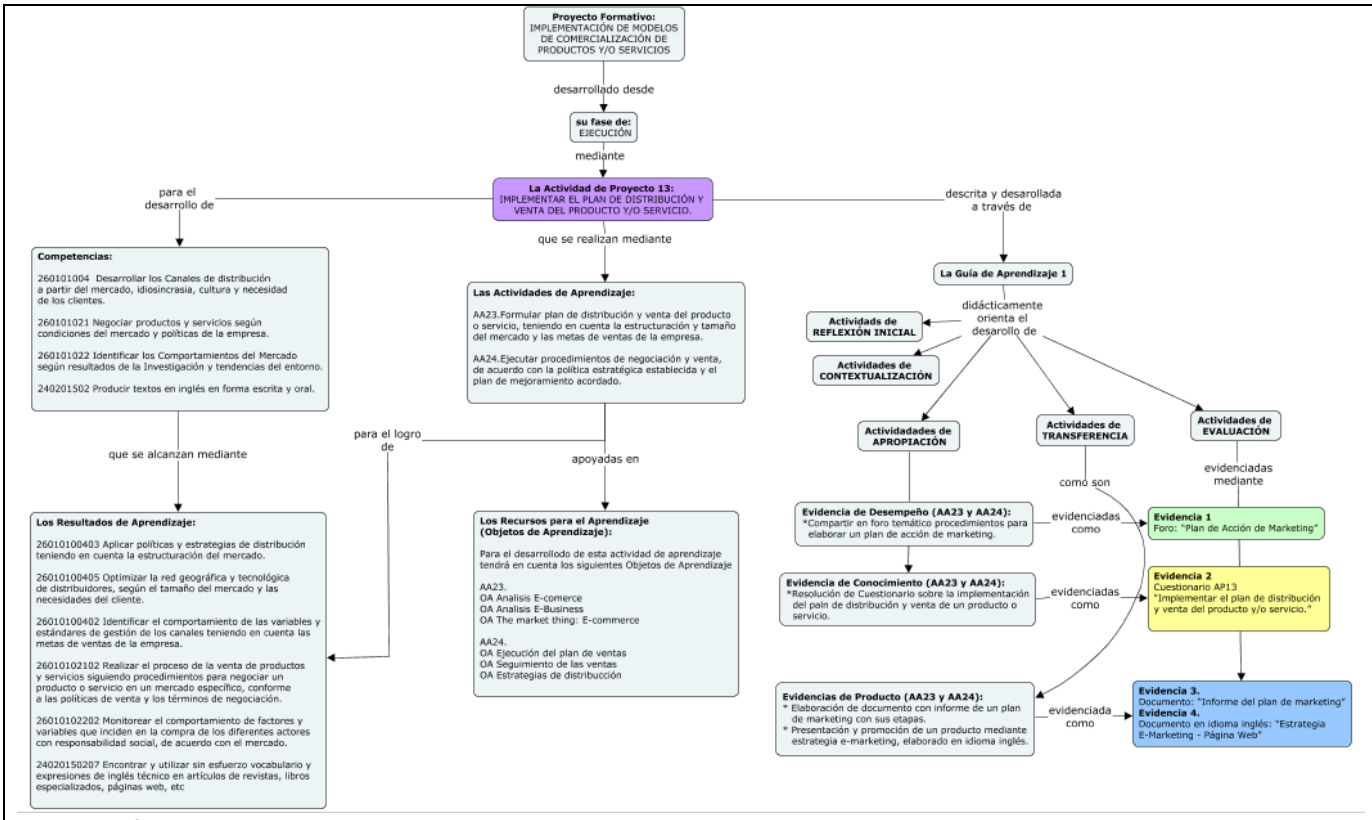
La actividad de aprendizaje (AA23): ***"Formular plan de distribución y venta del producto o servicio, teniendo en cuenta la estructuración y tamaño del mercado y las metas de ventas de la empresa"***, hace necesaria la profundización de conocimientos en:

- Análisis E-commerce
- Análisis E-Business
- The market thing

En cuanto a los contenidos temáticos para la actividad de aprendizaje (AA24): ***"Ejecutar procedimientos de negociación y venta, de acuerdo con la política estratégica establecida y el plan de mejoramiento acordado"***, son los siguientes:

- Ejecución del plan de ventas
- Seguimiento de las ventas
- Estrategias de distribución

Considerando que el aprendiz cuenta con mayor claridad sobre los procesos y conocimientos asociados a esta guía de aprendizaje, correspondiente a la ***Fase III Ejecución*** en su actividad de proyecto 13: ***"Implementar el plan de distribución y venta del producto y/o servicio"***, se hace necesario que estudie y comprenda el esquema de contenidos de la guía presentado a continuación, donde se muestran las actividades de aprendizaje a realizar, frente a los contenidos, resultados de aprendizaje, competencias y evidencias a desarrollar.



Dedicación horaria

Esta primer actividad de proyecto tiene una duración de **270 horas**, las cuales incluyen tiempo de **trabajo independiente** que debe dedicar el aprendiz para su desarrollo, representado en un 80%; y el tiempo de **acompañamiento directo del instructor** equivalente al 20%.

Relación horaria Actividad de Proyecto en consideración de las evidencias a desarrollar.

Descripción	Peso %	Intensidad Horaria	Evidencia 1 (Foro)	Evidencia 2 (Cuestionario)	Evidencia 3 (Producto)	Evidencia 4 (Producto)	Subtotales
			20%	15%	35%	30%	
Trabajo Independiente del Aprendiz:	80%	216	43,2	32,4	75,6	64,8	216
Trabajo con acompañamiento directo del instructor:	20%	54	10,8	8,1	18,9	16,2	54
Tiempo desarrollo de Actividad de Proyecto:	**100%**	**270**	54	40,5	94,5	81	270

Conceptos:

- **Trabajo Independiente del Aprendiz:** Corresponde al tiempo que el aprendiz debe dedicar en su proceso de formación de manera independiente al tiempo que normalmente recibe con acompañamiento directo del instructor.
- **Trabajo de acompañamiento directo del Instructor:** Corresponde al tiempo directo que el instructor debe dedicar al aprendiz en el proceso formativo, este acompañamiento se enfoca en el seguimiento, la realimentación, orientación y evaluación.

Orientación del Instructor
Para el desarrollo de las actividades de aprendizaje y sus correspondientes evidencias, el instructor orientará la revisión y posterior profundización en los contenidos y recursos didácticos (objetos de aprendizaje, videos, enlaces externos, bibliografía, otros) dispuestos en el ambiente virtual. Igualmente, brindará retroalimentación oportuna sobre sus resultados de aprendizaje y competencias en desarrollo.
Así mismo, el instructor, es el encargado de orientar el proceso formativo mediante explicaciones específicas, aclaración de inquietudes, direccionamiento de actividades, recomendaciones para el aprendizaje y desarrollo de ejercicios prácticos; fomentando en el aprendiz una cultura de investigación, de respeto a los derechos de autor y de acción basada en la calidad; todo esto, circunscrito al concepto de mejoramiento continuo, con el ánimo de añadir valor agregado a la actividad de proyecto encargada de caracterizar el comportamiento del mercado, enfatizando de manera inclusiva y pertinente, un proceso formativo sustentado en principios y valores.

Encuentro Sincrónico Actividad de Proyecto: Cada vez que inicie a una Actividad de Proyecto, el instructor(es) deberá(n) realizar un encuentro sincrónico con el grupo de aprendices donde explicará(n) el objetivo de la Actividad de Proyecto, las actividades de aprendizaje a realizar y las evidencias solicitadas, los criterios de evaluación con que se evaluarán, entre otros aspectos, como por ejemplo resolver dudas e inquietudes, explicar temas técnicos específicos, orientar en la búsqueda de información y entrega de evidencias, etc. El encuentro debe realizarse antes del envío de evidencias y publicar su grabación en el foro “Encuentros Sincrónicos”, indicando en el nombre de la secuencia la fecha del encuentro, y al interior de la publicación el detalle de los temas tratados y los documentos soportes utilizados en la sesión, por ejemplo: diapositivas, documentos, artículos, videos, entre otros.

Relación de Actividades de Aprendizaje en consideración de los Resultados de Aprendizaje y las Evidencias a desarrollar.

A continuación se observa la interrelación entre actividades de aprendizaje y los resultados de aprendizaje abordados desde las evidencias que se desarrollarán, las cuales fueron diseñadas para el logro de aprendizajes de forma integral dando respuesta a las actividades de proyecto como elemento integrador del proceso formativo.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Evidencia 1 (Foro) AP13-EV01-Foro: "Plan de Acción de Marketing".	Evidencia 2 (Cuestionario) AP13-EV02-Cuestionario AP13. "Implementar el plan de distribución y venta del producto y/o servicio".	Evidencia 3 (Producto) AP13-EV03-"Informe del plan de marketing".	Evidencia 4 (Producto) AP13-EV04-INGLES: "Estrategia E-Marketing-Página Web".
AA23. Formular plan de distribución y venta del producto o servicio, teniendo en cuenta la estructuración y tamaño del mercado y las metas de ventas de la empresa.	26010100403 Aplicar políticas y estrategias de distribución teniendo en cuenta la estructuración del mercado.		X	X	
	26010100405 Optimizar la red geográfica y tecnológica de distribuidores, según el tamaño del mercado y las necesidades del cliente.			X	
	26010100402 Identificar el comportamiento de las variables y estándares de gestión de los canales teniendo en cuenta las metas de ventas de la empresa.			X	
	26010102202 Monitorear el comportamiento de factores y variables que inciden en la compra de los diferentes actores con responsabilidad social, de acuerdo con el mercado.	X			
	24020150207 Encontrar y utilizar sin esfuerzo vocabulario y expresiones de inglés técnico en artículos de revistas, libros especializados, páginas web, etc.				X
AA24. Ejecutar procedimientos	26010100403 Aplicar políticas y estrategias de		X	X	

de negociación y venta, de acuerdo con la política estratégica establecida y el plan de mejoramiento acordado.	distribución teniendo en cuenta la estructuración del mercado.					
	26010100402 Identificar el comportamiento de las variables y estándares de gestión de los canales teniendo en cuenta las metas de ventas de la empresa.			X		
	26010102102 Realizar el proceso de la venta de productos y servicios siguiendo procedimientos para negociar un producto o servicio en un mercado específico, conforme a las políticas de venta y los términos de negociación.	X		X		
	24020150207 Encontrar y utilizar sin esfuerzo vocabulario y expresiones de inglés técnico en artículos de revistas, libros especializados, páginas web, etc.				X	

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

Es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante el estudio y aplicación de la presente guía, son fundamentales para establecer y realizar el planteamiento del problema, necesidad u oportunidad del proyecto de formación.

Para el desarrollo de esta actividad de aprendizaje es importante que usted como aprendiz:

- Fortalezca sus conocimientos a través de la consulta de los diferentes objetos de aprendizaje y recursos que se proporcionan en el ambiente virtual; igualmente válida como herramienta de apoyo, resulta la obtención de información a partir de búsqueda y consulta propia.
- Construya todas las evidencias requeridas y aplique el proceso de autoevaluación a través de los instrumentos de evaluación proporcionados, con el fin de verificar el cumplimiento de las exigencias pedidas.
- Publique las evidencias en la plataforma virtual de aprendizaje con el fin de que sean evaluadas por el instructor, o equipo de instructores que apoyan la ejecución del proceso; como resultado de esta evaluación

recibirá la retroalimentación de logros alcanzados, de tal manera que pueda reflexionar frente a su aprendizaje y avance en el proceso formativo**.**

Para el desarrollo de las **actividades de aprendizaje 23 y 24,** se proporcionan en plataforma LMS una serie de objetos de aprendizaje (OA), que el aprendiz debe leer, comprender y asimilar, toda vez que en ellos, encontrará la información que le permitirá analizar la conceptualización técnica necesaria para la caracterización del comportamiento de un mercado.

Ahora proceda con la lectura y análisis de los siguientes materiales de estudio:

Objetos de Aprendizaje de la Actividad de Aprendizaje 23

- OA Analisis E-commerce
- OA Analisis E-Business
- OA The market thing: E-commerce

Objetos de Aprendizaje de la Actividad de Aprendizaje 24

- OA Ejecución del plan de ventas
- OA Seguimiento de las ventas
- OA Estrategias de distribución

En cada objeto de aprendizaje (OA), usted encontrará una Actividad de Afianzamiento como instrumento de retroalimentación que le permitirá verificar el alcance de conocimientos adquiridos, podrá revisar el mapa orientador de contenidos, analizar el glosario de términos relevantes al tema de estudio, cotejar la bibliografía para la exploración y seguimiento de la temática desarrollada y estudiar los contenidos en general. Recuerde que cada objeto de aprendizaje podrá revisarlo desde su PC previa conexión a internet, podrá descargar el PDF general y el Objeto de Aprendizaje a su computador, de esta forma usted tiene la posibilidad de revisar el material de estudio cuantas veces desee sin necesidad de estar conectado a internet.

A continuación se presenta de forma general los conceptos y contenidos diseñados para el desarrollo de la actividad de aprendizaje (AA23): ***"Formular plan de distribución y venta del producto o servicio, teniendo en cuenta la estructuración y tamaño del mercado y las metas de ventas de la empresa"***. Recuerde que la revisión de los materiales de estudio es fundamental para su proceso formativo como Tecnólogo en Gestión de Mercados.

- **OA Análisis E-commerce:** Revisa el contenido temático en donde se analizarán beneficios que aportan los elementos básicos de una tienda virtual, el software que le asiste y los modelos de comercio electrónico. Los subtemas a considerar dentro del contenido temático son los siguientes:
  - Qué es el comercio electrónico
  - Beneficios del comercio electrónico
  - Elementos básicos de la tienda virtual
  - Software para la tienda virtual

- **OA Análisis E-Business:** Se revisan las características relevantes del negocio electrónico, sus elementos constitutivos, los modelos desarrollados mediante aplicaciones en Internet, las ventajas que brindan las

redes y el crecimiento generado mediante adaptaciones de negocios en sitios WEB. Los subtemas considerados dentro del contenido temático son los siguientes

- Concepto de negocio electrónico
- Elementos del Negocio electrónico
- Modelos de Negocio electrónico
- Ventajas de los negocios electrónicos
- Aplicaciones de internet para el negocio electrónico

- **OA Market thing:** Explica las situaciones de mercadeo a partir del aprovechamiento del comercio electrónico, utilizando las posibilidades brindadas por Internet para la creación de tiendas virtuales.

Los conceptos y contenidos diseñados para el desarrollo de la actividad de aprendizaje (AA24): ***"Ejecutar procedimientos de negociación y venta, de acuerdo con la política estratégica establecida y el plan de mejoramiento acordado",*** son los siguientes:

- **OA Ejecución del plan de ventas:** Propone para su desarrollo temático los siguientes contenidos:
  - Contacto con los clientes
  - Características del producto y la venta
  - Comunicación con el cliente
  - Uso de técnicas de venta
  - Organización del equipo de ventas
  - Tipos de venta
  - Gestión del plan de ventas
  - Recepción y entrega de pedidos
  - Nivel de servicio al cliente
  - Evaluación y control de la fuerza de ventas

- **OA Seguimiento de las ventas:** Enfatiza la importancia de la constante evaluación a los procesos de mercadeo, teniendo en cuenta que en la actualidad los cambios en este sector son rápidos y con fuerte tendencia hacia propuesta "de temporada", así como, la acción de constante innovación en las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, que día a día cobran mayor relevancia en el campo de la gestión de mercados:
  - Monitoreo del comportamiento de compra
  - Factores externos e internos de la compra
  - Métodos y técnicas psicológicas de análisis del consumidor
  - Monitoreo del producto o servicio
  - Migración del valor
  - Evaluación de los atributos del producto o servicio
  - Control interno: sistema de gestión de calidad
  - Monitoreo del equipo de ventas

- **OA Estrategias de distribución:** Sus contenidos se desarrollan en los siguientes subtemas:

- Objetivos de la distribución
- Políticas de distribución
- Tipos de distribución
- Administración del sistema de distribución
- Estrategias de presión
- Estrategias de comunicación corporativa
- Estrategias de fortalecimiento empresarial
- Estrategias globales de la organización
- Distribución y E-Commerce
- Planificación de los recursos de la empresa – ERP
- Cadena de abastecimiento
- Lead time
- Eficiencia y efectividad en el canal de distribución

A continuación, se describen las evidencias a realizar.

Evidencia 1 (De Desempeño)
AP13-EV01- Foro: "Plan de Acción de Marketing". Para el desarrollo de esta evidencia el aprendiz deberá haber leído el material de estudios correspondientes al análisis del E-Commerce, análisis del E-Business, ejecución del plan de ventas, seguimiento de las ventas y estrategias de distribución. Una vez el aprendiz realice las lecturas sugeridas, ingresar al Foro temático y compartirá el análisis sobre el procedimiento para la elaboración del plan de acción de marketing teniendo en cuenta la tendencia del marketing digital.

Además de la participación en el foro sobre el procedimiento de plan de acción de marketing, el aprendiz deberá dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Respecto del producto o servicio a comercializar qué estrategias de distribución considera le son pertinentes y por qué?
- ¿Qué factores considera puede influir negativamente y positivamente en la ejecución del plan de ventas para el producto o servicio a comercializar?
- ¿Cuáles tendencias del marketing digital considera apropiadas y aplicables a su producto o servicio para su promoción y comercialización?

Para el desarrollo de esta actividad el aprendiz debe apoyarse en investigaciones que le permitan profundizar sobre los temas formulados, se pide justificar la respuesta y realizar comentarios y aportes a la participación de otros aprendices en formación; se evaluará el análisis e interpretación de los contenidos estudiados y los aportes que realice en el foro a dos compañeros, a quienes deberá formular realimentación sobre sus argumentos planteados, así como inquietudes percibidas a cada propuesta.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: "**TGM-AP13-EV01"**

- Instrumento de evaluación: "**TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion"**

Forma de entrega:
En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Ejecución*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, participe en el foro haciendo clic en el enlace: **AP13-EV01- Foro: "Plan de Acción de Marketing"**, para participar en el foro también puede ir directamente al link de "foros" desde el menú principal.

Evidencia 2 (De Conocimiento)
AP13-EV02- Cuestionario de preguntas: "Implementar el plan de distribución y venta del producto y/o servicio". Con el fin de obtener evidencia del proceso de aprendizaje, con relación a los conocimientos adquiridos por el aprendiz para el logro de los resultados de aprendizaje previstos, mediante la interacción de éste con el material de estudio suministrado en cada uno de los Objetos de Aprendizaje dispuestos en plataforma, para las Actividades de Aprendizaje 23 y 24; se dispone de un cuestionario que determina si el aprendiz maneja adecuadamente los conceptos relacionados con la formulación del plan de distribución y venta del producto o servicio, teniendo en cuenta la estructuración y tamaño del mercado y las metas de ventas de la empresa, y la ejecución de procedimientos de negociación y venta, de acuerdo con la política estratégica establecida y el plan de mejoramiento acordado.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP13-EV02"**

Forma de entrega:
En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Planeación*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, conteste el cuestionario de preguntas a través del siguiente enlace: **AP13-EV02- Cuestionario AP13. "Implementar el plan de distribución y venta del producto y/o servicio".**

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

En este momento, usted como aprendiz ha logrado reflexionar, contextualizar y apropiar los conceptos más representativos sobre la implementación del plan de distribución y ventas de producto o servicio, avanzando con ello, hacia el objetivo de cumplir con las proyecciones previamente organizadas y explicitadas en los temas propuestos. De otro lado, con la revisión de contenidos, usted ahora comprende las ideas principales de textos complejos en el idioma inglés, de manera que puede producir textos escritos con aplicación en acciones de mercadeo, igualmente maneja una expresión oral que le facilita el intercambio directo de ideas para el ejercicio de una negociación. Basados en la estructuración de competencia alcanzada, se proponen las siguientes actividades para la transferencia de conocimientos:

Evidencia 3 (De Producto)
AP13-EV03- "Informe del plan de marketing". De acuerdo a las indicaciones del instructor y una vez revisado el material de estudio para la Actividad de Proyecto 13. "***Implementar el plan de distribución y venta del producto***

y/o servicio.", y los temas de estudio propuestos para las Actividades de Aprendizaje (AA23): "Formular plan de distribución y venta del producto o servicio, teniendo en cuenta la estructuración y tamaño del mercado y las metas de ventas de la empresa", y la actividad de aprendizaje (AA24): "Ejecutar procedimientos de negociación y venta, de acuerdo con la política estratégica establecida y el plan de mejoramiento acordado"; el aprendiz deberá elaborar un documento que contenga el Informe del plan de marketing con todas sus etapas, aplicando cada uno de los pasos vistos.

Para cumplir con esta evidencia, es importante que usted haya revisado, leído y comprendido el material de estudio presentando en esta guía. De acuerdo con las indicaciones de su instructor, posteriormente debe ingresar a la plataforma LMS y entregar la actividad (evidencia) desarrollada en la plataforma.

Encuentro Sincrónico Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia es necesario que el instructor o instructores a cargo realicen un encuentro sincrónico con los aprendices específicamente para describir la evidencia, brindar orientación, resolver dudas e inquietudes respecto de su elaboración, entendimiento, interpretación y entrega.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP13-EV03"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP13-EV03"**
- Rubrica Sustentación de Actividades **"TGM-IE-RS-Evidencias"**

Forma de entrega:
En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Planeación*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP13-EV03- "Informe del plan de marketing".**

Evidencia 4 (De Producto)
AP13-EV04- INGLES: "Estrategia E-Marketing- Página Web". El aprendiz deberá realizar presentación y promoción en inglés de un producto mediante estrategia e-marketing.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP13-EV04"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP13-EV04"**

Forma de entrega:
En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Ejecución*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP13-EV04- INGLES: "Estrategia E-Marketing- Página Web".**

Encuentro Sincrónico Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia es necesario que el instructor o instructores a cargo realicen un encuentro sincrónico con los aprendices específicamente para describir la evidencia, brindar orientación, resolver dudas e inquietudes respecto de su elaboración, entendimiento, interpretación y entrega.

3.5 Actividades de evaluación

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Desempeño: **AP13-EV01-** Foro: "Plan de Acción de Marketing".	Caracteriza a los clientes y consumidores mediante la identificación de actitudes, comportamientos e intereses frente a los productos y servicios que ofrece la empresa al momento de la compra. Explica claramente las ventajas y desventajas de una posible decisión en lo técnico. Maneja situaciones embarazosas frente a las preguntas y objeciones del cliente.	Formato para desarrollo de evidencia: "**TGM-AP13-EV01"** Instrumento de evaluación: "**TGM-IE-RubricaTIGRE-Foros Discusion**"
Evidencias de Conocimiento : **AP13-EV02- Cuestionario AP13.** "Implementar el plan de distribución y venta del producto y/o servicio".	Maneja situaciones embarazosas frente a las preguntas y objeciones del cliente. Interpreta motivación, interés y decisión de compra por parte del cliente. Determina la red geográfica con el apoyo de tecnologías informáticas y mediante la identificación de los puntos de origen y destino de los bienes e información.	Enlace LMS – Prueba de Conocimiento Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP13-EV02"**
Evidencias de Producto: **AP13-EV03-** "Informe del plan de marketing".	Cálcula los estándares aplicando las técnicas de diseño de estándares con el apoyo de software, teniendo en cuenta variables relacionadas con el número de pedidos, la	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP13-EV03"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP13-EV03"**

	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. Aplica estrategias de venta y negociación apoyado en medio de comunicación establecido por la organización. Evalúa el comportamiento de los clientes y consumidores mediante la aplicación de métodos y técnicas sicológicas y de análisis del comportamiento humano de acuerdo el segmento de mercado y el producto o servicio. Define los estándares de acuerdo con la participación y crecimiento en el mercado, la concentración de clientes y el tipo de canal, a partir de los estándares y políticas de la organización. Interpreta motivación, interés y decisión de compra por parte del cliente. Elabora el plan de distribución aplicando técnicas y procedimientos de planeación 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. Evalúa los costos de la red según tiempos y distancias de los diferentes clientes y centros o	Rubrica Sustentación de Actividades **“TGM-IE-RS-Evidencias”**

	unidades de negocio, aplicando procedimientos para el cálculo de costos con el apoyo de software. Determina la red geográfica con el apoyo de tecnologías informáticas y mediante la identificación de los puntos de origen y destino de los bienes e información.	
Evidencia de Producto **AP13-EV04- INGLES:** "Estrategia E-Marketing- Página Web"**.**	Toma parte activa en debates informales dentro de contextos de trabajo habituales. Plantea, explica y contesta hipótesis técnicas.	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP13-EV04"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP13-EV04"**

4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/Herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (Instructores)		AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	**ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva)** y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente
Implementar el plan de distribución y venta del producto y/o servicio.	270	NA	NA	**Objetos de Aprendizaje Actividad de Aprendizaje 23** OA Analisis E-commerce OA Analisis E-Business OA The market thing: E-commerce **Objetos de Aprendizaje Actividad de Aprendizaje 24** OA Ejecución del plan de ventas OA Seguimiento de las ventas OA Estrategias de distribución	6	Mercados Idiomas	2	Ambiente Virtual de Aprendizaje dispuesto en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS) accedido a través de la plataforma SENA SOFIA PLUS.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Abandono: Hace referencia al usuario cuando está intentado comprar algo a través de internet, pero no completa el proceso de compra.

Actitud: Evaluación que hace una persona de una idea o un objeto.

Análisis de ventas: Estudio de las cifras devenías con objeto de revisar, mejorar o corregir una situación de mercadeo. La información de ventas se disgrega en sus componentes individuales y se examinan en lo tocante a su relación con otros factores que operan dentro de la mezcla de mercadeo.

Aranceles: Publicaciones que indican las tasas de envío de diferentes productos. También se refieren a los impuestos asignados a bienes de importación.

Base de Datos: Sistema o archivo que contiene información organizada y estructurada.

Bienes de consumo: Productos elaborados expresamente para que los utilice el consumidor final, en contraposición a aquellos que se fabrican para revenderlos o utilizarlos en la fabricación de otros artículos. Productos, como cigarrillos, cerveza y goma de mascar que se compran con frecuencia, inmediatamente y con poco esfuerzo de venta.

Comercio Electrónico o E-COMMERCE: Intercambios mediados por la tecnología entre diversas partes (individuos, organizaciones, o ambos), así como, las actividades electrónicas dentro y entre organizaciones que facilitan esos intercambios.

Comercio en Internet: Comercio realizado a través de plataformas de internet.

Compañía: Empresa o sociedad mercantil: una compañía de seguros; una compañía de productos químicos.

Consumidor: Persona que compra productos de consumo. En mercadeo se aplica a todo comprador.

Demanda total: La demanda total del mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente de mercadeo definido, bajo un programa de mercadeo definido.

Diseño: Se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades.

Distribución física: Proceso por el que los bienes se transfieren del fabricante, pasando por varios intermediarios, hasta llegar al cliente, que incluye funciones tales como envíos, control de inventario en almacenes, procesamiento de pedidos y servicio a la clientela.

Distribuidor: Comerciante mayorista que adquiere y se hace cargo de la distribución de productos a los detallistas.

E-Book: Se refiere a los libros en formato digital; éstos pueden ser leídos en dispositivos móviles o computadores personales.

E-Business: Por sus siglas en inglés, hace referencia a los Negocios Electrónicos; definidos como cualquier actividad empresarial que se realiza a través de Internet, mediante la utilización de las tecnologías de la información; éstas facilitan la compra y venta de productos, servicios e intercambio de información a través de internet, intranet y extranet.

Estímulo: Cualquier acontecimiento que un individuo sea capaz de percibir o sentir.

Estrategia: Arte de dirigir operaciones. Arte, traza para dirigir un asunto.

Exhibidor: Concepto de exhibidor de producto Exhibe productos de marca de cualquier naturaleza Puede o no contener la línea completa de productos de una marca o empresa.

Existencia: Se refiere al número de productos que existen en las bodegas o almacenes de una empresa.

Exposición comercial: Las ferias y exposiciones son eventos de gran magnitud y amplio alcance que, si bien no es su principal meta, potencian el turismo en el lugar en donde se realizan. Tanto las ferias como las exposiciones, son la vidriera de una temática especial de diferentes empresas que, durante una cantidad limitada de tiempo, en un espacio determinado organizado para tal fin, los visitantes recorrerán y conocerán sus productos o servicios

F – Commerce: Tipo de comercio electrónico que se desarrolla dentro de la plataforma FACEBOOK. La idea es que los usuarios realicen compra en línea a sin necesidad de abandonar esta plataforma.

Firma Digital: Mecanismo en el cual un documento es firmado, de tal forma que se asegura que la persona firmante, efectivamente, lo ha hecho.

Góndola: Soporte publicitario que consiste en un mueble alargado, de tres o más niveles, muy utilizado en los comercios para la presentación de mercancías. Es una forma atractiva de promocionar productos en los puntos de venta.

Google Analytics: Sistema gratuito de Google para rastrear el comportamiento de los visitantes, el tiempo de visita, la tasa de rebote y georreferenciación de nuestro portal WEB.

Google WEBmasters: Herramienta gratuita de Google para dueños y administradores de páginas web.

Hosting: Servicio para alojamiento de páginas web.

Idea: Se denomina idea a una experiencia mental que relaciona elementos, descubre causas de situaciones o crea a una nueva posibilidad de acción. Las ideas son parte de la capacidad de abstracción del hombre, un rasgo de la inteligencia que les separa del resto de los animales **(Definición, 2016)**

Instrumento: Elemento o herramienta de apoyo para una actividad.

Investigación de Mercados: Proceso para buscar información acerca de consumidores, el entorno de las organizaciones, las necesidades de bienes o servicios para tomar decisiones relacionadas con el mercado.

Investigación: De acuerdo a las definiciones que presenta la Real Academia Española (RAE) sobre la palabra investigar (vocablo que tiene su origen en el latín investigare), este verbo se refiere al acto de llevar a cabo estrategias para descubrir algo. También permite hacer mención al conjunto de actividades de índole intelectual y experimental de carácter sistemático, con la intención de incrementar los conocimientos sobre un determinado asunto.

Investigación: Se hace referencia a la indagación de información para buscar solución a una posible situación problémica.

Logística inversa: Acciones tendientes a proteger el medio ambiente, a través del re uso, re manufacturación o reutilización de productos.

Logística: Concepto amplio aplicado a todas las fases de distribución de los productos, incluyendo todos los eslabones de la cadena distribución, requeridos para hacer llegar el producto hasta el cliente final. La logística (término de origen militar) se encarga de optimizar fletes, asegurarse que los productos vayan bien transportados, calcular tiempos de espera y de descarga, manejo y control de almacenamiento. El objetivo final de la logística es disminuir los niveles de inventario y de optimizar el funcionamiento de toda la cadena de distribución.

Marca: Marca es un término que cuenta con varios usos y significados. Uno de los más frecuentes está vinculado al derecho exclusivo a la utilización de una palabra, frase, imagen o símbolo para identificar un producto o un servicio.

Mayoreo: Proceso que consiste en comprar las existencias de un fabricante, almacenarlas, venderlas y enviarlas ya sea a usuarios industriales o a establecimientos al menudeo, dependiendo del tipo de productos.

Medios de difusión: Aquellos elementos que tienen como misión desde la publicidad, hacer llegar los mensajes a los destinatarios objeto de dichas comunicaciones.

Medios de Pago: Diferente formas como un cliente puede comprar un producto.

Medios Sociales: Es la agrupación de las diferentes redes sociales, por ejemplo: Twitter, Facebook.

Mercadeo: Proceso de planificación, ejecución, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales **(AMERICAN**

MARKETING ASOCIATION, 2016).

Mercado: Todos aquellos compradores de un producto o un servicio.

Mercadotecnia: American Marketing Association (AMA), la mercadotecnia es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general.

Navegador de Internet: Término genérico usado para definir los programas con los que se accede a la WEB en internet, se conocen como Browser.

Navegadores: Aplicaciones que permiten la visualización de los contenidos WEB.

Necesidades: Condiciones insatisfechas o de carencias.

Negocios Electrónicos: Ejecución de negocios en canales electrónicos como internet. Se conoce como E-BUSSINES.

Nichos de mercado: En mercadeo describe pequeños grupos de consumidores que tienen necesidades muy estrechas, o combinaciones únicas de necesidades. Pequeños mercados no atendido por otras empresas.

Portal WEB: Documento electrónico que contiene información textual y audiovisual; se encuentra alojada en un servidor y es visualizada a través del servicio World Wide WEB.

Propaganda: Se establece como una forma de comunicación cuyo objetivo fundamental es influenciar al público con algunos argumentos específicos y sesgar compras.

Proyecto: Término proyecto proviene del latín *proiectus* y cuenta con diversas significaciones. Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo.

Prueba de mercado: Proceso por el que se prueba un producto nuevo en una región limitada que se considera representativa del mercado general. La información de cada prueba se extrapola y proyecta al mercado completo para fines de planeación.

Publicidad: Se entiende como una técnica de comunicación que utiliza los medios de difusión en busca de objetivos comerciales en procura de influencia sobre las actitudes y gustos de los consumidores.

Servicio: Cualquier actividad, beneficio o satisfacción que se ofrece a la venta. Es esencialmente intangible y no puede resultar en propiedad de algo concreto. El servicio puede o no estar ligado a un producto físico o tangible.

Servidor: Equipo de cómputo que forma parte de una red y provee servicios a otros clientes.

Sistemático: Que sigue o se ajusta a un sistema o conjunto de elementos ordenados: una investigación sistemática

es siempre más fiable.

Tendencias: Curso o direccionamiento que toman diferentes mercados

Utilidad: Valor que posee un bien o servicio para la persona que lo compran.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOSA

AMERICAN MARKETING ASOCIATION. (2016). *Concepto de Mercadeo*. Recuperado el 14 de Marzo de 2016, de ama.org: https://goo.gl/iHpZcA

Amstrong, P. K.-G. (2003). *Fundamentos del Marketing.* Mexico: PEARSON.

Benassini, M. (2009). *Introducción a la Investigación de Mercados.* México D.F.: Pearson Educación, Inc. Recuperado el Marzo de 2016

Business School - OBS. (14 de Febrero de 2014). *¿Qué es un diagrama de Gantt y para qué sirve?* Recuperado el 13 de 03 de 2016, de www.obs-edu.com: http://goo.gl/nJI2Im

CÁMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRÓNICO. (1 de Noviembre de 2014). *Cámara Colombiana de Comercio Electrónico*. Recuperado el 20 de Mayo de 2016, de ccc.org.co: http://ccce.org.co/

Cámara de Comercio de Bogotá. (2011). *Guía para Construir y Formalizar una Empresa.* Bogotá: Kimpres Ltda.

Cámara de Comercio de Bogotá. (2011). *Guías de Consulta para Crear Empresa; Módulos 1, 2, 3 y4.* Bogotá: Kimpres Ltda.

Corrales Pérez, J. (1991). *La Gestión creativa: un Nuevo Método para Desarrollar la Creatividad y Buscar Ventajas Competitivas.* Madrid: Paraninfo S.A.

Exojo, A. (2012). Dinamización del punto de venta. Mc Graw-Hill.

GOOGLE. (2016). *Herramientas y Recursos de la Web 2.0 para Idiomas*. Recuperado el 5 de Marzo de 2016, de www.sites.google.com: https://goo.gl/BoHeA5

Hoffman, D. (2007). *Principios de Marketing y sus Mejores Prácticas.* México DF.: Internal. Thomson Editores. SA CV.Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing* (Octava ed.). (M. G. Martínez Gay, Trad.) México D.F.: Pearson Education, Inc. Recuperado el Marzo de 2016

Instituto Tecnológico de Pachuca. (22 de Octubre de 2014). Las Nuevas Tendencias y la Importancia de los Negocios Electrónicos -Video-. Pachuca, Hidalgo, México. Recuperado el 29 de Abril de 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=9KxSKXUX514

Malhotra , N. K. (1997). *Investigación de Mercados. Un Enfoque Práctico.* México DF.: Prentice Hall.

Peter, P., & Donnelly , J. (1999). *Administración de Marketing.* Madrid: McGraw Hill.

Rayport, J. F., & Jaworsky, B. J. (2003). *E-COMMERCE.* México: INTERAMERICANA.

Rayport, J., & Jaworski, B. (2003). *Introducción al Comercio Electrónico.* Mcgraw-Hill/Irwin Series in Marketing.

Van Den Berghe Romero, E. (1999). *Proyectos Innovadores a Desarrollar En Colombia: Ventajas Competitivas Regionales.* Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Van Den Berghe Romero, E. (2010). *Cómo Crear y Gerenciar su Propia Empresa.* Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

VISA Negocios - La Red de Empresarios Visa-. (2 de Agosto de 2016). ¿Cómo iniciarte en el e-commerce? -Video-. Recuperado el 28 de Abril de 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=cChswP_eGyA

VISA Negocios -La Red de Empresarios Visa-. (10 de Agosto de 2014). ¿Cómo atraer y retener a tus clientes con el E-commerce? -Video-. (C. Mairena, Recopilador) Recuperado el 18 de Mayo de 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=7wi6IYM9LfY

VISA Negocios -La Red de Empresarios Visa-. (10 de Agosto de 2014). Cumplimiento de órdenes de pago y métodos de pago en E-commerce -Video-. Recuperado el 19 de Mayo de 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=gB_phKxPCsU

VISA Negocios -La Red de Empresarios-. (5 de Agosto de 2013). ¿Qué es el Comercio Electrónico? -Video-. Recuperado el 28 de Abril de 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=KJySEhleE94

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADO POR)

Nombre	Cargo	Centro de Formación	Fecha
Raúl Fabián Cadena Vidal	Líder Expertos Temáticos	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	Julio de 2016
John Ricardo Peñuela Vásquez	Expertos Temático	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Julio César Salgado	Experto Temático	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Luz Marina Medina Aguirre	Experta Temática	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	

Ismari Herrera Jeréz	Experto Competencias de Idioma Inglés	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Jorge Enrique Figueroa Chaparro	Experto Competencia Transversal- Ética y Emprendimiento	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Luz Dary Palomino González	Experto Competencia Transversal- Ambiental	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Marian Yarith Carvajal Castellanos	Experto Competencia Transversal- Salud Ocupacional	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Rosa Elvia Quintero Guasca	Asesor Pedagógico Línea de Producción Regional Santander	Centro Industrial de Mantenimiento Integral.	
Luis Orlando Beltrán Vargas	Asesor Pedagógico Línea de Producción Regional Santander	Centro Industrial de Mantenimiento Integral.	

GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 14

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE				
Programa de Formación: TECNÓLOGO EN GESTIÓN DE MERCADOS		Código: 621113 Versión: 2		
Nombre del Proyecto: IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS		Código: 1239683		
Fase del proyecto: EVALUACIÓN				
Actividad de Proyecto: Valorar el Modelo de Comercialización de Productos y/o Servicios	**Actividad (es) de Aprendizaje:** AA25. Evaluar el modelo de comercialización del producto o servicio, teniendo en cuenta políticas y criterios de gestión y el impacto en las finanzas de la empresa.	Ambiente de formación ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.	MATERIALES DE FORMACIÓN DEVOLUTIVO (Herramienta - equipo)	 CONSUMIBLE (unidades empleadas durante el programa)
Resultados de Aprendizaje: 2103010292 Investigar las causas y soluciones a los problemas contables y financieros con sentido de pertenencia, de acuerdo con las normas de control interno y financieras.	**Competencia:** 210301029 Analizar los resultados contables y financieros según los criterios de evaluación establecidos por la organización.	Ambiente Virtual de Aprendizaje dispuesto en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS).	**N/A**	**N/A**
Resultados de Aprendizaje: 21010100504 Analizar los resultados de la evaluación de manera ecuánime, según políticas de gestión y necesidades de las áreas y procesos.	**Competencia:** 210101005 Dirigir el talento humano según necesidades de la organización.			
Resultados de Aprendizaje: 24020150004 Redimensionar permanentemente su proyecto de vida de acuerdo con las circunstancias del contexto y con visión prospectiva.	**Competencia:** 240201500 Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.			

Resultados de Aprendizaje: 24020150208 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.	**Competencia:** 240201502 Producir textos en inglés en forma escrita y oral.			
Duración de la guía: 160 horas				

2. INTRODUCCIÓN

La presente Actividad de Proyecto denominada: "***Valorar el Modelo de Comercialización de Productos y/o Servicios",*** tiene como objetivo brindarle al aprendiz herramientas para el seguimiento y evaluación de los resultados contables y financieros, de acuerdo con los criterios ya establecidos por la organización. El proceso orientador formativo, incluye la necesaria participación del aprendiz en el redimensionamiento permanente de su proyecto de vida, derivado éste, del ineludible y permanente cambio en las estructuras de gestión organizacional.

El tiempo requerido para desarrollar esta actividad de proyecto será de 160 horas, período en el cual se adelantará el estudio de la Actividad de Aprendizaje: ***Evaluar el modelo de comercialización del producto o servicio, teniendo en cuenta políticas y criterios de gestión y el impacto en las finanzas de la empresa;*** los contenidos temáticos a estudiar abordan la evaluación del proyecto formativo mediante el análisis de los **Factores Críticos de Éxito,** con el fin de generar propuestas competitivas hacia la el logro de objetivos satisfactorios. La herramienta **Balanced Scorecard o Cuadro de Mando,** facilita la medición de resultados definidos por el plan estratégico, con el fin de detectar las posibles desviaciones; mientras que, el objeto de aprendizaje **Elaboración del Plan de Mejoramiento** permitirá mitigar los hallazgos de no conformidades en la ejecución del proyecto, mediante la aplicación de ajustes y correctivos pertinentes a las exigencias encontradas mediante la aplicación del **Ciclo de Calidad PHVA**.

Las orientaciones entregadas en la presente Actividad de Proyecto, buscan cerrar el proceso formativo mediante acciones de estudio enfocadas hacia crecimiento y fundamentación profesional, en donde el aprendiz pueda demostrar suficiencia e idoneidad en el manejo de actividades correspondientes a un futuro Tecnólogo en Gestión de Mercados, competente y competitivo en el mundo laboral que le espera.

¡Bienvenido!

3. ESTRUCTURACION DIDACTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE 1 y 2.

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

Teniendo en cuenta que durante el desarrollo de un proyecto formativo, especialmente uno como el que se ha venido desarrollando en el programa de Tecnólogo en Gestión de Mercados, específicamente en el enfoque fundamental de implementar modelos de comercialización de productos y servicios, donde se ha recorrido un basto

camino desde la diagnosticar y caracterizar el mercado, definir un proceso de investigación, definir parámetros de diseño de productos, calcular la oferta y la demanda, sistema de información de mercados, definición de características del producto o servicio, establecer un sistema de distribución y plan de promoción, proyectar presupuesto de ventas, elaborar planes de acción de mercadeo, aplicar pruebas a los productos, conocer lo relacionado con el manejo de acuerdos comerciales y coordinación de equipo de trabajo, implementar un plan de distribución, ahora en la etapa final se podrán conocer aspectos que se abordan en la presente guía en relación con:

- La valoración del modelo de comercialización de productos y/o servicios para determinar su efectividad, eficacia y rentabilidad.

Definidos los lineamientos de la guía de aprendizaje direccionada hacia la valoración del modelo de comercialización, el aprendiz puede realizar una serie de reflexiones en torno a los siguientes cuestionamientos, acerca de la aplicación del cuadro de mando para la evaluación de proyectos, diseño plan de mejoramiento y los factores críticos de éxito, como son:

- ¿Qué otras herramientas puedo aplicar para la evaluación y seguimiento a mi proyecto?
- ¿Mi proyecto formativo permite implementar todas las perspectivas de un cuadro de mando integral?
- ¿Los factores críticos de éxito influyen directamente en la ejecución del proyecto?

Una vez identificados los elementos para la evaluación de proyecto formativo y revisando las preguntas propuestas, como actividad de reflexión, el aprendiz deberá identifica que otras herramientas, técnicas permiten realizar el proceso de evaluación de una manera clara y objetiva del producto o servicio.

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

Con la actividad anterior de la revisión de herramientas para el seguimiento y evaluación, se hace necesario profundización de conocimientos que para el caso de la actividad de aprendizaje AA25. “Evaluar el modelo de comercialización del producto o servicio”, teniendo en cuenta políticas y criterios de gestión y el impacto en las finanzas de la empresa. son los siguientes:

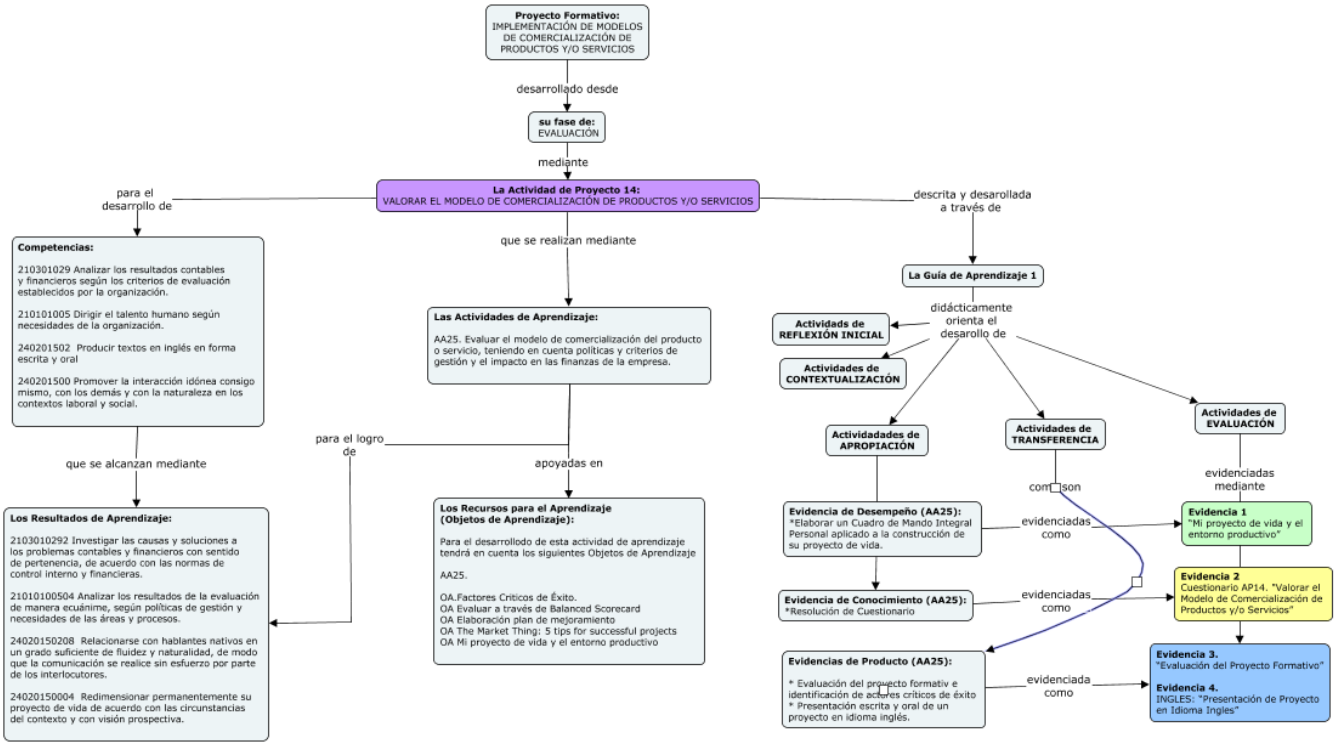
- Cuadro de Mando Integral: La relación de las perspectivas estratégicas con los objetivos instituciones o estratégicos.
- Indicadores de Gestión: Cómo establecer y definir indicadores de evaluación.
- Iniciativas Estratégicas: Cómo establecer relación con los objetivos institucionales o estratégicos.
- The market thing: 5 tips for successful projects: comprensión de textos en inglés en forma escrita y auditiva.

Los conocimientos de integralidad y transversalidad que cobijan las anteriores actividades de aprendizaje, son los siguientes:

- Proyecto de vida y el entorno productivo en el marco del contexto social y laboral.

Considerando que el aprendiz cuenta con mayor claridad sobre los procesos y conocimientos asociados a esta guía de aprendizaje, en su Fase 4 “de Evaluación”, correspondiente a la Actividad de Proyecto 14 **“Valorar el Modelo de Comercialización de Productos y/o Servicios”**; se hace necesario que estudie y comprenda el **esquema de contenidos de la guía** presentado a continuación, donde se muestran las actividades de aprendizaje a realizar,

frente a los contenidos, resultados de aprendizaje, competencias y evidencias a desarrollar.



Dedicación horaria

Esta primer actividad de proyecto tiene una duración de **160 horas**, las cuales incluyen tiempo de **trabajo independiente** que debe dedicar el aprendiz para su desarrollo, representado en un 80%; y el tiempo de **acompañamiento directo del instructor** equivalente al 20%.

Relación horaria Actividad de Proyecto en consideración de las evidencias a desarrollar.

Descripción	Peso %	Intensidad Horaria	Evidencia 1 (Foro)	Evidencia 2 (Cuestionario)	Evidencia 3 (Producto)	Evidencia 4 (Producto)	Subtotales
			25%	20%	35%	20%	
Trabajo Independiente del Aprendiz:	80%	128	32	25,6	44,8	25,6	128
Trabajo con acompañamiento directo del instructor:	20%	32	8	6,4	11,2	6,4	32
Tiempo desarrollo de Actividad de Proyecto:	**100%**	**160**	40	32	56	32	160

Conceptos:

- **Trabajo Independiente del Aprendiz:** Corresponde al tiempo que el aprendiz debe dedicar en su proceso de formación de manera independiente al tiempo que normalmente recibe con acompañamiento directo del instructor.
- **Trabajo de acompañamiento directo del Instructor:** Corresponde al tiempo directo que el instructor debe dedicar al aprendiz en el proceso formativo, este acompañamiento se enfoca en el seguimiento, la realimentación, orientación y evaluación.

Orientación del Instructor

Para el desarrollo de las actividades de aprendizaje y sus correspondientes evidencias, el instructor orientará la revisión y posterior profundización en los contenidos y recursos didácticos (objetos de aprendizaje, videos, enlaces externos, bibliografía, otros) dispuestos en el ambiente virtual. Igualmente, brindará retroalimentación oportuna sobre sus resultados de aprendizaje y competencias en desarrollo.

Así mismo, el instructor, es el encargado de orientar el proceso formativo mediante explicaciones específicas, aclaración de inquietudes, direccionamiento de actividades, recomendaciones para el aprendizaje y desarrollo de ejercicios prácticos; fomentando en el aprendiz una cultura de investigación, de respeto a los derechos de autor y de acción basada en la calidad; todo esto, circunscrito al concepto de mejoramiento continuo, con el ánimo de añadir valor agregado a la actividad de proyecto encargada de caracterizar el comportamiento del mercado, enfatizando de manera inclusiva y pertinente, un proceso formativo sustentado en principios y valores.

Encuentro Sincrónico Actividad de Proyecto: Cada vez que inicie a una Actividad de Proyecto, el instructor(es) deberá(n) realizar un encuentro sincrónico con el grupo de aprendices donde explicará(n) el objetivo de la Actividad de Proyecto, las actividades de aprendizaje a realizar y las evidencias solicitadas, los criterios de evaluación con que se evaluarán, entre otros aspectos, como por ejemplo resolver dudas e inquietudes, explicar temas técnicos específicos, orientar en la búsqueda de información y entrega de evidencias, etc. El encuentro debe realizarse antes del envío de evidencias y publicar su grabación en el foro “Encuentros Sincrónicos”, indicando en el nombre de la secuencia la fecha del encuentro, y al interior de la publicación el detalle de los temas tratados y los documentos soportes utilizados en la sesión, por ejemplo: diapositivas, documentos, artículos, videos, entre otros.

Relación de Actividades de Aprendizaje en consideración de los Resultados de Aprendizaje y las Evidencias a desarrollar.

A continuación se observa la interrelación entre actividades de aprendizaje y los resultados de aprendizaje abordados desde las evidencias que se desarrollarán, las cuales fueron diseñadas para el logro de aprendizajes de forma integral dando respuesta a las actividades de proyecto como elemento integrador del proceso formativo.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Evidencia 1 (Video) AP14-EV01- Foro Temático: "Mi proyecto de vida y el entorno productivo".	Evidencia 2 (Cuestionario) AP14-EV02- Cuestionario AP14. "Valorar el Modelo de Comercialización de Productos y/o Servicios".	Evidencia 3 (Producto) AP14-EV03- "Evaluación del Proyecto Formativo"	Evidencia 4 (Producto) AP14-EV04- INGLÉS: "Presentación de Proyecto en Idioma Ingles".
AA25. Evaluar el modelo de comercialización del producto o servicio, teniendo en cuenta políticas y criterios de gestión y el impacto en las finanzas de la empresa.	2103010292 Investigar las causas y soluciones a los problemas contables y financieros con sentido de pertenencia, de acuerdo con las normas de control interno y financieras.			X	
	21010100504 Analizar los resultados de la evaluación de manera ecuánime, según políticas de gestión y necesidades de las áreas y procesos.			X	
	24020150004 Redimensionar permanentemente su proyecto de vida de acuerdo con las circunstancias del contexto y con visión prospectiva.	X	**X**		
	24020150208 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.				X

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

Es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante el estudio y aplicación de la presente guía, son pieza clave para la implementación de modelos de comercialización tanto de productos como de servicios, por tanto, le invitamos a avanzar en el proceso, teniendo en cuenta que cada elemento estudiado es requerimiento en el alcance completo de las competencias que propone el programa de formación.

Para el desarrollo de esta actividad de aprendizaje es importante que usted como aprendiz:

- Fortalezca sus conocimientos a través de la consulta de los diferentes objetos de aprendizaje y recursos que se proporcionan en el ambiente virtual; igualmente válida como herramienta de apoyo, resulta la obtención de información a partir de búsqueda y consulta propia.
- Construya todas las evidencias requeridas y aplique el proceso de autoevaluación a través de los instrumentos de evaluación proporcionados, con el fin de verificar el cumplimiento de las exigencias pedidas.
- Publique las evidencias en la plataforma virtual de aprendizaje con el fin de que sean evaluadas por el instructor, o equipo de instructores que apoyan la ejecución del proceso; como resultado de esta evaluación recibirá la retroalimentación de logros alcanzados, de tal manera que pueda reflexionar frente a su aprendizaje y avance en el proceso formativo**.**

Para el desarrollo de **la actividad de aprendizaje 25,** se proporcionan en plataforma LMS una serie de objetos de aprendizaje (OA), que el aprendiz debe leer, comprender y asimilar, toda vez, que en ellos, encontrará la información que le permitirá analizar la conceptualización técnica necesaria para la caracterización del comportamiento de un mercado.

Ahora proceda con la lectura y análisis de los siguientes materiales de estudio:

Objetos de Aprendizaje Actividad de Aprendizaje 25

- OA Factores Críticos de Éxito.
- OA Evaluar a través de Balanced Scorecard
- OA Elaboración plan de Mejoramiento
- OA The Market Thing: 5 tips for successful projects
- OA Mi proyecto de vida y el entorno productivo

En cada objeto de aprendizaje (OA), usted encontrará una Actividad de Afianzamiento como instrumento de retroalimentación que le permitirá verificar el alcance de conocimientos adquiridos, podrá revisar el mapa orientador de contenidos, analizar el glosario de términos relevantes al tema de estudio, cotejar la bibliografía para la exploración y seguimiento de la temática desarrollada y estudiar los contenidos en general. Recuerde que cada objeto de aprendizaje podrá revisarlo desde su PC previa conexión a internet, podrá descargar el PDF general y el Objeto de Aprendizaje a su computador, de esta forma usted tiene la posibilidad de revisar el material de estudio cuantas veces desee sin necesidad de estar conectado a internet.

A continuación se presenta de forma general los conceptos y contenidos diseñados para el desarrollo de la actividad de aprendizaje **(AA25**) denominada: "***Evaluar el modelo de comercialización del producto o servicio, teniendo en cuenta políticas y criterios de gestión y el impacto en las finanzas de la empresa".*** Recuerde que la revisión de los materiales de estudio es fundamental para su proceso formativo como Tecnólogo en Gestión de Mercados.

- **OA Factores Críticos de Éxito**: El contenido temático de este objeto de aprendizaje es dar a conocer al aprendiz elementos que permitan diseñar indicadores para el monitoreo y evaluación de los objetivos corporativos del proyecto formativo y los factores de la etapa de ejecución. Se abordaran tema relacionados con la definición de los factores críticos de éxito, sus características, técnicas para identificarlos, aspectos a tener en cuenta para su diseño, y comparativo con herramientas de evaluación como es el cuadro de mando integral.

- **OA Evaluar a través de Balanced Scorecard** : El material de estudio de este objeto de aprendizaje contiene la contextualización sobre los aspectos que componen un cuadro de mando, y como utilizarlos para la evaluación de nuestro proyecto formativo. De igual forma presenta los elementos y características de un mapa estratégico y tabla de indicadores. En este OVA se retomará el ciclo administrativo del proyecto y se mencionarán algunos mecanismos de evaluación para, finalmente, trabajar el Balanced Scorecard (BSC) o Cuadro de Mando Integral (CMI). Esta es una herramienta integral de gestión y evaluación que permite ver completamente la organización o proyecto, relacionando cada una de sus partes o procesos internos y externos.

- **OA Elaboración plan de Mejoramiento**: En este objeto de aprendizaje se presenta los pasos que se deben tener en cuenta en la construcción de un plan de mejoramiento (Debilidades y Problemas, Tareas y Objetivos, Diseño y Seguimiento). El Objetivo es brindar una herramienta que permita identificar dentro del proyecto que áreas no cumplieron con las metas y objetivos propuestos y aplicar las respectivas correcciones para mitigarlas.

- **OA The Market Thing: 5 tips for successful projects**: El objeto de aprendizaje ha sido diseñado con representaciones (audio, escucha, escritura y comprensión lectora) en las que se incluyen diversas posibilidades y situaciones en el mundo del mercadeo. El objeto de aprendizaje está construido en idioma inglés referido sobre términos y vocabulario en relación con recomendaciones para el éxito en los proyectos, destacando y apropiando para la comprensión del idioma y la producción de textos base sobre el mismo.

La conceptualización temática requerida como elementos de integralidad fundamentales para vivir en sociedad, desenvolverse en el ámbito laboral de la gestión de mercados y el análisis comprensivo para la solución de problemas de la vida cotidiana, es aportado por los siguientes objetos de transversalidad.

- **OA Mi Proyecto de Vida y el Entorno Productivo**: El contenido temático tratado en este objeto de aprendizaje tiene como objetivo brindar al aprendiz directrices para que al interior de cada uno plantee su proyecto de vida, y mediante la utilización de herramientas de análisis, establezca sus metas, objetivos y visión de su proyecto de vida empresarial o profesional.

A continuación se describen las evidencias a realizar.

Evidencia 1 (De Desempeño)
AP14-EV01- Foro Temático: "Mi proyecto de vida y el entorno productivo". Para el desarrollo de esta evidencia el aprendiz deberá haber leído el material de estudios correspondientes al objeto de apendizaje ***Mi proyecto de vida y el entorno productivo***, una vez revisado este temática el aprendiz deberá realizar la siguiente actividad:

Realizar un cuadro de mando integral personal aplicado a la construcción de su proyecto de vida. Se debe abordar todos los componentes del CMIP. Para el desarrollo de esta actividad el aprendiz debe apoyarse en investigaciones para profundizar sobre los temas propuestos. Deberá elaborar un texto donde se realice una introducción del proyecto de vida plasmado en el cuadro de mando integral personal, igualmente debe ajuntar un documento con la información correspondiente al desarrollo del cuadro de mando integral personal con todos su componentes.

Con el fin de obtener evidencia del proceso de aprendizaje, con relación a los conocimientos adquiridos por el aprendiz para el logro de los resultados de aprendizaje previstos, mediante la interacción de éste con el material de estudio suministrado en cada uno de los Objetos de Aprendizaje dispuestos en plataforma, para las Actividades de Aprendizaje 25.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP14-EV01"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion"**

Forma de entrega:
En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Evaluación*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, participe en el foro haciendo clic en el enlace: **AP14-EV01- Foro Temático: "Mi proyecto de vida y el entorno productivo"**, para participar en el foro también puede ir directamente al link de "foros" desde el menú principal.

Evidencia 2 (De Conocimiento)
AP14-EV02- Cuestionario AP14. "Valorar el Modelo de Comercialización de Productos y/o Servicios". Con el fin de obtener evidencia del proceso de aprendizaje, con relación a los conocimientos adquiridos por el aprendiz para el logro de los resultados de aprendizaje previstos, mediante la interacción de éste con el material de estudio suministrado en cada uno de los Objetos de Aprendizaje dispuestos en plataforma, para la Actividad de Aprendizaje 25, se dispone de un cuestionario que determina si el aprendiz maneja adecuadamente los conceptos relacionados la evaluación del modelo de comercialización del producto o servicio, teniendo en cuenta políticas y criterios de gestión y el impacto en las finanzas de la empresa.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos

para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP14-EV02"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "Actividades" e ingrese al enlace "Fase Evaluación", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, conteste el cuestionario de preguntas a través del siguiente enlace: **AP14-EV02- Cuestionario AP14. "Valorar el Modelo de Comercialización de Productos y/o Servicios".**

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

En esta actividad el aprendiz debe definir las generalidades dentro el proceso de gestión del talento humano y las diferentes actividades donde identifique claramente los elementos de entrada y de salida de personal, teniendo en cuenta las políticas internas de personal y los elementos de la legislación.

A continuación se describen las evidencias a realizar en este momento de transferencia, es decir, momento de aplicación de lo aprendido hasta ahora.

Evidencia 3 (De Producto)

AP14-EV03- "Evaluación del Proyecto Formativo". Elaborar un documento donde se realice la evaluación del proyecto formativo, se identifique los factores críticos de éxito y se establezcan los indicadores del proyecto formativo, junto con el plan del plan de mejoramiento para los hallazgos encontrados.

Para cumplir con esta evidencia, es importante que usted haya revisado, leído y comprendido el material de estudio presentando en esta guía. De acuerdo con las indicaciones de su instructor, posteriormente debe ingresar a la plataforma LMS y entregar la actividad (evidencia) desarrollada en la plataforma.

Encuentro Sincrónico Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia es necesario que el instructor o instructores a cargo realicen un encuentro sincrónico con los aprendices específicamente para describir la evidencia, brindar orientación, resolver dudas e inquietudes respecto de su elaboración, entendimiento, interpretación y entrega.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP142-EV03"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP14-EV03"**
- Rubrica Sustentación de Actividades **"TGM-IE-RS-Evidencias"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Evaluación*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP14-EV03- "Evaluación del Proyecto Formativo".**

Evidencia 4 (De producto)

AP14-EV04- INGLÉS: "Presentación de Proyecto en Idioma Ingles". Toda empresa requiere de proyectos para analizar y evaluar los resultados obtenidos, y presentar dichos proyectos en inglés, permiten que en casos donde los clientes o socios de habla inglesa necesiten tener conocimiento de los procesos para solucionar un problema en común, podrán comprender las posibles soluciones planteadas al respecto. De una buena comunicación depende el éxito de este procedimiento.

El aprendiz hará una presentación escrita y oral de un proyecto en idioma inglés, donde se valoren los resultados contables y financieros de una empresa, a través de encuentro sincrónico.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP14-EV04"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP14-EV04"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Evaluación*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP14-EV04- INGLÉS: "Presentación de Proyecto en Idioma Ingles".**

Encuentro Sincrónico Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia es necesario que el instructor o instructores a cargo realicen un encuentro sincrónico con los aprendices específicamente para describir la evidencia, brindar orientación, resolver dudas e inquietudes respecto de su elaboración, entendimiento, interpretación y entrega.

3.5 Actividades de evaluación

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : **AP14-EV02- Cuestionario AP14.** "Valorar el Modelo de Comercialización de Productos y/o Servicios".	Identifica e integra los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida. Interpreta los resultados de las evaluaciones de desempeño de	Formulación de preguntas mediante cuestionario con opción de respuesta múltiple en LMS. Formato para desarrollo de evidencia:

	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.	**"TGM-AP14-EV02"**
Evidencias de Desempeño: **AP14-EV01**- Foro Temático: "Mi proyecto de vida y el entorno productivo".	Identifica e integra los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida. Genera 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 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.	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP14-EV01"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion**
Evidencias de Producto: **AP14-EV03-** "Evaluación del Proyecto Formativo"	Diseña los planes de mejoramiento, reentrenamiento y capacitación para el mejor desempeño del talento humano con base en los resultados obtenidos. Contextualiza las causas de la problemática financiera de acuerdo con el entorno y las políticas de la organización. Propone alternativas de solución y	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP142-EV03"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP14-EV03"** Rubrica Sustentación de Actividades **"TGM-IE-RS-Evidencias"**

	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.	
Evidencias de Producto: **AP14-EV04- INGLÉS:** "Presentación de Proyecto en Idioma Ingles".	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 inferir el significado de una palabra u oración dentro de un texto en inglés, así este no esté explícito.	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP14-EV04"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP14-EV04"**

4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/Herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (Instructores)		AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	**ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva)** y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente
Valorar el Modelo de Comercialización de Productos y/o Servicios .	160	NA	NA	**Objetos Actividad de Aprendizaje 25** • OA Factores Críticos de Éxito. • OA Evaluar a través de Balanced Scorecard • OA Elaboración plan de Mejoramiento • OA The Market Thing: 5 tips for successful projects • OA Mi proyecto de vida y el entorno productivo	5	Mercados Idiomas Ética y Emprendimiento	3	Ambiente Virtual de Aprendizaje dispuesto en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS) accedido a través de la plataforma SENA SOFIA PLUS.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Arquitectura empresarial: Arquitectura Empresarial es entendida como la organización fundamental de una entidad o una corporación como un todo, o en conjunto con aliados, proveedores y/o clientes (la empresa ampliada), o en alguna de sus partes, así como los principios que gobiernan su diseño y evolución.

Artefacto: Producto tangible resultante del proceso de desarrollo de software (o de una etapa del mismo). Algunos artefactos como los casos de uso, diagrama de clases u otros modelos UML ayudan a la descripción de la función, la arquitectura o el diseño del software. Otros se enfocan en el proceso de desarrollo en sí mismo, como planes de proyecto, casos de negocios o enfoque de riesgos. Un artefacto puede ser compuesto por otros artefactos.

Balanced Scorecard: El BSC es una herramienta revolucionaria para movilizar a la gente hacia el pleno cumplimiento de la misión a través de canalizar las energías, habilidades y conocimientos específicos de la gente en la organización hacia el logro de metas estratégicas de largo plazo. Permite tanto guiar el desempeño actual como apuntar al desempeño futuro. Usa medidas en cuatro perspectivas (desempeño financiero, conocimiento del cliente, procesos internos de negocios y, aprendizaje y crecimiento) para alinear iniciativas individuales, organizacionales e interdepartamentales e identifica procesos enteramente nuevos para cumplir con objetivos del cliente y accionistas. El BSC es un robusto sistema de aprendizaje para probar, obtener realimentación y actualizar la estrategia de la organización. Provee el sistema gerencial para que las compañías inviertan en el largo plazo -en clientes, empleados, desarrollo de nuevos productos y sistemas más bien que en gerenciar la última línea para bombear utilidades de corto plazo. Cambia la manera en que se mide y maneja un negocio.

CMMI-DEV: Es un modelo para la mejora y evaluación de los procesos de desarrollo y mantenimiento de sistemas y productos de software de una empresa, desarrollado por el Instituto de Ingeniería del Software de la Universidad Carnegie Mellon (SEI). Representa un camino de mejoramiento y permite determinar la madurez y evaluar las capacidades de las organizaciones que desarrollan software. Es una colección estructurada de elementos que describe características de procesos que han demostrado por experiencia ser exitosos. Es recomendado para organizaciones que quieren incrementar la capacidad de su proceso de desarrollo y desarrollar software con calidad.

Estrategia: Una estrategia es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión. Estrategia empresarial se refiere al conjunto de acciones planificadas anticipadamente, cuyo objetivo es alinear los recursos y potencialidades de una empresa para el logro de sus metas y objetivos de expansión y crecimiento empresarial.
Indicador: Magnitud utilizada para medir o comparar los resultados efectivamente obtenidos en la ejecución de un proyecto, programa o actividad. Resultado cuantitativo de comparar dos variables. Medida sustitutiva de información que permite calificar un concepto abstracto. Se mide en porcentajes, tasas y razones para permitir comparaciones.

Misión: La Misión de una organización es una frase concisa, con foco interno, de la razón de la existencia de la organización, el propósito básico hacia el que apuntan sus actividades, y los valores que guían las actividades de sus empleados. La misión está vinculada con los valores centrales. También describen cómo competir y generar

valor al cliente.

Perspectiva: Significa un punto de vista. Las perspectivas son aquellas dimensiones críticas claves en la organización y sirven para clasificar los objetivos estratégicos que se definen en el plan estratégico de una organización. Visto de esta manera, las perspectivas sirven para organizar la estrategia de una empresa. La perspectiva también se puede entender, como un punto de vista, un enfoque, una óptica de cada uno de los actores claves de una organización. Es importante aclarar que las perspectivas no son las áreas o departamentos de una organización, es decir cuando hablamos de la perspectiva del cliente no hablamos del departamento comercial o de servicio que tiene que ver con el cliente, lo mismo que cuando hablamos de la perspectiva del empleado, no nos referimos al departamento de gestión humana.

Visión: La Visión de una organización es una frase concisa que describe las metas de mediano y largo plazo. La Visión es externa, orientada al mercado y debería expresar de una manera colorida y visionaria cómo quiere la organización ser percibida por el mundo.

Objetivo: Significa el fin al que se desea llegar, la meta que se pretende lograr. El objetivo es lo que impulsa al individuo a tomar decisiones o perseguir sus aspiraciones, el propósito. Objetivo es sinónimo de destino, meta, como el punto de mira de un arma, el blanco, o como el fin específico al que hay que llegar.

Metas: Una meta es el fin hacia el que se dirigen las acciones o deseos. De manera general, se identifica con los objetivos o propósitos que una persona o una organización se marca.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOSA

Cómo gestionar y planificar un proyecto en la empresa. Técnicas y métodos para el éxito de un proyecto empresarial. 1ra edición. Editorial. Ideaspropias. 2007

Hernández, F. (2013). Factores críticos de éxito. Recuperado el 30 de Julio de 2016 de goo.gl/sekmq

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). Dirección de Marketing. México: Pearson.

Palacio Salazar, Ivarth. Guía práctica para la identificación, formulación y evaluación de Proyectos. Facultad de Administración. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2010.

Romero, R., Noriega S., Escobar, C. & Ávila, V. (2009, marzo-abril). Factores críticos de éxito: una estrategia de competitividad. Revista CULCyT, Año 6 No.31.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADO POR)

Nombre	Cargo	Centro de Formación	Fecha
Raúl Fabián Cadena Vidal	Líder Expertos Temáticos	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	Julio de 2016

John Ricardo Peñuela Vásquez	Expertos Temático	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Julio César Salgado	Experto Temático	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Luz Marina Medina Aguirre	Experta Temática	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Ismari Herrera Jeréz	Experto Competencias de Idioma Inglés	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Jorge Enrique Figueroa Chaparro	Experto Competencia Transversal- Ética y Emprendimiento	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Luz Dary Palomino González	Experto Competencia Transversal- Ambiental	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Marian Yarith Carvajal Castellanos	Experto Competencia Transversal- Salud Ocupacional	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Rosa Elvia Quintero Guasca	Asesor Pedagógico Línea de Producción Regional Santander	Centro Industrial de Mantenimiento Integral.	
Luis Orlando Beltrán Vargas	Asesor Pedagógico Línea de Producción Regional Santander	Centro Industrial de Mantenimiento Integral.	

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del programa de formación:** análisis y desarrollo de *software*.
- **Código del programa de formación:** 228118
- **Nombre del proyecto:** construcción de *software* integrador de tecnologías orientadas a servicios.
- **Fase del proyecto:** análisis.
- **Actividad de proyecto:** especificar el modelo conceptual y estructurar la propuesta técnica del proyecto de *software*.
- **Competencias:**
  Técnicas:
  22050193- Evaluar requisitos de la solución de *software* de acuerdo con metodologías de análisis y estándares.
  22050194- Estructurar propuesta técnica de servicio de tecnología de la información según requisitos técnicos y normativa.
  Claves:
  240201528- Razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales.
  240202501- Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.
- **Resultados de aprendizaje a alcanzar:**
  Técnicos:
  220501093-02- Modelar las funciones del *software* de acuerdo con el informe de requisitos.
  220501093-04- Verificar los modelos realizados en la fase de análisis de acuerdo con lo establecido en el informe de requisitos.
  220501094-01- Definir especificaciones técnicas del *software* de acuerdo con las características del *software* a construir.
  220501094-02- Elaborar propuesta técnica del *software* de acuerdo con las especificaciones técnicas definidas.
  220501094-03- Validar las condiciones de la propuesta técnica del *software* de acuerdo con los intereses de las partes.

  Claves:
  240201528-01- Identificar modelos matemáticos de acuerdo con los requerimientos del problema planteado en contextos sociales y productivo.
  240201528-02- Plantear problemas matemáticos a partir de situaciones generadas en el contexto social y productivo.
  240201528-03- Resolver problemas matemáticos a partir de situaciones generadas en el contexto social y productivo.
  240201528-04- Proponer acciones de mejora frente a los resultados de los procedimientos matemáticos de acuerdo con el problema planteado.
  240202501-02- Intercambiar opiniones sobre situaciones cotidianas y laborales actuales, pasadas y futuras en contextos sociales orales y escritos.

- **Duración de la guía:** 384 horas
- Técnico: 240 horas.
- Claves: 144 horas.

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz, el SENA extiende una cordial bienvenida a la segunda guía de aprendizaje que comprende las competencias técnicas de: evaluar requisitos de la solución de *software* de acuerdo con metodologías de análisis y estándares, y la competencia de estructurar propuesta técnica de servicio de tecnología de la información según requisitos técnicos y normativa.

Por otra parte, la sociedad actual demanda que todos los ciudadanos tengan conocimientos básicos de matemáticas en cualquier ámbito, no solo el profesional o académico; muchos problemas de la vida diaria requieren un conocimiento mínimo sobre operaciones básicas, como la suma, la resta, la multiplicación o la división; por ejemplo: revisar el saldo de una tarjeta de crédito, solicitar un préstamo, comprar víveres o realizar un presupuesto mensual. Y es que es casi imposible encontrar una profesión o carrera que no lleve implícito algún componente lógico– matemático, o que incluya alguna rama de las matemáticas.

Finalmente, encontrarán la competencia clave de inglés como una de las habilidades contemporáneas más importantes y de mayor impacto en el mundo laboral y social, teniendo en cuenta el aprendizaje articulado de las cuatro habilidades de la lengua (leer, escribir, hablar y escuchar) alineado al MCERL (Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas) como estándar del nivel de conocimiento de lengua y categorización de los conocimientos en niveles de competencia en un idioma.

Para el desarrollo de las actividades planteadas en esta guía, contará con el acompañamiento de los instructores asignados al programa, los cuales, de forma continua y permanente, lo orientarán con las pautas necesarias para el logro de las actividades de aprendizaje, brindando herramientas básicas de tipo conceptual y metodológico. Los instructores programarán encuentros de asesoría virtual para brindar orientaciones específicas relacionadas con las temáticas a desarrollar en las actividades. Es importante que organice su tiempo, dada la exigencia que demanda la realización de esta guía de aprendizaje. No olvide revisar y explorar los materiales de estudio del programa.

Por consiguiente, se presentan cada una de las acciones de aprendizaje que le permitirán desarrollar lo anteriormente mencionado.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

En este apartado se describirán las actividades de aprendizaje para cada una de las competencias que plantea la fase de análisis del proyecto formativo: determinar las especificaciones funcionales del *software* y metodología a utilizar.

3.1 Actividades de aprendizaje de la competencia evaluar requisitos de la solución de *software* de acuerdo con metodologías de análisis y estándares-220501093.

Con base en los requisitos de *software* especificados con esta competencia, se empiezan a construir los artefactos del modelo necesarios para representar la solución, por medio de los siguientes documentos: diagramas de clase, documentos de casos de uso o historias de usuario en plantillas, modelo de base de datos, modelo del dominio, diagramas de actividades y también un documento informe con los resultados obtenidos.

3.1.1 Actividad de aprendizaje GA2-220501093-AA1: elaborar diagrama y documentación de casos de uso / historias de usuario de acuerdo con el refinamiento de requisitos.

Esta actividad se centra en el estudio de la elaboración de los artefactos de casos de uso e historias de usuario acordes con los requerimientos del sistema a implementar, elemento clave para tener una correcta definición y delimitación de las actividades que debe tener el proyecto a desarrollar.

Duración: 48 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad, es importante la lectura y el análisis del material de formación: **"Diagramas para la especificación y análisis de requisitos".**

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-220501093-AA1-EV01: Foro temático: Lenguaje Unificado de Modelado (UML).**

El lenguaje UML es fundamental para representar el proceso de análisis de requisitos de *software,* por lo tanto, el aprendiz debe proponer su punto de vista acerca de la importancia del lenguaje de modelado en el proceso de desarrollo de *software*, así como también identificar y describir los tipos de diagramas que existen y el conjunto de símbolos que se usan para definirlos, y debatir con los demás compañeros acerca de sus experiencias con las mejores herramientas de *software* que permiten, de una manera ágil, construir los diagramas.

Por lo anterior, responda las siguientes preguntas:

- ✓ ¿Cuál es la importancia de UML?
- ✓ ¿Cuáles son los diagramas que pueden representarse con UML?
- ✓ ¿Qué herramientas de *software* existen en el mercado para UML?

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- Para hacer el desarrollo de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Foro temático: Lenguaje Unificado de Modelado (UML). GA2-220501093-AA1-EV01.**

- **Evidencia GA2-220501093-AA1-EV02: elaboración de diagramas y plantillas para casos de uso del proyecto.**

Con base en el estudio de la evidencia anterior acerca de UML, se pretende construir los diagramas que aplican a los casos de uso, bajo un formato estándar de fácil nomenclatura y de reconocimiento, que permita llevar un control ordenado de la evidencia, registrar la evolución, responsables y trazabilidad de esos documentos de casos de uso.

Elementos a tener en cuenta:

✓ Estudiar detenidamente los conceptos y características definidas en el componente formativo.
✓ Revisar el video sugerido como material complementario del componente formativo.
✓ Revisar cómo se construye el documento de casos de uso de una funcionalidad de los sistemas. ✓ Tener presentes los requisitos del *software*.
✓ Indicar los tipos de diagramas que existen para modelar, con base en los requisitos del *software*.
✓ Diagramar con UML los artefactos del sistema.
✓ Manejar herramientas de *software* para apoyar la elaboración de los diagramas.
✓ Elaborar documentos plantilla de casos de uso con base en estándares de documentación.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** diagramas, documento de casos de uso e historias de usuario.
- **Formato:** PDF o Word**.**
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Elaboración de diagramas y plantillas para casos de uso del proyecto. GA2-220501093-AA1-EV02.**

- **Evidencia GA2-220501093-AA1-EV03: elaboración de historias de usuario del proyecto.**

Ahora, es momento de elaborar las historias de uso del proyecto, de acuerdo con los procesos ya elaborados, y por este motivo, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Se deben seguir las normas básicas de presentación de un documento escrito; es decir, el documento debe tener como mínimo una portada, introducción, alcance, lista de requerimientos y versión del documento. Los requerimientos serán redactados usando el modelo IEEE830 y también el modelo de descripción de requisitos por medio de historias de usuario.
- Respecto a lista de requerimientos, el aprendiz deberá agregar una sección donde se describa cada requisito usando los siguientes elementos del estándar IEEE830:
  - Perspectiva del producto.
  - Funciones del producto.
  - Características de los usuarios.
  - Restricciones.
  - Requisitos funcionales (formato de casos de uso).
  - Requisitos no funcionales.
- Respecto a la lista de requerimientos, el aprendiz deberá agregar una sección donde se describa cada requisito usando la estructura de historias de usuario, con los siguientes elementos por historia: Número de historia (priorizada).

- Nombre de la historia.
- Usuario.
- Puntos estimados de esfuerzo.
- Descripción de la historia de usuario.
- Observaciones.
- Criterios de aceptación.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** documento de historias de usuario.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Elaboración de historias de usuario del proyecto. GA2-220501093-AA1-EV03.**

- **Evidencia GA2-220501093-AA1-EV04: diagramas y documentación de actividades del proyecto.**

Con base en los requisitos del sistema ya especificados, se empiezan a construir los artefactos del modelo necesarios para representar la solución de *software,* por medio de los siguientes documentos: diagramas de clase, documentos de casos de uso o historias de usuario en plantillas, modelo de base de datos, modelo del dominio, diagramas de actividades y también un documento informe con los resultados obtenidos. Aspectos a tener en cuenta:

- Estudiar detenidamente los conceptos y características definidas en el componente formativo.
- Revisar el video sugerido como material complementario del componente formativo.
- Manejar el lenguaje de modelado UML.
- Manejar metodologías tipo ágil.
- Identificar la metodología de desarrollo a seguir.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** diagramas, documento de casos de uso e historias de usuario.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Diagramas y documentación de actividades del proyecto. GA2-220501093-AA1-EV04.**

3.1.2 Actividad de aprendizaje GA2-220501093-AA2: representar el contexto del negocio a través del diagrama de dominio y actividades.

Esta actividad se centra en el estudio de los componentes necesarios para diagramar el contexto del negocio y representar su dominio, así como también en cómo construir un diagrama de actividades.

Duración: 24 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad, es importante la lectura y el análisis del material de formación: **“Diseño del modelo conceptual bajo el paradigma orientado a objetos”.**

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-220501093-AA2-EV01: elaboración de los diagramas del modelo de dominio del proyecto.**

Esta evidencia se centra en la elaboración del diagrama de clases del proyecto, identificando cómo las categorías que intervienen se relacionan, teniendo en cuenta su cardinalidad, dependencias y herencias, llevando esto a la organización de objetos por medio de segmentación de componentes en paquetes claramente identificables. Aspectos a tener en cuenta:

- Se deben seguir las características e instrucciones para la elaboración de un diagrama de dominio del proyecto.
- El modelo conceptual resultante debe guardar las proporciones necesarias, de modo que se vea ordenado y sea fácil su lectura.
- Para complementar el modelo del dominio, se puede representar por medio de otra vista que corresponde al diagrama de paquetes del proyecto.
- Tener en cuenta los requisitos del *software*.
- Identificar el tipo de diagrama apropiado para modelar el dominio.
- Diagramar con UML los artefactos del sistema, diagrama de clases y de paquetes.
- Manejar herramientas de *software* para apoyar la elaboración de los diagramas.
- Elaborar documento plantilla de casos de uso con base en estándares de documentación.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** documento del dominio del proyecto.
- **Formato:** PDF
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Elaboración de los diagramas del modelo de dominio del proyecto. GA2-220501093-AA2-EV01.**

3.1.3 Actividad de aprendizaje GA2-220501093-AA3: validar artefactos de análisis generados.

Esta actividad se centra en realizar la verificación de los documentos generados.

Duración: 24 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad, es importante la lectura y el análisis del material de formación: **“Validación de documentos”.**

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-220501093-AA3-EV01: mapa conceptual sobre validación de documentos.**

Por medio de esta evidencia, se pretende establecer una secuencia lógica de dependencias para llevar a cabo la validación de los documentos identificados en el proceso de desarrollo de *software*, realizando un mapa conceptual.

Elementos a tener en cuenta en el mapa conceptual:

- Se deben seguir las características e instrucciones para la elaboración del mapa conceptual, identificando categorías y sus relaciones desde un orden lógico.
- El modelo conceptual resultante debe guardar las proporciones necesarias, de modo que se vea ordenado y sea fácil su lectura.
- Manejar herramientas de *software* que faciliten la elaboración de los diagramas y su fácil entendimiento.
- Identificar la metodología de desarrollo a seguir.
- Identificar los conceptos para relacionar los documentos a validar.
- Formatos de aceptación.
- Elaborar el documento con diagrama conceptual.

Lineamientos para la entrega del producto:

- **Producto para entregar:** documento del mapa conceptual.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Mapa conceptual sobre validación de documentos. GA2-220501093-AA3-EV01.**

- **Evidencia GA2-220501093-AA3-EV02: elaboración del informe de análisis con listas de chequeo para la validación de artefactos.**

Esta evidencia se orienta hacia la elaboración de un documento informe para validar los artefactos del *software* diseñados y que estén acordes con lo requerido por el cliente. Dicho informe debe ser validado con el cliente para, de esta forma, validar que todos los requerimientos funcionales y de diseño se presentan de acuerdo con lo requerido.

Elementos a tener en cuenta:

- Se deben seguir las normas básicas de presentación de un documento escrito; es decir, el documento debe tener como mínimo una portada, introducción, alcance, lista de requerimientos y versión del documento.
- El informe debe evidenciar la implementación de características paso a paso de cumplimiento.
- El informe debe evidenciar la implementación de estrategias de cumplimiento.
- Construir el documento de informe de artefactos entregados.
- Identificar los procesos y usuarios interesados.
- Validar con los usuarios los requerimientos encontrados.
- Elaborar el documento de lista de chequeo paso a paso.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** informe técnico.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** libre
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Elaboración del informe de análisis con listas de chequeo para la validación de artefactos. GA2220501093-AA3-EV02.**

3.2. Actividades de aprendizaje de la competencia estructurar propuesta técnica de servicio de tecnología de la información según requisitos técnicos y normativa-220501094.

En esta competencia se detalla la forma correcta de preparar, elaborar y presentar una propuesta técnica de *software* de manera adecuada, siguiendo los parámetros y especificaciones técnicas establecidas, teniendo en cuenta, como insumo principal, las necesidades de los *stakeholders* o partes interesadas.

3.2.1 Actividad de aprendizaje GA2-220501094-AA1: Determinar las especificaciones técnicas a partir del diagnóstico de necesidades informáticas

Esta actividad se centra en determinar especificaciones técnicas de una solución de *software*, como son el diseño y elaboración de fichas técnicas, licencias de *software* y las condiciones económicas del producto.

Duración: 72 horas.

Materiales de formación: Para el desarrollo de esta actividad, es importante la lectura y el análisis del material de formación: **"Especificaciones de *software*".**

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-220501094-AA1-EV01: Foro temático: Licenciamiento de *software***

Teniendo en cuenta que los licenciamientos de *software* son contratos que detallan los derechos legales y el uso de una solución de *software*, analice la realidad actual de este tema y exprese su concepto, generando aportes significativos sobre los tipos de licencia existentes y cuáles son los más utilizados.

Como preguntas de orientación para realizar la participación en el foro, se proponen las siguientes:

- ✓ ¿Qué es *software*?
- ✓ ¿Qué es una licencia de *software*?
- ✓ Tipos de licencia de *software*.
- ✓ ¿Cuáles son las más adecuadas y por qué?

Realice seguimiento al foro y responda a un comentario de forma crítico-reflexiva, de acuerdo con la intervención que hayan realizado sus compañeros, demostrando construcción de conocimiento frente a los planteamientos que cada uno proponga.

Elementos a tener para la participación en el foro:

- Estudiar detenidamente los conceptos y características definidas en el componente formativo de especificaciones de *software*.
- Revisar los temas sugeridos como material complementario del componente formativo.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Productos para entregar:** participación en el foro.
- **Formato:** LMS.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Foro temático: Licenciamiento de *software*. GA2-220501094-AA1-EV01.**

- **Evidencia GA2-220501094-AA1-EV02: diseño de las fichas técnicas para la recolección de la información.**

Las fichas técnicas son un documento que reúne las características de los productos de *software* desarrollados y permite el registro e identificación de las fuentes de información. Hay que diseñarlas teniendo en cuenta los estándares definidos en el componente formativo especificaciones de *software*. Por este motivo, para esta evidencia, se debe realizar una ficha técnica teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- ✓ Estudiar detenidamente los conceptos y características definidas en el componente formativo de especificaciones de *software*.
- ✓ Revisar los temas sugeridos como material complementario del componente formativo.
- ✓ Para la elaboración de la ficha técnica, se debe apoyar en la normatividad; en este caso, se realizará la ficha técnica tomando como referencia la Norma NTC ISO 9000 Sistema de Gestión de Calidad.
- ✓ Realizar el diseño de las fichas técnicas de acuerdo con la información que se requiera recolectar. Se debe hacer teniendo en cuenta las características de las fuentes consultadas.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Productos a entregar:** ficha técnica para la recolección de la información.
- **Formato:** PDF o Excel.
- **Extensión:** formatos de fichas diligenciados.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **diseño de las fichas técnicas para la recolección de la información GA2-220501094-AA1-EV02.**

- **Evidencia GA2-220501094-AA1-EV03: especificación de los referentes técnicos del *hardware* - *software* y estimación de las condiciones económicas.**

Las especificaciones de los referentes técnicos son muy importantes en la elaboración de una solución de *software* respecto a las necesidades de la empresa; por otra parte, la estimación de las condiciones económicas permite tener una proyección de lo que se puede desarrollar. Por este motivo, para esta evidencia, se requiere realizar un informe teniendo en cuenta lo siguiente:

- Para elaborar el documento se deben seguir las condiciones básicas estipuladas en el componente formativo sobre especificaciones de *software*.
- Se deben estimar las condiciones técnicas y económicas de acuerdo con las características de la solución de *software* y las necesidades de la empresa.
- Presentación de un documento escrito; es decir, el documento debe tener como mínimo una portada, introducción, contenido y conclusión.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** documento informe.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** mínimo 3 hojas, máximo 10 de contenido.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Especificación de los referentes técnicos del *hardware* - *software* y estimación de las condiciones económicas. GA2-220501094-AA1-EV03.**

3.2.2 Actividad de aprendizaje GA2-220501094-AA2: realizar el análisis de proveedores a partir de las fichas técnicas.

Esta actividad se centra en el estudio del análisis comparativo de proveedores, considerando costos, cantidad y especificaciones técnicas para seleccionar las mejores opciones.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad, es importante la lectura y el análisis del componente formativo **"Propuesta técnica".**

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-220501094-AA2-EV01: ficha técnica de los productos requeridos, los términos de referencia para el contrato y lista de chequeo para evaluación de proveedores.**

La ficha técnica es un documento que contiene la descripción, características y funciones de un determinado producto; se podría afirmar que es el insumo inicial del cual se parte el desarrollo.

Por lo anterior y teniendo en cuenta los términos de referencia establecidos en el componente formativo sobre la propuesta técnica, elabore la ficha técnica basado en los siguientes conceptos:

- ✓ Descripciones.
- ✓ Características.
- ✓ Funciones.
- ✓ El formato debe ser de manera horizontal.
- ✓ Se pueden utilizar tablas de Word o Excel.

✓ Se debe enriquecer con un diseño o logo, como si fuera la papelería de una empresa real.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** ficha técnica
- **Formato:** Excel o Word**.**
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Ficha técnica de los productos requeridos, los términos de referencia para el contrato y lista de chequeo para evaluación de proveedores. GA2-220501094-AA2-EV01.**

3.2.3 Actividad de aprendizaje GA2-220501094-AA3: elaborar la propuesta técnica y financiera a partir de los referentes establecidos.

Esta actividad se centra en que el aprendiz obtenga las competencias necesarias en los temas de estimación de costos de *software* y *hardware,* de acuerdo con las características del negocio y la correcta elaboración de una propuesta técnica en el estudio del análisis comparativo de proveedores, considerando costos, cantidad y especificaciones técnicas para seleccionar las mejores opciones.

Duración: 24 horas.

Materiales de formación: Para el desarrollo de esta actividad, es importante la lectura y el análisis del componente formativo **"Propuesta técnica".**

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-220501094-AA3-EV01: diseño de tablas comparativas sobre presupuestos de *hardware* y *software*.**

Las tablas comparativas son utilizadas para estimar costos en el presupuesto de *software* y *hardware*. Por tal motivo, diseñe dichas tablas teniendo en cuenta lo siguiente:

- Para elaborar el documento se deben seguir las condiciones básicas estipuladas en el componente formativo de la propuesta técnica.
- Presentación de un documento escrito, es decir, el documento debe tener como mínimo una portada, introducción, contenido y conclusión.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** diseño de tablas comparativas sobre presupuestos de *hardware* y *software*.
- **Formato:** PDF, Word o Excel.
- **Extensión:** Libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Diseño de tablas comparativas sobre presupuestos de *hardware* y *software*. GA2-220501094-AA3EV01.**

- **Evidencias GA2-220501094-AA3-EV02: propuesta técnica y económica para la implementación del proyecto**

La propuesta técnica es el documento que se entrega al posible cliente, en el cual se detalla la estrategia a desarrollar para darle solución a un problema existente, por medio de una solución de *software.*

Por lo anterior y teniendo en cuenta los términos de referencia establecidos en el componente formativo sobre la propuesta técnica, elabore la propuesta técnica, la cual debe tener el siguiente contenido:

- ✓ Presentación y saludos.
- ✓ Alcance de la propuesta.
- ✓ Valoración de la situación.
- ✓ Opciones de propuesta.
- ✓ Estimar costos.
- ✓ Cotización.
- ✓ Términos y condiciones.
- ✓ La propuesta se debe enriquecer con un diseño o logo, como si fuera la papelería de una empresa real.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** propuesta técnica
- **Formato:** PDF o Word**.**
- **Extensión:** mínimo dos (2) opciones de propuestas técnicas, con su respectiva cotización.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Propuesta técnica y económica para la implementación del proyecto- GA2-220501094-AA3-EV02**

3.2.4 Actividad de aprendizaje GA2-220501094-AA4: presentar la propuesta técnica y económica de acuerdo con las condiciones del contrato a desarrollar.

Esta actividad se centra en la presentación de la propuesta técnica y económica, con los debidos ajustes obtenidos como resultado de las sugerencias y la negociación tecnológica.

Duración: 36 horas.

Materiales de formación: Para el desarrollo de esta actividad, es importante la lectura y el análisis del material de formación: "**Propuesta técnica".**

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-220501094-AA4-EV01: taller de especificación del modelo conceptual y estructurar la propuesta técnica del proyecto de *software*.**

Una propuesta técnica se centra en proporcionar información sobre una solución de *software* para resolver un problema de un negocio automatizando un proceso; esta puede ser presentada en diferentes formatos, dependiendo del proyecto y del objetivo previsto.

Por consiguiente, en este taller, realizará una representación de una propuesta técnica, definiendo los conceptos básicos y la estructura.

Elementos a tener en cuenta en el documento del informe técnico:

- Leer detenidamente los conceptos básicos definidos en el componente formativo de la propuesta técnica.
- Se deben seguir las normas básicas de presentación de un documento escrito; es decir, el documento debe tener, como mínimo, portada, introducción, alcance, lista de requerimientos y versión del documento.
- Realizar un glosario de terminología utilizada en una propuesta técnica: “presupuestos, teoría, costos, términos de referencia”.
- Desarrollar una propuesta técnica de *software* alternativa a la que se está trabajando.
- Consultar material referente al tema para enriquecer el producto.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** informe técnico.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Taller de especificación del modelo conceptual y estructurar la propuesta técnica del proyecto de *software*. GA2-220501094-AA4-EV01.**

- **Evidencia GA2-220501094-AA4-EV02 Propuestas técnica y económica con ajustes de acuerdo a la negociación tecnológica**

Con base en la propuesta técnica desarrollada, realizar los respectivos ajustes técnicos, de acuerdo con los resultados de la negociación y las sugerencias del cliente.

Para ello, teniendo en cuenta los términos de referencia establecidos en el componente formativo de la propuesta técnica, realizar los ajustes a la propuesta técnica presentada; esta debe tener:

- ✓ Presentación y saludos.
- ✓ Alcance de la propuesta.
- ✓ Valoración de la situación.
- ✓ Opciones de propuesta.
- ✓ Estimar costos.
- ✓ Cotización.
- ✓ Términos y condiciones.
- ✓ La propuesta se debe enriquecer con un diseño o logo, como si fuera la papelería de una empresa real.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** propuesta técnica con las correcciones sugeridas.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **propuestas técnica y económica con ajustes de acuerdo a la negociación tecnológica GA2220501094-AA4-EV02.**

3.3 Actividades de aprendizaje de la competencia razonar cuantitativamente frente a situaciones susceptibles de ser abordadas de manera matemática en contextos laborales, sociales y personales240201528.

Las actividades propuestas para el desarrollo de esta competencia están diseñadas para potenciar el trabajo autónomo con las labores de investigación y generación de documentos sobre las temáticas planteadas, y el trabajo colaborativo, a partir de la interacción de aprendices e instructores mediante encuentros sincrónicos y asincrónicos.

3.3.1 Actividad de aprendizaje GA2-240201528-AA1: desarrollar procedimientos aritméticos para resolver problemáticas de la vida cotidiana.

Esta actividad de aprendizaje se centra en desarrollar la capacidad de resolver problemas aritméticos; para ello, y como afirma Gasco-Txabarri (2017), "las estrategias de resolución de problemas matemáticos con enunciado (o problemas verbales) son diversas y pueden estar condicionadas por varios factores asociados al tipo de problema, a la comprensión del texto o a la persona que resuelve" (p. 1), de ahí la importancia de la aplicación en la vida cotidiana.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo adecuado de las evidencias, el aprendiz debe apropiar los contenidos del componente formativo **"Matemáticas. Nivel básico".**

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240201528-AA1-EV01: cuestionario procedimientos aritméticos.**

Para el desarrollo de esta evidencia, en primera instancia, consulte el anexo "**Preguntas_conjuntos-240201528AA1-EV01",** en el que se presentan una serie de preguntas similares a las que encontrará en la evaluación. Pruebe resolverlas y comente cualquier inquietud al instructor. Luego, debe responder la evaluación disponible en plataforma.

Antes de responder las preguntas, es importante tener en cuenta lo siguiente:

- ✓ Revisar el material de formación (conjuntos numéricos, operaciones aritméticas, razones y proporciones), seguramente le permitirá comprender con detalle los conceptos.
- ✓ Debe responder la totalidad de las preguntas formuladas en la evaluación en línea.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuestionario procedimientos aritméticos. GA2-240201528-AA1-EV01.**

3.3.2 Actividad de aprendizaje GA2-240201528-AA2: resolver problemas de aplicación de situaciones de los contextos productivo y social a partir del uso de herramientas matemáticas.

De acuerdo con Blanco et al. (2006), "la resolución de problemas requiere una actividad mental que se pone en funcionamiento desde el momento en que se nos presenta el enunciado y lo asumimos como un reto, hasta que damos por terminado el problema una vez hallada su solución" (p. 26). Con base en dicha definición, se puede evidenciar la necesidad de que sea aplicada a diversas situaciones, tanto en el contexto productivo como en el social.

Duración: 12 horas

Materiales de formación: para el desarrollo adecuado de las evidencias, el aprendiz debe apropiar los contenidos del componente formativo **"Matemáticas. Nivel medio"**.

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240201528-AA2-EV01: planteamiento de ecuación.**

Para esta evidencia, se toma como estrategia el aprendizaje basado en problemas, en el cual usted resolverá un problema de aplicación utilizando las herramientas matemáticas propuestas en el material de formación del componente medio.

Problema de aplicación

Una firma de arquitectos en una estrategia de mercadeo muy innovadora busca entregar a cada uno de sus clientes una casa en escala de chocolate, como la que se ve en la siguiente figura.

Figura 1

Prototipo de casa de chocolate



Nota. Tomada de Getty Images/iStockphoto.

La repostería que contrataron para llevar a cabo dicho proyecto tiene dos inconvenientes. El primero es el uso óptimo de la materia prima en el diseño de las casas; y el segundo es encontrar una opción económicamente viable para el empaque de la casa, pues al ser comestible debe estar protegida con una vitrina de metacrilato.

Se solicita que, para aportar a la solución de esta situación, realice lo siguiente:

a. Plantee una ecuación que represente el área total de la casa de chocolate.
b. Busque una función que represente el costo total de una casa de chocolate vs. cantidad de casas de chocolate. Para esto debe tener en cuenta que hay unos gastos fijos como el costo de la materia prima, el salario de los reposteros, costo del material de la vitrina en la que se entregará la casa, entre otros.
c. Proponga una solución más rentable para la entrega de casas de chocolate.
d. Plasmar estos resultados en un documento donde justifique la solución que le dio al problema.

Para el desarrollo de esta evidencia, deberá elaborar un informe en el cual aborde los siguientes puntos:

- ✓ Portada.
- ✓ La ecuación que define el área total de la casa y su respectiva explicación.
- ✓ La función que relaciona el costo de producción de las casas *vs.* cantidad de casas de chocolate, con su respectiva justificación.
- ✓ Propuesta de mejora de proceso.
- ✓ Conclusiones.
- ✓ Bibliografía (se puede apoyar en la biblioteca virtual del SENA http://biblioteca.sena.edu.co/)

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto para entregar:** informe del planteamiento de la ecuación.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Planteamiento de ecuación. GA2-240201528-AA2-EV01.**

3.3.3 Actividad de aprendizaje GA2-240201528-AA3: realizar un muestreo estadístico acerca de una situación contextualizada en la vida diaria.

Con base en la premisa y como se define en Guerrero (2007), “una población es un conjunto bien definido de elementos o unidades, y una muestra es un subconjunto de la población” (p.28), esta actividad busca los aspectos a tener en cuenta al momento de realizar un muestreo estadístico.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo adecuado de las evidencias, el aprendiz debe apropiar los contenidos del componente formativo **“Matemáticas. Nivel intermedio”.**

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240201528-AA3-EV01: video sustentación.**

Para esta actividad, se toma como estrategia el aprendizaje basado en estudio de casos, en el cual usted debe realizar el análisis de la información presentada utilizando las herramientas matemáticas propuestas en el **componente intermedio.**

Caso de estudio: Censo de población y vivienda en Colombia.
Busque información en la página oficial sobre el último censo realizado en Colombia, el cual da cuenta de la población y la vivienda, a partir de un conteo y caracterización de los habitantes colombianos, así como de sus viviendas y hogares constituidos en el país.
Con esta información obtenida, se pretende generar información estadística relevante, la cual es un referente para la toma de decisiones en el orden político, económico y de bienestar social, entre otros factores.

La información se presenta distribuida en tres categorías (https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivienda-2018):

- ¿Cuántos somos? Presenta la distribución de la población por sexo, grupos de edad (estructura de la población) y el porcentaje de personas (proporción) que tienen dificultades para realizar actividades cotidianas, así como las que saben leer y escribir, las que asisten a alguna institución educativa en los departamentos y municipios de la región, nivel educativo alcanzado, fecundidad por grupos de edad, promedio de hijos por mujer. También se presenta información de migración interdepartamental en el último año, características de los extranjeros residentes en Colombia (sexo, edad, ocupación, nivel educativo), inmigración internacional en los últimos 5 años y el último año.

- ¿Dónde estamos? Presenta la distribución por ubicación geográfica de la población, los hogares y las viviendas en el territorio nacional (cabeceras municipales, rural disperso, centros poblados), así como el lugar de nacimiento de los residentes en los departamentos y municipios de la región. También se presentan los indicadores demográficos por departamento, la tasa de alfabetismo por departamento, el porcentaje (proporción) de migración interna por departamento.

- ¿Cómo vivimos? Presenta el total de hogares y viviendas, su uso (residencial o mixto), su distribución por tipo (casa, apartamento, cuarto, étnica), el acceso a servicios públicos, de dónde obtienen el agua los hogares para preparar los alimentos; además, el porcentaje de personas (proporción) por hogar en los departamentos y municipios de la región, los tipos de hogar (unipersonal, nuclear, monoparental, extensos), y porcentaje de mujeres y hombres que son jefes de hogar.

Realice un análisis detallado de la información, revise si existen gráficos estadísticos que soporten dicha información, en caso de no encontrarlos, elabórelos. (Por ejemplo, histogramas, diagramas de barras, diagramas circulares, entre otros, dependiendo de las variables analizadas).

A partir de la información consultada, determine las variables que fueron objeto de medición en este censo, y precise, a partir de ello, cómo estos datos son esenciales para determinar el desarrollo de las variables demográficas. (Por ejemplo, el tamaño de los hogares, el índice de envejecimiento, el índice de juventud, los fenómenos migratorios dentro del país y desde y hacia el exterior, por mencionar algunos).

Con base en los resultados obtenidos, por medio de un video promocional, exponga las conclusiones extraídas de la consulta del caso. Debe incluir en el video:

- ✓ Una presentación inicial.
- ✓ La explicación del instrumento usado para la recolección de datos y la caracterización de los mismos.
- ✓ Tablas y gráficos (utilice colores adecuados para la presentación de gráficos).

- ✓ Análisis de la información tabulada o graficada.
- ✓ Conclusiones con base en el análisis de la información.
- ✓ Procure utilizar colores adecuados en toda la presentación. Si va a hacer uso de imágenes, estas deben ser acordes con el tema tratado y el público al que se van a presentar.
- ✓ Pruebe ayudarse con el siguiente texto: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/4412/2/02Consejos%20buena%20presentaci%C3%83%C2%B3n.pdf

Tenga en cuenta los siguientes términos de referencia de forma:

- ✓ Grabar un video de la presentación de su propuesta de lanzamiento. Este debe tener una duración de máximo 5 minutos.
- ✓ El video debe estar editado y poseer buena calidad de imagen y de audio.
- ✓ Se debe expresar el proceso y la solución a este (idea propuesta).
- ✓ El aprendiz debe ser el presentador del video.
- ✓ Se pueden utilizar ayudas audiovisuales que permitan comprender mucho más la propuesta.
- ✓ No hay límite para la creatividad.
- ✓ Al final del video, deben aparecer los créditos con los datos del aprendiz.

Especificaciones técnicas del video:

- ✓ Formato de grabación: MP4.
- ✓ Resolución: Mínimo 720p
- ✓ Equipos recomendados para hacer la grabación: teléfono celular, cámaras digitales, cámaras de computador, cámaras de acción, entre otras.
- ✓ Programas recomendados para hacer la edición del video: *Windows Movie Maker, Adobe Premiere, IMovie, Adobe Spark*, entre otros.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** video sustentación.
- **Formato de entrega:** MP4. Resolución: Mínimo 720 p.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio**: Video sustentación-GA2-240201528-AA3-EV01**

3.3.4 Actividad de aprendizaje GA2-240201528-AA4: crear un algoritmo para sistematizar el cálculo de perímetros, áreas y volúmenes de figuras planas y sólidos regulares.

Esta actividad consiste en proponer un algoritmo que permita calcular el área y el perímetro de figuras planas y el volumen de sólidos regulares, valiéndose de herramientas computacionales.

Duración: 12 horas

Materiales de formación: para el desarrollo adecuado de las evidencias, el aprendiz debe apropiar los contenidos del componente formativo "**Matemáticas. Nivel avanzado**".

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240201528-AA4-EV01: algoritmo para el cálculo de áreas y volúmenes.**

Se recomienda lo siguiente:

a. Consultar las figuras geométricas y las fórmulas que definen tanto el área como el volumen, según sea el caso. Para ello, se recomienda el apoyo en recursos multimedia y otras alternativas bibliográficas a las que usted tenga acceso.
b. Puede guiarse por el siguiente material multimedia, el cual le ayudará a orientarse frente al diseño del algoritmo. (Revise la videografía que se encuentra en https://www.youtube.com/watch?v=XJNdP-kxgUE).
c. Después de tener la información completa y organizada, diseñe un algoritmo.
d. Piense en la siguiente pregunta: si tuviera un sólido irregular, ¿qué método utilizaría para calcular el volumen?
e. Realice una presentación donde explique la solución al problema dado.

Para la entrega de esta evidencia, tenga en cuenta que la presentación debe tener:

- Introducción.
- Problema planteado.
- La información recolectada de fórmulas y figuras.
- El algoritmo diseñado (incluyendo el proceso).
- Conclusiones.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** algoritmo para el cálculo de áreas y volúmenes.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio**: Algoritmo para el cálculo de áreas y volúmenes. GA2-240201528-AA4-EV01.**

3.4 Actividades de aprendizaje de la competencia interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas-240202501.

Durante el desarrollo de las actividades, se debe comprender vocabulario y expresiones en inglés en contextos personales, de acuerdo con nivel principiante A1.2 correspondiente al MCERL. (La construcción de los diferentes programas de formación en inglés emplea el MCERL como instrumento de referencia para proveer los conocimientos requeridos para alcanzar el nivel.)

3.4.1 Actividad de aprendizaje GA2-240202501-AA1: reportar opiniones sobre situaciones cotidianas y laborales, pasadas y futuras en contextos sociales.

Dentro del desarrollo de la competencia comunicativa en inglés, es fundamental ser capaz de expresar opiniones y puntos de vista acerca de las situaciones a las que el aprendiz se enfrenta diariamente, tanto en su contexto social como en su contexto laboral.

El aprendiz está llamado a ser observador y crítico, por esta razón, es muy importante que conozca la estructura y el vocabulario apropiado para dar su opinión acerca de diferentes temáticas relacionadas directamente con su quehacer profesional.

Es importante seguir las indicaciones del instructor, en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 48 horas.

Material de formación: para el desarrollo adecuado de las evidencias, el aprendiz debe apropiar los contenidos del componente formativo **"LEVEL 2 - MCER A1.2".**

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240202501-AA1-EV01: cuestionario.**

Presentar un cuestionario (evaluación en línea) para evaluar comprensión lectora y gramatical del nivel (LEVEL 2 - MCER A1.2), el cual consta de quince (15) preguntas y un tiempo aproximado de 45 minutos.

Lineamientos para la entrega de la evidencia:

- Para responder el cuestionario (evaluación en línea), remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuestionario. GA2-240202501-AA1-EV01.**

- **Evidencia GA2-240202501-AA1-EV02: video entrevista virtual.**

Con el apoyo de uno de sus compañeros y una vez apropiado el material de estudio del segundo nivel, realice un video en el cual se simule una presentación de una entrevista de trabajo, postulándose para un empleo relacionado con su perfil profesional. Luego de ser entrevistado, intercambie roles con su compañero, para ser el entrevistador. Durante la entrevista, deberá responder las siguientes preguntas:

1. *Tell us about yourself*
2. *What motivates you?*
3. *What are your hobbies?*
4. *What are your future plans if you get this job?*
5. *What are your future goals or what are your career goals?*
6. *What do you see as a major success in your life?*
7. *Why did you leave your last job?*
8. *Where do you see yourself in 5 years?*

Para realizar la grabación de la entrevista virtual, puede programar un encuentro sincrónico, a través de Skype, Zoom, Meet o Teams, con su compañero de trabajo y realizar la grabación de la entrevista, para luego guardarla.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** video de la entrevista virtual de trabajo. Una vez finalizada la grabación de la entrevista, debe cargar el video a YouTube o Vimeo, con su cuenta de correo personal o institucional; compruebe que no tenga restricciones de visualización para que pueda compartir el enlace de visualización.
- **Formato:** PDF con los datos básicos del entrevistado, el entrevistador y la URL del video. Tenga en cuenta que se debe garantizar la visualización del video.
- **Extensión:** de 3 a 5 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia, debe dirigirse al área de la actividad correspondiente y acceder al espacio: **Video entrevista virtual. GA2-240202501-AA1-EV02.**

- **Evidencia GA2-240202501-AA1-EV03: crónica.**

Seleccione un personaje icónico y con trayectoria importante en el mundo, de acuerdo con su perfil profesional (Ej: En moda, un personaje icónico es Agatha Ruiz), y busque en Internet información acerca de él (ella). A partir del personaje seleccionado, realice una crónica escrita con los hechos más importantes y las situaciones más relevantes en la trayectoria profesional del personaje.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** crónica escrita.
- **Extensión:** el documento escrito será máximo de 1 página y una extensión entre 200 y 500 palabras, con tipo de letra Arial, tamaño 12 e interlineado 1,5. Es ideal tener cuidado con las estructuras gramaticales utilizadas, deben ser coherentes con las temáticas abordadas en el material de estudio.
- **Formato:** documento escrito en Word y se deberá exportar a PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: C**rónica. GA2-240202501-AA1-EV03.**

3.4.2 Actividad de aprendizaje GA2-240202501-AA2: expresar opiniones sobre situaciones cotidianas y laborales actuales, pasadas y futuras en contextos sociales.

Dentro de los procesos de aprendizaje de lengua, el exteriorizar lo aprendido es uno de los más valiosos aportes. Dentro de este contexto, se abordarán temas como el vecindario y las actividades que se están realizando.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 48 horas.

Material de formación: para el desarrollo adecuado de las evidencias, el aprendiz debe apropiar los contenidos del componente formativo **“LEVEL 3 - MCER A2.1”.**

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240202501-AA2-EV01: cuestionario.**

Presenta un cuestionario, de acuerdo con el contenido formativo del tercer nivel “LEVEL 3 - MCE A2.1”. El cuestionario consta de quince (15) preguntas y un tiempo aproximado de 30 minutos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- Para responder el cuestionario (evaluación en línea), remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuestionario. GA2-240202501-AA2-EV01.**

- **Evidencia GA2-240202501-AA2-EV02: presentación.**

De acuerdo con la temática estudiada en el tercer nivel, realice una presentación en inglés y en formato video de un lugar turístico de su región, por medio de un corto video activando su cámara web, con el fin de identificar de forma oral la descripción y razón de popularidad del municipio o ciudad.

Para la elaboración del video con la cámara web, tenga en cuenta el desarrollo de un guion o estructura, a través de una herramienta como PowerPoint, Emaze, o Prezi, en el que se dispongan algunas diapositivas con imágenes y textos para dar cuenta de la presentación del lugar.

Diapositivas: durante el desarrollo de la presentación oral, es ideal que presente entre 3 y 5 diapositivas, donde se incluyan los siguientes elementos:

- ✓ Diapositiva de portada (datos básicos del aprendiz, nombre del curso, instructor y nombre de la actividad).
- ✓ ¿Dónde se encuentra?
- ✓ ¿Cómo es? (Use adjetivos para describirlo, como colores, comparativos, etc.) ✓ ¿Qué elementos hay en ese lugar? (Ejemplo: montes, ríos, casas, etc.) ✓ Describa detalladamente algún elemento importante de ese lugar.
- ✓ ¿Qué sensaciones transmite ese lugar? (alegría, paz, felicidad, estrés, agobio, tristeza, miedo, misterio, terror, etc.)
- ✓ Opinión personal: ¿Por qué ha elegido ese lugar?

Estructura del video con cámara web: cuando grabe el video, tenga en cuenta que las fotos, imágenes y textos que use en las diapositivas deben ser un apoyo visual para denotar buena pronunciación y su aprendizaje inicial sobre las temáticas del tercer nivel.

Para la realización de la emisión del video, deberá encender su cámara web y mostrar la pantalla con las diapositivas creadas. La recomendación es utilizar alguna herramienta digital que permita grabar el video y la pantalla, como Screencast-o-Matic, Loom, Camtasia, recordscreen.io, scrnrcrd.com, e incluso existen aplicaciones como X Recorder para que pueda realizarlo desde su teléfono móvil. Lo importante es mostrar las diapositivas, su cámara web e ir realizando su presentación de forma oral.

Una vez finalizado el video, debe cargarlo a YouTube o Vimeo, con su cuenta de correo personal o institucional; compruebe que no tenga restricciones de visualización para que pueda compartir el enlace de visualización.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** documento con los datos del aprendiz y el enlace del video. ○ **Formato:** PDF con la URL del video.
- **Extensión:** de 2 a 5 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Presentación. GA2-240202501-AA2-EV02.**

- **Evidencia GA2-240202501-AA2-EV03: documento escrito.**

Elabore un documento escrito a modo de correo electrónico, donde se realiza la postulación a un puesto de trabajo, incluyendo datos relevantes de su hoja de vida y haciendo uso efectivo de la netiqueta.

La estructura general del documento escrito debe ser la siguiente:

Título (asunto): debe enmarcar la idea general del mensaje y describir brevemente la temática de este. No limitarse a una sola palabra.
Saludo: redacte un saludo que exprese un grado de cordialidad que debe ser coherente y mantenerse a lo largo del mensaje.
Cuerpo del mensaje: incluya la palabra "solicitud" y el cargo al cual se postula. El objetivo principal de escribir el correo electrónico para la solicitud de empleo es que la entidad que puede contratarlo conozca algunas de las posesiones imperativas que deben formar parte de su saber profesional:

- ✓ El propósito de la solicitud de empleo.
- ✓ Qué trabajo está solicitando.
- ✓ Habilidades para desempeñar el trabajo al cual se postula.
- ✓ Qué tiene para ofrecer a la empresa.
- ✓ Datos básicos para que el destinatario pueda ponerse en contacto.

Despedida: cierre el mensaje de manera que se reafirme el grado de formalidad utilizado en el saludo y en el cuerpo de la carta.
Dato remitente: ubique los datos conformados, como nombres, lugar de origen, profesión.

La **extensión** del mensaje escrito en un documento será de 1 a 3 páginas, con tipo de letra Arial, tamaño 12 e interlineado 1,5.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Extensión:** el mensaje de correo escrito a modo correo electrónico será de entre 1 y 3 páginas, y con una extensión de entre 200 y 400 palabras, con tipo de letra Arial, tamaño 12 e interlineado 1,5. Es ideal tener cuidado con la redacción, y las estructuras gramaticales utilizadas deben ser coherentes con las temáticas abordadas en el material de estudio.

- **Formato:** documento escrito en Word que se deberá exportar a PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia, remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Documento escrito. GA2-240202501-AA2-EV03.**

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Foro temático: Lenguaje Unificado de Modelado (UML). **GA2-220501093-AA1-EV01.**	Interpreta el informe de requisitos para modelar las funciones del *software*. Elabora diagramas de casos de uso de acuerdo con los estándares actuales mediante Lenguaje Unificado de Modelado (UML). Genera plantillas extendidas de casos de uso expresando la intención de las acciones a desarrollar. Realiza diagramas de actividades exponiendo detalles de los casos de uso. Documenta las actividades de análisis a través de un informe.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-220501093-AA1-EV01.
Evidencia de desempeño: Elaboración de diagramas y plantillas para casos de uso del proyecto. **GA2-220501093-AA1-EV02.**		**Lista de chequeo:** IE-GA2-220501093-AA1-EV02.
Evidencia de desempeño: Elaboración de historias de usuario del proyecto. **GA2-220501093-AA1-EV03.** **Evidencias de producto:** Diagramas y documentación de actividades del proyecto. **GA2-220501093-AA1-EV04.**		**Lista de chequeo:** IE-GA2-220501093-AA1-EV03. **Lista de chequeo:** IE-GA2-220501093-AA1-EV04.
Evidencia de desempeño: Elaboración de los diagramas del modelo de dominio del proyecto. **GA2-220501093-AA2-EV01**	Representa el negocio en términos de clases abstractas, generando un modelo de dominio consistente.	**Lista de chequeo**: IE-GA2-220501093-AA2-EV01.
Evidencia de conocimiento: Mapa conceptual sobre validación de documentos. **GA2-220501093-AA3-EV01.**	Elabora listas de chequeo para validación de la documentación de análisis. Evalúa el informe de análisis teniendo en cuenta la calidad de los artefactos generados y la respuesta al cumplimiento de requisitos.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-220501093-AA3-EV01.

Evidencia de desempeño: Elaboración del informe de análisis con listas de chequeo para la validación de artefactos. **GA2-220501093-AA3-EV02.**	Realiza mejoras a la documentación de análisis de acuerdo con los resultados de la evaluación. Realiza prototipo inicial del *software* de acuerdo con los casos de uso identificados.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-220501093-AA3-EV02.
Evidencia de conocimiento: Foro temático: Licenciamiento de *software*. **GA2-220501094-AA1-EV01.** **Evidencia de desempeño:** Diseño de las fichas técnicas para la recolección de la información. **GA2-220501094-AA1-EV02.** **Evidencia de producto:** Especificación de los referentes técnicos del *hardware* - *software* y estimación de las condiciones económicas**.** **GA2-220501094-AA1-EV03.**	Diseña formatos de fichas técnicas de acuerdo con estándares. Elabora referentes técnicos de acuerdo con normatividad legal vigente. Dimensiona las licencias de *software* de acuerdo con las características de la solución y las necesidades de la empresa. Estima condiciones técnicas y económicas de acuerdo con las características de la solución de *software* y las necesidades de la empresa.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-220501094-AA1-EV01. **Lista de chequeo:** IE-GA2-220501094-AA1-EV02. **Lista de chequeo:** IE-GA2-220501094-AA1-EV03.
Evidencia de producto: Ficha técnica de los productos requeridos, los términos de referencia para el contrato y lista de chequeo para evaluación de proveedores. **GA2-220501094-AA2-EV01**	Elabora análisis comparativo de proveedores, considerando costos, cantidad y especificaciones técnicas definidas.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-220501094-AA2-EV01.
Evidencia de desempeño: Diseño de tablas comparativas sobre presupuestos de *hardware* y *software*. **GA2-220501094-AA3-EV01.** **Evidencia de producto:** Propuesta técnica y económica para la implementación del proyecto. **GA2-220501094-AA3-EV02.**	Estima costos de *software* y *hardware* de acuerdo con las características del negocio. Documenta la propuesta técnica según las especificaciones de la solución de *software*.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-220501094-AA3-EV01. **Lista de chequeo:** IE-GA2-220501094-AA3-EV02.

Evidencia de conocimiento: Taller de especificación del modelo conceptual y estructurar la propuesta técnica del proyecto de *software*. **GA2-220501094-AA4-EV01.**	Realiza la presentación de la propuesta según propósitos de la negociación. Documenta las sugerencias del cliente según la necesidad del negocio. Ajusta los parámetros técnicos de acuerdo con los resultados de la negociación.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-220501094-AA4-EV01.
Evidencia de producto: Propuestas técnica y económica con ajustes de acuerdo con la negociación tecnológica. **GA2-220501094-AA4-EV02.**		**Lista de chequeo:** IE-GA2-220501094-AA4-EV02.
Evidencia de conocimiento: Cuestionario procedimientos aritméticos. **GA2-240201528-AA1-EV01.**	Aplica procedimientos aritméticos y algebraicos según el problema planteado. Plantea ecuaciones o sistemas de ecuaciones de acuerdo con la relación entre las variables. Presenta la relación entre dos cantidades o variables según los fundamentos matemáticos.	**Cuestionario:** IE-GA2- 240201528-AA1-EV01.
Evidencia de desempeño: Planteamiento de ecuación. **GA2-240201528-AA2-EV01.**	Resuelve ecuaciones o sistemas de ecuaciones de acuerdo con principios matemáticos. Presenta solución a problemas mediante figuras geométricas. Define el problema a resolver de acuerdo con las necesidades de su entorno.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-240201528-AA2-EV01.
Evidencia de producto: Video sustentación. **GA2-240201528-AA3-EV01.**	Representa conjunto de datos de acuerdo con la variable estadística. Realiza conversiones según las equivalencias entre sistemas de medida. Define el problema a resolver de acuerdo con las necesidades de su entorno.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-240201528-AA3-EV01.

Evidencia de desempeño: Algoritmo para el cálculo de áreas y volúmenes. **GA2-240201528-AA4-EV01.**	Selecciona las herramientas computacionales para la verificación de los resultados de acuerdo con los requerimientos matemáticos. Elabora una propuesta de solución alternativa a partir de los procedimientos matemáticos inicialmente planteados. Calcula perímetros, áreas y volúmenes de acuerdo con los elementos de la figura geométrica.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-240201528-AA4-EV01.
Evidencia de conocimiento: Cuestionario. **GA2-240202501-AA1-EV01.**	Comprende información concreta relativa a temas cotidianos y laborales en textos orales y escritos.	**Cuestionario:** IE-GA2-240202501-AA1-EV01.
Evidencia de desempeño: Video entrevista virtual. **GA2-240202501-AA1-EV02.**		**Lista de chequeo:** IE-GA2-240202501-AA1-EV02.
Evidencia de producto: Crónica. **GA2-240202501-AA1-EV03.**		**Lista de chequeo:** IE-GA2-240202501-AA1-EV03.
Evidencia de conocimiento: Cuestionario. **GA2-240202501-AA2-EV01.** **Evidencia de desempeño:** Presentación**.** **GA2-240202501-AA2-EV02.** **Evidencia de producto:** Documento escrito. **GA2-240202501-AA2-EV03.**	Describe de manera sencilla y clara asuntos, acciones, experiencias, sentimientos, planes relacionados con temas de su interés y cotidianidad, siguiendo una secuencia lineal de elementos.	**Cuestionario:** IE-GA2-240202501-AA2-EV01. **Lista de chequeo:** IE-GA2-240202501-AA2-EV02. **Lista de chequeo:** IE-GA2-240202501-AA2-EV03.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Algoritmo: un algoritmo es una secuencia lógica y finita de pasos que permite solucionar un problema o cumplir con un objetivo. Debe ser preciso e indicar el orden lógico de realización de cada uno de los pasos; debe ser definido, es decir que, si se ejecuta un algoritmo varias veces, se debe obtener siempre el mismo resultado; también debe ser finito, o sea, debe iniciar con una acción y terminar con un resultado o solución de un problema.

Aritmética: la aritmética se encarga de realizar con números y simbología, en conjunto con las operaciones antes mencionadas, el desarrollo de propiedades y habilidades, las cuales pueden ser usadas en la vida cotidiana y materias de estudio que impliquen a la matemática como base fundamental de aprendizaje (Adrián, 2020).

***Main idea* (Idea principal):** estrategia de lectura que busca identificar la idea principal de un texto. A diferencia de

"*topic*", esta estrategia pretende ampliar la comprensión, encontrando qué es lo que se dice del tema (*topic*). Ejemplo: "*The robots can help in medicine*."

Microsoft: es una compañía tecnológica multinacional con sede en Redmond, Washington, EE.UU. Microsoft es el acrónimo de *microcomputer* y *software*.

Metacrilato: este termoplástico rígido se caracteriza por su gran transparencia, ligereza y resistencia a la intemperie. Visualmente, es parecido al vidrio, aunque es un material mucho más ligero y aguanta unas diez veces más los golpes.

Números cardinales: son los números como los conocemos para contar (*one, two, three*, etc.).

Números ordinales: son los números que se usan para indicar un orden, por ejemplo: primero, segundo, tercero, etc. (*first, second, third*, etc.)

Ofimática: automatización mediante sistemas electrónicos de las comunicaciones y procesos administrativos en las oficinas.

Presente continuo: tiempo verbal que se usa para indicar acciones momentáneas que suceden al momento de hablar. Su construcción requiere el uso de un verbo auxiliar "to be" y un segundo verbo (llamado verbo principal) con terminación en "*-ing*". Por ejemplo: *I am working at SENA now*.

Presente simple: tiempo verbal que se usa para indicar acciones o situaciones que suceden en el presente. Pueden ser estados permanentes o cambiantes, por ejemplo: *I am Susana. I work as a doctor*.

Preposiciones de lugar: palabras invariables (sin género ni número) que se usan para indicar o introducir el lugar de una acción o situación. Por ejemplo: "*In the room*", "*next to the shop*".

Preposiciones de tiempo: palabras invariables (sin género ni número) que se usan para indicar o introducir el momento de una acción. En inglés, por ejemplo, las más comunes son "*in*", "*on*" y "*at*".

Pronombres personales: son las palabras que se usan para indicar la persona o ente que ejecuta una acción. Siempre los pronombres personales estarán seguidos de un verbo (la acción). En inglés, son comunes las contracciones entre los pronombres y algunos verbos, así: "*I'm*" (contracción de "*I am*"), "*She's*" (contracción de "*she is*"), etc.

Proporción: es la relación de igualdad entre dos razones matemáticas, o la comparación entre dos razones matemáticas.

Razón: es una razón binaria entre magnitudes, se expresa como *a* es a *b*, o *a*:*b*. Numéricamente, una razón se puede expresar como una fracción o un decimal.

***Role play*:** juego de roles es una actividad que simula una situación, con dos o más personajes representados por los aprendices. Cada uno recibirá las indicaciones de lo que pasa y los aprendices deberán desarrollar la situación actuando**.**

Semiótica: teoría general y ciencia que estudia los signos, sus relaciones y su significado.

***Skimming*:** estrategia de lectura que consiste en hacer una lectura rápida para determinar el tipo de texto, su fuente y su tema. No implica una lectura exhaustiva ni detenida, y puede durar pocos segundos.

***Scanning*:** estrategia de lectura para encontrar información específica. Al igual que "*Skimming*", no es exhaustiva, sino que focaliza la información necesaria.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

ABA English. (s. f.). Cómo pronunciar th en inglés. https://www.abaenglish.com/es/fonetica-inglesa/th/

Adrián, Y. (2020). Aritmética. Concepto Definición. https://conceptodefinicion.de/aritmetica/

Blanco, L., Guerrero, E. y Gil, N. (2006). El papel de la afectividad en la resolución de problemas matemáticos. Revista de educación, (340), p. 551-569. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2100483

Colombia Aprende. (s. f.). Currículos exploratorios en TIC. Mineducación. http://aprende.colombiaaprende.edu.co/es/curriculostic#:~:text=Los%20Curr%C3%ADculos%20Exploratorios%20TIC%2C%20busca,y%20problemas%20de%20la%20vida

Cuadros, I. (2013). Cálculos estadísticos básicos con Excel [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=XDUndiON7fk

Departamento de Matemática Aplicada [DIMATIC]. (s. f.). Estudio de Funciones: Función. Universidad Politécnica de Madrid. http://www.dma.fi.upm.es/recursos/aplicaciones/calculo_infinitesimal/web/estudio_funciones/funcion.html Gasco-Txabarri, J. (2017). La resolución de problemas aritmético-algebraicos y las estrategias de aprendizaje en matemáticas. Un estudio en educación secundaria obligatoria (ESO). Revista latinoamericana de investigación en matemática educativa, 20(2), 167-192.

Guerrero, J., Certuche, C., Zúñiga, K. y Pardo, C. (2019). What is there about DevOps? Preliminary Findings from a Systematic Mapping Study. XIV Jornadas Iberoamericanas de Ingeniería de Software e Ingeniería del Conocimiento [JIISIC'2019]. https://www.researchgate.net/publication/334376433_What_is_there_about_DevOps_Preliminary_Findings_from_a_Systematic_Mapping_Study

Guerrero, V. (2007). Muestreo Estadístico Aplicado al Estudio del Desempeño de Algoritmos Heurísticos. Instituto Tecnológico de Ciudad Madero. https://www.academia.edu/2894047/Muestreo_Estad%C3%ADstico_Aplicado_al_Estudio_del_Desempe%C3%B1o_de_Algoritmos_Heur%C3%ADsticos

Iturbe, I. (2020). Cálculo de Área, Perímetro y Volumen en Excel [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=XJNdP-kxgUE

Jiménez, R. (2009). Proporcionalidad. cide@d 1º ESO. http://recursostic.educacion.es/descartes/web/materiales_didacticos/EDAD_1eso_proporcionalidad/index_1quincena6.htm

Lwakatare, L., Kuvaja, P. y Oivo, M. (2015). Dimensions of DevOps. En C. Lassenius, T. Dingsøyr y M. Paasivaara (eds), Agile Processes in Software Engineering and Extreme Programming (p. 212–217). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-18612-2_19

Moure, O. (s. f.). El acento en las palabras de dos sílabas. OMPronounce. http://www.ompersonal.com.ar/ompronounce/unit11/page1.htm

Pressman, R. (2010). Ingeniería del software, un enfoque práctico. McGraw-Hill. http://cotana.informatica.edu.bo/downloads/ld-Ingenieria.de.software.enfoque.practico.7ed.Pressman.PDF

Superintendencia de Industria y Comercio. (s. f.). Sistema Internacional de Unidades. Gov.co. https://www.sic.gov.co/sistema-internacional-de-unidades

Tecnoe. (2020). Áreas de figuras geométricas en Excel [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=oKf63nxNJ7E

Trillini, C. (2013). Definición de Sistematización. Economía. https://economia.org/sistematizacion.php

Vaughan Systems. (2013). Inglés: grado superior. McGraw-Hill. https://elibronet.bdigital.sena.edu.co/es/ereader/senavirtual/50221?page=1

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor(es)	Nathaly Ramírez Ramírez	Experta Temática	Regional Antioquia - Centro de Diseño, confección y Moda	Octubre 2020
	Carlos Andrés Rodríguez	Diseñador Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y metrología	Octubre 2020
	Alix Cecilia Chinchilla Rueda	Evaluadora instruccional	Regional Distrito Capital - de Gestión Industrial	Febrero 2020

	Elkin Rodolfo Moreno Merchán	Experto temático	Regional Distrito Capital - Centro de Formación de Talento Humano en Salud	Febrero 2021
	Oscar Absalón Guevara	Diseñador instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Febrero 2021
	Mario Fernando Meneses Calvache	Experto Temático	Regional Cauca - Centro de Teleinformática y Producción Industrial	Noviembre 2021
	Carlos Hernán Muñoz Carvajal	Experto Temático	Regional Cauca - Centro de Teleinformática y Producción Industrial	Noviembre 2021
	Deivis Eduard Ramírez Martínez	Diseñador Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica	Noviembre 2021
	Andrés Felipe Velandia Espitia	Revisor Metodológico y Pedagógico	Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología	Noviembre 2021
	Rafael Neftalí Lizcano Reyes	Asesor Pedagógico	Regional Santander - Centro Industrial del Diseño y la Manufactura	Noviembre 2021
	Darío González	Corrección de estilo	Regional Tolima – Centro Agropecuario La Granja	Noviembre 2021

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del cambio**
Autor(es)					

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del programa de formación:** Tecnología en desarrollo publicitario
- **Código del programa de formación:** 124100
- **Nombre del proyecto:** Desarrollo de soluciones publicitarias para las Mipymes de la región.
- **Fase del proyecto:** planeación.
- **Actividad de proyecto:** Estructurar plan de comunicación publicitaria de acuerdo con necesidades de la organización.
- **Competencias**

  - 260101053 - Definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa.
  - 260101052 - Estructurar la campaña publicitaria de acuerdo con objetivos de comunicación y metodología de planeación.
  - 240201529 - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos productivo y social.
  - 240202501 - Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.

- **Resultados de aprendizaje a alcanzar**

  Técnicos:

  - 260101053-01 - Estructurar el manual de identidad corporativa según especificaciones de la organización.
  - 260101052-01 - Planificar campaña publicitaria con base en requerimientos de la organización.

  Claves:

  - 240202501-01 - Comprender información sobre situaciones cotidianas y laborales actuales y futuras a través de interacciones sociales de forma oral y escrita.

  Transversales:

  - 240201525-01 - Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social.
  - 240201525-02 - Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social.

- 240201525-03 - Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias de mercado.
- 240201525-04 - Valorar la propuesta de negocio conforme con su estructura y necesidades del sector productivo y social.

- **Duración de la guía:** Técnico: 336 horas + Claves: 48 horas + Transversales: 48 horas = 432 horas.

2. PRESENTACIÓN

La identidad de una empresa es su representación gráfica y conceptual ante sus grupos de clientes. Es importante tener claro que cliente es todo aquel que interactúa con un representante de la entidad, suministrando o recibiendo algún tipo de recurso; por ello, la identidad y la imagen de la organización, son referentes para personas internas o externas de ella. Por otro lado, la estructuración de una campaña publicitaria representa para la compañía un proceso muy importante desde el punto de vista del posicionamiento de marca.

Por todo lo anterior, estos dos resultados de aprendizaje son complementarios para el desarrollo de la formación, ya que ambos apuntan al *branding* que, desde el punto de vista comercial y promocional, es la base para el reconocimiento de la empresa.

De igual manera, el SENA en su necesidad de fortalecer en los aprendices el emprendimiento como oportunidad, afianza en ellos la cultura del emprendimiento mediante el desarrollo del pensamiento empresarial, de forma que estén en la capacidad de generar sus propias ideas para emprender y convertirse en empresarios como parte de su proyecto de vida. Aspectos que se verán reflejados a través de las actividades planteadas.

Por último, para abordar el inglés como una de las habilidades contemporáneas más importantes y de mayor impacto en el mundo laboral y social se plantean actividades generales y específicas para el desarrollo de la competencia, teniendo en cuenta el aprendizaje articulado de las cuatro (4) habilidades de la lengua (leer, escribir, hablar y escuchar) alineado al MCERL (Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas) como estándar del nivel de conocimiento de lengua y categorización de los conocimientos en niveles de competencia en un idioma.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

En este apartado se describirán las actividades de aprendizaje para cada una de las competencias que plantea la fase de planeación del proyecto formativo: Desarrollo de soluciones publicitarias para las Mipymes de la región.

De este programa de formación, en cada una de las actividades se detallan las evidencias a entregar. La entrega de las evidencias se realizará durante las nueve (9) semanas planeadas para esta guía. En el siguiente cuadro se observa para cada una de las competencias, el momento y las evidencias a entregar según las actividades de aprendizaje asociadas a cada competencia:

Semanas / Competencia	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11
260101053	Foro sobre la aplicación estratégica del marco creativo. GA2-260101053-AA1-EV01.	Infografía del posicionamiento de marca de una Mipyme. GA2-260101053-AA1-EV02.	Manual de identidad corporativa. GA2-260101053-AA1-EV03.								
Horas por semana	28	28	28	28	37	38					
260101053							Plan de campaña publicitaria. GA2-260101052-AA1-EV01.				
Horas por semana							37	28	28	28	28
240201529	DOFA Personal. Identificar habilidades personales como emprendedor. GA2-240201529-AA1-EV01.	Modelo CANVAS del emprendimiento. GA2-240201529-AA2-EV01.		Modelo financiero. GA2-240201529-AA3-EV01.							
Horas por semana	12	12	12	12							
240202501								Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA2-240202501-AA1-EV01.	Video presentación de un personaje. GA2-240202501-AA1-EV02.		Elaboración de un folleto de las características del programa de formación. GA2-240202501-AA1-EV03.
Horas por semana								12	12	12	12
Horas total semana	**40**	**40**	**40**	**40**	**37**	**38**	**37**	**40**	**40**	**40**	**40**

3.1. Actividades de la competencia definir el plan de comunicación interna de acuerdo con la cultura y estrategia corporativa (260101053)

3.1.1. Actividad de aprendizaje GA2-260101053-AA1: Diseñar el manual de identidad corporativa con base en las características de la empresa y el mercado.

Para el desarrollo de esta actividad, recuerde tener presente el grupo de trabajo que previamente conformó, ya que se desarrollarán evidencias de manera individual y grupal, aplicando siempre los diferentes procesos que se solicitan a la Mypime elegida.

Duración: 192 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Identidad corporativa”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia de reflexión inicial**

Dentro de la publicidad, existen diversos elementos que se deben tener en cuenta al momento de realizar análisis empresariales, tal es el caso de los manuales de identidad corporativa que agrupan aquellos aspectos que son puntuales de sus productos o servicios. Por este motivo, es necesario que reflexione sobre los siguientes interrogantes:

- ¿Qué tipo de producto genera mayor impacto en el consumidor?
- ¿Qué servicios se destacan ante la competencia?
- ¿Por qué es necesario hacer un manual de identidad corporativa dentro de una empresa?
- ¿Todas las empresas requieren la realización de un manual de identidad corporativa o simplemente pueden funcionar sin uno?

Nota: esta evidencia es necesaria dentro de los aspectos requeridos para responder los diferentes procesos planteados en esta guía de aprendizaje.

- **Evidencia GA2-260101053-AA1-EV01: Foro sobre la aplicación estratégica del marco creativo**

En publicidad, el marco creativo es muy importante, dado que a través de él se puede realizar un estudio de diseño gráfico en aspectos puntuales como el *branding* y la identidad visual de la marca, teniendo en cuenta que allí se llevan a cabo los diferentes conceptos de lo que es un diseño creativo. Por este motivo, a través de esta evidencia y de manera individual, observe atentamente el siguiente video donde se hace un estudio detallado del cambio de una marca: https://youtu.be/IDPrz-KcNwE

Una vez observado el video, realice un análisis a partir de las siguientes preguntas orientadoras:

- Para una empresa, ¿su marca es tan importante como para invertir millones en su creación?
- ¿Por qué las marcas más reconocidas del mercado hacen cambios en sus marcas o mejoran sus diseños?
- ¿Qué tan importante es la tipografía (tipo de letra) y los colores en la creación de una marca?
- Mencione alguna marca que considere tiene muy buen diseño y argumente su respuesta.

Finalmente, escriba su respuesta en el foro (que no supere los dos párrafos de cinco líneas de texto cada uno) y puede complementarla con otros recursos de su elección, si desea o si lo considera pertinente. Luego, lea los comentarios de otros compañeros y debata con ellos las intervenciones, hágalo con respeto y argumentos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** participación en el foro.
- **Formato:** redacción de textos en el foro.
- **Extensión:** dos párrafos de cinco líneas de texto cada uno.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Foro sobre la aplicación estratégica del marco creativo. GA2-260101053-AA1-EV01.**

- **Evidencia GA2-260101053-AA1-EV02: Infografía del posicionamiento de marca de una Mipyme**

Una marca, al momento de lograr distinguirse de las demás y crear ese aspecto diferenciador, es cuando consigue su posicionamiento en el mercado, destacándose de la competencia; pero para lograrlo, debe tener en cuenta una serie de aspectos clave en sus estrategias y canales comunicativos.

Por lo anterior, para el desarrollo de esta evidencia es necesario que estudie detalladamente el componente formativo "Identidad corporativa", el cual está disponible en la plataforma virtual de aprendizaje; así, tendrá los conocimientos necesarios para realizar una infografía con un decálogo 360º de los canales de comunicación y las estrategias a utilizar para el logro de posicionamiento de marca, en conjunto, en cualquier mipyme del mercado.

Tenga en cuenta que una infografía es un elemento didáctico y de comunicación que permite comprender puntos esenciales de un tema específico, a través de gráficas y textos explicativos, los cuales visualmente son muy atractivos y comprensibles. Por este motivo, para el desarrollo de la infografía deberá tener en cuenta:

- Cree un compendio de mínimo diez puntos, en los que relacione medios y tácticas de comunicación que las empresas utilizan para lograr el posicionamiento de una marca.
- Incluya para cada punto un ejemplo de una táctica empleada por empresas reconocidas y que les significaron efectividad en el posicionamiento de la marca.
- Explique cada punto de forma sencilla para que al leer y relacionarlo con la gráfica o el ejemplo empleado sea fácil de comprender.
- Tenga en cuenta la comunicación 360º y enfocarla en el posicionamiento de marca.
- Puede utilizar cualquier programa de diseño gráfico o una de las aplicaciones disponibles para este fin. Se recomiendan estas herramientas de libre uso:
  https://www.easel.ly
  https://www.canva.com

La infografía debe ser presentada de manera individual al instructor en formato JPG y compartirla en el link de la actividad que está disponible en la plataforma virtual de aprendizaje. Tenga en cuenta que debe estar debidamente acreditada con su nombre.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con la infografía.
- **Formato:** documento JPG.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Infografía del posicionamiento de marca de una Mipyme. GA2-260101053-AA1-EV02.**

- **Evidencia GA2-260101053-AA1-EV03: Manual de identidad corporativa**

El manual de identidad corporativa representa un alto nivel de importancia para una compañía en desarrollo y uno de los errores más comunes de las empresas nacientes, es no unificar la identidad corporativa ni exigir el manejo de la marca de forma adecuada; es decir, seguir reglas estrictas en el uso de sus elementos: la tipografía, los colores, la composición y el tamaño.

Esta evidencia debe ser realizada en los grupos de trabajo que vienen trabajando desde el inicio del proceso con la mipyme seleccionada y teniendo en cuenta lo descrito en el componente formativo “Identidad corporativa”.

Para este punto los integrantes del grupo, en acuerdo con el empresario y con la asesoría del instructor, deben definir a qué van a realizarle el manual de identidad corporativa, de acuerdo a las necesidades y el manejo que le esté dando la empresa a la imagen de los productos o servicios; lo recomendable es el desarrollo de marca para uno de estos.

La actividad se divide en dos partes:

1. Realice un análisis muy detallado de los elementos de la empresa, necesarios para la construcción de la identidad corporativa (parte de esta información ya está consolidada en el *brief* realizado en la guía de aprendizaje anterior). En este punto se deben aplicar, además de los conocimientos de esta guía, los de la guía anterior:

    - Políticas de la empresa. A todo nivel: producción, comercialización, servicio al cliente, talento humano, etc.
    - Cultura empresarial.
    - Filosofía de la empresa (por lo general está incluida en las políticas, pero en este punto se establece aquella que marca el rumbo de la empresa; por ejemplo, ser ambientalmente responsables).
    - Misión.
    - Visión.
    - Objetivos empresariales.
    - Estrategias empresariales.
    - Estrategias de mercadeo (*marketing* mix).
    - Análisis de las respuestas a los planteamientos en la actividad de reflexión de esta guía de aprendizaje.
    - Mercado objetivo (aplicar todos los elementos de la segmentación de mercados descrita en las evidencias de la guía de aprendizaje 1).

2. Presentar el manual de identidad corporativa, que contenga:

    - Carátula.
    - Créditos.
    - Filosofía de marca.
    - Diseño gráfico de la marca.
    - Justificación de la simbología.
    - Justificación del color.
    - Paleta de colores (RGB, CMYK y hexadecimal).
    - Justificación de la tipografía.
    - Fuentes utilizadas (abecedarios y números).
    - Área de protección.
    - Retícula.
    - Medidas (mm y cm).
    - Variaciones.
    - Usos no permitidos o alteraciones.

- Modelo de papelería (factura o cuenta de cobro).
- Aplicaciones básicas (tarjeta de presentación, membrete, sobre, carpeta, plantilla para presentaciones).
- *Key visual* con aplicación de marca.
- Realizar una presentación de la marca que impacte al cliente (video, animación o diapositivas).

Dentro del manual de identidad corporativa deben recopilarse todos los datos solicitados y, a través de un archivo en formato PDF, compartirlo con el instructor por medio de la plataforma virtual de aprendizaje para su respectiva evaluación.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** un documento con el manual de identidad corporativa.
- **Formato:** documento PDF.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Manual de identidad corporativa. GA2-260101053-AA1-EV03.**

3.2. Actividades de la competencia estructurar la campaña publicitaria de acuerdo con objetivos de comunicación y metodología de planeación (260101052)

3.2.1. Actividad de aprendizaje GA2-260101052-AA1: Desarrollar el plan de campaña de posicionamiento, teniendo en cuenta el manual de identidad corporativa.

Para esta actividad se continúa el proceso que se viene llevando a cabo con la Mypime, a través de los grupos de trabajo. Ahora es momento de estructurar la campaña publicitaria.

Duración: 144 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Estructura de la campaña publicitaria”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-260101052-AA1-EV01: Plan de campaña publicitaria**

Un plan de campaña es una estrategia que enruta cómo planea anunciarse la empresa. Es donde se engloba todo lo que debe hacerse en ella para llegar a un público objetivo que se convierte en clientes potenciales, que conocen la compañía a través de los medios de comunicación.

Partiendo de lo anterior, para el desarrollo de esta evidencia, el grupo de trabajo junto con la mipyme seleccionada, debe tener muy claro el objetivo que buscan alcanzar con el desarrollo de las estrategias de comunicación o priorizar aquellos que se deben alcanzar a corto o mediano plazo, para realizar el planteamiento en la campaña, deben tener en cuenta los siguientes puntos:

- El desarrollo de esta actividad se realiza en los grupos de trabajo creados para llevar a cabo el proyecto productivo.
- Consultar el componente formativo “Estructura de la campaña publicitaria”, el cual está disponible en la plataforma virtual de aprendizaje.
- El plan de campaña debe estar conectado con el manual corporativo creado en la actividad 3 de esta guía de aprendizaje y desarrollarse para el mismo producto o servicio para el que se realizó la marca.
- Realizar un documento con el plan de campaña, este debe contener:
  - *Brief* táctico (crear uno nuevo para cada producto seleccionado si es necesario).
  - Descripción detallada del producto o servicio.
  - Presentaciones o variaciones del producto (línea de productos).
  - Mercado objetivo, aplicando la caracterización demográfica y psicográfica.
  - Personalidad de marca.
  - Objetivos de comunicación (enfocados en el mensaje).
  - Objetivos de medios (cuantitativos).
- Planear la presentación de campaña.
- Realizar presentación del plan de campaña a través de un video de máximo 2 minutos.
- Crear un documento con el plan de campaña para entregar al empresario y al instructor.

Deben tener presente que, al finalizar el plan de campaña, como productos se deben entregar al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje, tanto el video como un documento PDF con el desarrollo de todo el plan.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia

- **Producto a entregar:** un documento y un video con el plan de campaña.
- **Formato:** documento PDF y archivo AVI, WMV, MOV, MP4 o el de su preferencia para el video.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Plan de campaña publicitaria. GA2-260101052-AA1-EV01.**

3.3. Actividades de la competencia gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos productivo y social (240201529)

3.3.1. Actividad de aprendizaje GA2-240201529-AA1: Reconocer capacidades personales para convertirse en emprendedor, como parte de su proyecto de vida en términos de desarrollo humano y económico.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Ser emprendedor”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240201529-AA1-EV01: DOFA Personal. Identificar habilidades personales como emprendedor**

Para el desarrollo de esta evidencia usted debe realizar el análisis de su DOFA personal, la matriz le permitirá identificar claramente sus características y habilidades personales como emprendedor, para lo cual se requiere, un auto análisis mediante los siguientes pasos:

1. Definir claramente sus condiciones internas como emprendedor.

   D – Debilidades. Identificar las carencias internas que tiene como emprendedor.
   F – Fortalezas. Reconocer las fortalezas que usted tiene como emprendedor.

   Para este análisis cuestione e identifique sus debilidades y fortalezas en aspectos como: educación, habilidades de liderazgo, experiencia previa en proyectos de emprendimiento, recursos financieros con los que cuenta el emprendedor, experiencia en ventas, conocimiento del producto o servicio a ofrecer, etc.

2. Definir claramente sus condiciones externas como emprendedor.

   A – Amenazas. Identifique los aspectos en los cuales la competencia y el entorno pueden afectar su emprendimiento.
   O – Oportunidades. Reconozca las ventajas que su emprendimiento tiene frente a sus competidores y ante el entorno.

   Para ello puede analizar aspectos como la estabilidad del proyecto de emprendimiento, desconocimiento de leyes, aspectos tributarios, financieros, entre otros.

3. Una vez haya identificado los aspectos mencionados anteriormente, diligencie la plantilla de la matriz que encuentra en el material complementario, luego analice y describa cómo los aspectos identificados le ayudarán a impulsar su emprendimiento y qué estrategia le ayudaría a minimizar las amenazas del entorno.

4. Para el desarrollo de la actividad tenga en cuenta el componente formativo “Ser emprendedor” y recuerde hacer un adecuado uso de las normas de redacción y ortografía para la presentación de la evidencia.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** matriz DOFA.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** 2 páginas máximo (matriz y análisis).
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **DOFA Personal. Identificar habilidades personales como emprendedor. GA2-240201529-AA1-EV01.**

3.3.2. Actividad de aprendizaje GA2-240201529-AA2: Definir el modelo de negocio a desarrollar en el emprendimiento, según las oportunidades de mercado.

Duración: 24 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis de los componentes formativos: “Análisis de oportunidades para emprender” y “Entendiendo la empresa”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240201529-AA2-EV01: Modelo Canvas del emprendimiento**

En esta evidencia el equipo de trabajo con que viene trabajando en la mipyme desarrollará y analizará la matriz Canvas, la cual le permitirá identificar de una manera más clara las características de su emprendimiento. El modelo como herramienta para definir y crear un modelo de negocio innovador se simplifica en cuatro áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

Para identificar estos cuatro aspectos desarrolle en la matriz Canvas los nueve elementos que este modelo propone, a saber:

1. Segmentos de mercado: establecer la oferta para cada segmento a desarrollar, los diferentes canales que se van a utilizar y las formas de relacionamiento que se va a tener con cada segmento.

2. Propuesta de valor: describir el conjunto de productos y servicios que crean valor para el segmento específico; a través de la mezcla de elementos cualitativos y cuantitativos, se resuelve un problema o se satisface una necesidad, de forma que logra diferenciarse en el mercado.

3. Canal: describir cómo la compañía interactúa con el segmento de clientes para entregar la propuesta de valor, define los canales de distribución y ventas, cómo el cliente prefiere encontrar el producto o servicio, cómo se pueden integrar canales, cuáles son los mejores y los más eficientes.

4. Relación con el cliente: describir el tipo de relaciones que se establecen con el segmento, si son personalizadas o sistematizadas, dependen del objetivo de las relaciones, la adquisición o retención de clientes o el aumento en las ventas, si se requiere asistencia personalizada, asistencia consultiva, si es autoservicio, entre otros.

5. Fuentes de ingreso: diferenciar cómo se generan las fuentes de recursos por segmentos de clientes, cuánto está dispuesto a pagar el cliente por el bien ofrecido, identificar si los ingresos serán únicos o recurrentes, etc.

6. Recursos clave: identificar los activos requeridos en el emprendimiento clave para el desarrollo del negocio, ya sea físicos, intelectuales, humanos, financieros.

7. Actividades clave: exponer lo que debe hacer una compañía para entregar la propuesta de valor, hacer efectivos los canales de distribución, desarrollar las relaciones con clientes y generar recursos, procesos de diseño y comercialización o producción.

8. Socios clave: determinar la red de proveedores, socios y aliados, alianzas estratégicas con competidores y no competidores, *joint ventures*, compradores, proveedores.

9. Estructura de costos: discriminar los costos y gastos en los que se incurre para operar, costos fijos y variables, gastos fijos y variables.

Tenga en cuenta para el desarrollo de esta actividad los componentes formativos “Análisis de oportunidades para emprender” y “Entendiendo la empresa”. Utilice la plantilla de la matriz que encuentra en los anexos de esta guía de aprendizaje.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** Modelo Canvas del emprendimiento.
- **Formato:** PDF.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Modelo Canvas del emprendimiento. GA2-240201529-AA2-EV01.**

3.3.3. Actividad de aprendizaje GA2-240201529-AA3: Establecer el modelo financiero y proyectar la viabilidad del emprendimiento.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “Fundamentos financieros para emprender”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia GA2-240201529-AA3-EV01: Modelo financiero**

Como parte final y decisiva para el análisis del emprendimiento, el equipo desarrollará la evidencia mediante los siguientes pasos:

1. Construya el presupuesto de ventas, en el cual identifique precios de venta unitarios, la cantidad de unidades vendidas, los costos fijos y variables. Así mismo, defina el margen de contribución por producto y la venta total.

2. Elabore el presupuesto de personal, plantee la cantidad de personal que lo apoyará en el emprendimiento, los salarios devengados de forma individual, el cálculo de las prestaciones sociales por cada colaborador y una consolidación general.

3. Estime los activos fijos necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento.

4. Defina el capital inicial que usted como emprendedor requiere para el inicio de actividades, si este capital se obtiene por capital propio o de inversionistas externos, fuentes de financiamiento, subsidios, entre otros.

5. Con la información recolectada en los puntos anteriores proceda a elaborar los diferentes estados financieros como lo son: el flujo de caja y el balance inicial del emprendimiento.

Recuerde revisar los contenidos propuestos en el componente formativo “Fundamentos financieros para emprender”.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** estados financieros.
- **Formato:** Excel.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Modelo financiero. GA2-240201529-AA3-EV01.**

3.4. Actividades de la competencia interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas. (240202501)

3.4.1. Actividad de aprendizaje GA2-240202501-AA1: Identificar situaciones cotidianas y futuras a través de una interacción social oral y escrita.

El aprendizaje de una segunda lengua se facilita cuando se comienza a estudiar desde temas conocidos como son las situaciones de la cotidianidad abordándolas desde el momento actual. Para comenzar a interactuar tanto de forma oral como escrita acerca de las actividades de la vida diaria, se requiere comprender información personal y familiar haciendo uso de la estructura, el vocabulario y contextos requeridos.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 48 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del componente formativo: “LEVEL 1 - MCER A1.1”.

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **GA2-240202501-AA1-EV01. Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel**

Presente un cuestionario (evaluación en línea) para evaluar comprensión lectora y gramatical del nivel, el cual consta de quince preguntas (15) y un tiempo aproximado de 45 minutos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** cuestionario con preguntas de acuerdo a los temas relacionados del primer nivel “LEVEL 1 - MCER A1.1”.

- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA2-240202501-AA1-EV01.**

- **GA2-240202501-AA1-EV02. Video presentación de un personaje**

De acuerdo con la temática estudiada en el primer nivel escoja un miembro de su familia o un amigo para presentarlo por medio de un video corto activando su cámara web en inglés, con el fin de identificar de forma oral las características personales sobre edad, nacionalidad, lugar de residencia, *hobbies* y alguna información relevante sobre las actividades cotidianas que realiza.

Para la elaboración del video con la cámara web, tenga en cuenta el desarrollo de un guion o estructura a través de una herramienta como PowerPoint, Emaze, Prezi, en la que se dispongan algunas diapositivas con imágenes y textos para dar cuenta de la presentación del personaje.

Diapositivas: durante el desarrollo de la presentación oral es ideal que presente entre 3 y 5 diapositivas, donde se incluyan los siguientes elementos:

- Diapositiva de portada (datos básicos del aprendiz, nombre del curso, instructor y nombre de la actividad).
- Diapositivas de datos del personaje seleccionado (nombre completo, edad, fecha de cumpleaños, ocupación, actividades de tiempo libre), acompañado de imágenes, frases, textos cortos y elementos gráficos que le permitan hablar durante la presentación.

Estructura del video con cámara web: cuando grabe el video, tenga en cuenta que las fotos, imágenes y textos que use en las diapositivas deben ser un apoyo visual para denotar buena pronunciación y su aprendizaje inicial sobre las temáticas del primer nivel.

Para la realización de la emisión del video deberá encender su cámara web, mostrar la pantalla con las diapositivas creadas. La recomendación es utilizar alguna herramienta digital que permite grabar el video y pantalla como: Screencast-o-Matic, Loom, Camtasia, recordscreen.io, scrnrcrd.com e incluso existen aplicaciones como X Recorder para que pueda realizarlo desde su teléfono móvil. Lo importante es mostrar las diapositivas, su cámara web e ir realizando su presentación de forma oral.

Una vez finalizado el video debe cargarlo a YouTube o Vimeo, con su cuenta de correo personal o institucional; compruebe que no tenga restricciones de visualización para que pueda compartir el enlace de visualización.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** documento con los datos del aprendiz y enlace del video.
- **Formato:** Word o PDF con la URL del video.
- **Extensión:** 2 a 5 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Video presentación de un personaje. GA2-240202501-AA1-EV02.**

- **GA2-240202501-AA1-EV03. Elaboración de un folleto de las características del programa de formación**

A partir de los datos, conceptos e investigación obtenida de su programa de formación deberá realizar un folleto en inglés con la información y características de este.

Para realizar el folleto puede utilizar alguna herramienta digital como Canvas, Crello, Word, PowerPoint o cualquier otra que conozca y le permita trabajar de forma creativa.

Estructura: datos personales del aprendiz, mensaje inicial, información básica del programa, expectativas e intereses que se vinculen a su interés particular por estudiar el programa de formación.

Describa de manera sencilla y clara utilizando frases, vocabulario e imágenes relacionadas con temas de interés y características de su programa de formación.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** folleto. Haga uso de las normas gramaticales y redacción utilizando el idioma inglés, además, aplique las normas APA para las referencias y citación de información obtenida de diferentes recursos digitales.
- **Extensión:** folleto tríptico entre 70 y 150 palabras.
- **Formato:** el folleto deberá exportarlo a PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Elaboración de un folleto de las características del programa de formación. GA2-240202501-AA1-EV03.**

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de conocimiento: Foro sobre la aplicación estratégica del marco creativo. GA2-260101053-AA1-EV01.	Apropia los componentes de la identidad corporativa según requerimientos de la organización.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-260101053-AA1-EV01.
Evidencia de conocimiento: Infografía del posicionamiento de marca de una Mipyme. GA2-260101053-AA1-EV02.	• Ajusta estrategias de comunicación según políticas de la organización. • Selecciona canales de comunicación teniendo en cuenta el segmento de mercado.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-260101053-AA1-EV02.

Evidencia de producto: Manual de identidad corporativa. GA2-260101053-AA1-EV03.	• Apropia los componentes de la identidad corporativa según requerimientos de la organización. • Elabora propuesta teniendo en cuenta principios y componentes de la identidad corporativa. • Sustenta propuesta de identidad corporativa teniendo en cuenta las exigencias de la organización.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-260101053-AA1-EV03.
Evidencia de desempeño: Plan de campaña publicitaria. GA2-260101052-AA1-EV01.	• Elabora el plan de campaña teniendo en cuenta técnicas de segmentación, planeación y estrategias de comunicación. • Selecciona estrategias de comunicación de campaña publicitaria de acuerdo con los objetivos formulados. • Formula objetivos de campaña de acuerdo con metodología de planeación y estrategia de comunicación. • Presenta concepto creativo de acuerdo con el *brief* y la técnica creativa. • Determina el tipo de campaña publicitaria, teniendo en cuenta los objetivos formulados.	**Lista de chequeo:** IE-GA2-260101052-AA1-EV01.
Evidencia de conocimiento: DOFA Personal. Identificar habilidades personales como emprendedor. GA2-240201529-AA1-EV01.	Plantea ideas de negocio a partir de oportunidades y necesidades del mercado conforme con el análisis sectorial.	**Lista de chequeo** IE-GA2-240201529-AA1-EV01.
Evidencia de desempeño: Modelo Canvas del emprendimiento. GA2-240201529-AA2-EV01.	• Plantea ideas de negocio a partir de oportunidades y necesidades del mercado conforme con el análisis sectorial. • Estructura un perfil de emprendedor teniendo en cuenta las habilidades y principios de la gestión empresarial. • Construye propuestas empresariales y de negocio teniendo en cuenta las necesidades y segmentación del mercado. • Determina el impacto del plan de negocio conforme con las atribuciones y dinámicas del sector productivo.	**Lista de chequeo** IE-GA2-240201529-AA2-EV01.

Evidencia de producto: Modelo financiero. GA2-240201529-AA3-EV01.	Determina el impacto del plan de negocio conforme con las atribuciones y dinámicas del sector productivo.	**Lista de chequeo** IE-GA2-240201529-AA3-EV01.
Evidencia de conocimiento: Cuestionario comprensión lectora y gramatical del nivel. GA2-240202501-AA1-EV01.	• Reconoce la idea general y detalles específicos en interacciones orales de la vida cotidiana articuladas con claridad y una velocidad promedio. • Reconoce la idea general y detalles específicos en textos escritos de la vida cotidiana articulados con claridad.	**Cuestionario:** IE-GA2-240202501-AA1-EV01.
Evidencia de desempeño: Video presentación de un personaje. GA2-240202501-AA1-EV02.		**Lista de chequeo:** IE-GA2-240202501-AA1-EV02.
Evidencia de producto: Elaboración de un folleto de las características del programa de formación. GA2-240202501-AA1-EV03.		**Lista de chequeo:** IE-GA2-240202501-AA1-EV03.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Administración: proceso de diseñar y mantener un ambiente en el cual las personas, trabajando en grupo, alcanzan con eficiencia las metas establecidas.

Análisis financiero: conjunto de principios, técnicas y procedimientos que se utiliza para transformar la información reflejada en los estados financieros e información procesada, utilizable para la toma de decisiones económicas, tales como nuevas inversiones y fusiones de empresas.

***Briefing*:** *"marketing.* Conjunto de datos sobre la empresa, sus objetivos, su estrategia; que sirven de base al consultor o diseñador para plantear la comunicación corporativa. Término inglés que engloba a las instrucciones que el cliente da a su proveedor para que de acuerdo con ellas desarrolle la campaña de Marketing Directo desde la idea global hasta el envío del *mailing*" (Reimers Design, s.f.).

Capital: suma de todos los recursos aportados por los propietarios, socios o accionistas (bienes y valores), para la constitución y puesta en marcha de una empresa.

Carátula: "*diseño editorial.* Tapa o cara principal de una publicación. La funda de un disco o la cubierta de un libro. Interior: reverso o cara posterior de la tapa o carátula" (Reimers Design, s.f.).

Color: “característica propia o adquirida de una superficie, mediante la cual, al incidir los rayos de luz blanca sobre ella, adquiere esta una apariencia visual determinada” (Reimers Design, s.f.).

Competitividad: capacidad de la sociedad para hacerle frente al desafío de la economía global y al proceso de internacionalización, creando ventajas competitivas sostenibles y al mismo tiempo incrementar sus niveles de bienestar. Capacidad de competir eficientemente en los mercados incrementando a la vez los ingresos reales.

Comunicación: “es hacer común un significado a una comunidad, con el fin de que toda ella pueda comulgar en la comprensión del mismo. Proceso por el cual una fuente emisora influye sobre un sistema receptor a través de la manipulación de signos (creatividad, combinatoria, codificación), configurando mensajes y circulando estos por medio de determinados canales físicos” (Reimers Design, s.f.).

Demanda: cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir a un determinado precio, por unidad de tiempo.

Encuesta: aplicación de un cuestionario en una investigación de mercados, con el fin de obtener diferentes tipos de información.

Emprendimiento: la palabra viene del francés *entrepreneur* (pionero), se refiere a la capacidad de hacer un esfuerzo adicional para alcanzar una meta siendo utilizada para identificar a quien comienza una empresa, término que fue ligado a empresarios innovadores o aquellos individuos que con su actividad generan inestabilidad en los mercados; actitud orientada a identificar y tomar oportunidades, siendo un instrumento de cambio cultural para crear y agregar valor.

Eslogan (*slogan*): “término de origen inglés utilizado para recordar una marca o un producto, por medio de una frase de fácil memorización, en los mensajes publicitarios” (Reimers Design, s.f.).

Estado de situación financiera: se trata de un documento que muestra el valor y la naturaleza de los recursos económicos de una empresa, así como los intereses de los acreedores y la participación de los dueños en una fecha determinada.

Estrategia: programas generales de acción y despliegue de recursos para alcanzar los objetivos establecidos de tal forma que definan lo que es o debe ser el negocio de la compañía; forma concreta y específica de solucionar la situación, problema o necesidad del grupo con el cual está trabajándose.

Identidad corporativa: “el conjunto de características específicas y personales de una entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorizable de sí misma y la diferencian de las demás entidades” (Reimers Design, s.f.).

Impuestos: pagos obligatorios de dinero que exige el Estado a los individuos y empresas que no están sujetos a una contraprestación directa, con el fin de financiar los pagos propios de la administración del estado y la provisión de bienes y servicios de carácter público, tales como la administración de la justicia, gastos de defensa, subsidios, entre otros.

Logotipo: “diseño en el cual las letras componentes del escrito encuentran uniones especiales o formas particulares más características. Marca en la cual la palabra funciona como imagen (Veraldi- Scherman, 2004)” (Reimers Design, s.f.).

***Main* idea (idea principal):** estrategia de lectura que busca identificar la idea principal de un texto. A diferencia de “topic”, esta estrategia pretende ampliar la comprensión encontrando qué es lo que se dice del tema (topic). Ej.: “The robots can help in, medicine”.

Manual de identidad corporativa: “conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la identidad corporativa en el plano del diseño” (Reimers Design, s.f.).

Marca: identificación de un producto o servicio, mediante la forma del nombre. Símbolo, diseño o combinación de estos para diferenciarlo de la competencia.

Modelo económico: construcción teórica que empleando las matemáticas intenta representar lo esencial de las relaciones económicas del mundo real, constituyendo una abstracción simplificada de la realidad.

Necesidad en *marketing*: manifestación del comprador real o potencial que da a entender o expresa un deseo o preocupación que el vendedor puede satisfacer, sensación de falta de algo y que se desea llevar.

Números cardinales: son los números como los conocemos para contar (*one, two, three*, etc.).

Números ordinales: son los números que se usan para indicar un orden, Ej.: primero (*first, second, third*, etc.).

Preposiciones de lugar: palabras invariables (sin género ni número) que se usan para indicar o introducir el lugar de una acción o situación. Por ejemplo: “*In the room”, “Next to the shop*”.

Preposiciones de tiempo: palabras invariables (sin género ni número) que se usan para indicar o introducir el momento de una acción. En inglés, por ejemplo, las más comunes son *“in”, “on”* y *“at”.*

Presente continuo: tiempo verbal que se usa para indicar acciones momentáneas que suceden al momento de hablar. Su construcción requiere el uso de un verbo auxiliar “*to be*” y un segundo verbo (llamado verbo principal) con terminación en “*-ing*”. Por ejemplo: *I am working at SENA now*.

Presente simple (presente simple): tiempo verbal que se usa para indicar acciones o situaciones que suceden en el presente. Pueden ser estados permanentes o cambiantes, por ejemplo: *I am Susana. I work as a doctor.*

Producción: toda actividad del hombre que, a través de un proceso de transformación de insumos, materias primas y recursos naturales, obtiene bienes y servicios que sirven para satisfacer las necesidades humanas.

Pronombres personales: son las palabras que se usan para indicar la persona o ente que ejecuta una acción. Siempre los pronombres personales estarán seguidos de un verbo (la acción). En inglés son comunes las contracciones entre los pronombres y algunos verbos, así: *“I’m”* (contracción de *I am*), *“She’s”* (contracción de *she is*), etc.

Publicidad: "proceso y acción de comunicación que se difunde a través de los medios de comunicación colectivos, siendo el término genérico de anuncio su contenido específico. La publicidad pretende dar a conocer un producto, una idea, un servicio, una imagen, sobre el público consumidor, para influir en su compra y aceptación" (Reimers Design, s.f.).

***Role play*:** juego de roles es una actividad que simula una situación con dos o más personajes representados por los aprendices. Cada uno recibirá las indicaciones de lo que pasa y los aprendices deberán desarrollar la situación actuando**.**

Scanning: estrategia de lectura para encontrar información específica. Al igual que "*Skimming*" no es exhaustiva, sino que focaliza la información necesaria.

Segmentación de mercado: separación del mercado de un artículo en las categorías de localización, personalidad u otras características para cada división.

Semiótica: teoría general y ciencia que estudia los signos, sus relaciones y su significado.

Símbolo: "en la identidad visual, el símbolo es un grafismo distintivo que posee tres clases de funciones: simbólica, identificadora y estética. Se llama símbolo porque: "es un signo convencional, que está en el lugar de otra cosa no presente, a la cual representa". Esta "cosa no presente" es el propio grupo y cada una de las entidades que lo integran" (Reimers Design, s.f.).

***Skimming*:** estrategia de lectura que consiste en hacer una lectura rápida para determinar el tipo de texto, su fuente y su tema. No implica una lectura exhaustiva ni detenida, y puede durar pocos segundos.

Tipografía: "representación gráfica del lenguaje. Disciplina que rige el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes. Estudia las diferentes categorías de letras, las familias, los recursos, su legibilidad" (Reimers Design, s.f.).

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

ABA English. (s.f.). *Cómo se pronuncia th en inglés*. https://www.abaenglish.com/es/fonetica-inglesa/th/

Acosta, G., Pérez, J., Rodríguez, M., y Valenzuela, M. (2017). *Cartilla emprendimiento*. Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

Cravens, D. y Piercy, N. (2007). *Marketing estratégico*. McGraw-Hill Interamericana.

Davara, A. M. (1992). *Estrategias de comunicación en marketing*. Edit. Dossat S.A.

Escobar, H., y Cuartas, V. (s.f.). *Diccionario económico financiero*. Puntos Suspensivos.

García, M. (2011). *Las claves de la publicidad*. Esic Editorial.

García, E., Lalueza, F., y Estanyol, E. (2016). *¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?* Editorial UOC.

Gutiérrez, C. (2010). *Creatividad publicitaria eficaz*. Studio Divine Egg.

Hernández, R. F. (2010). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill.

Hill, C. W., y Jones, G. R. (1996). *Administración estratégica*. McGraw-Hill.

Kotler, P., y Keller, K. (20112). *Dirección de marketing*. Pearson Prentice Hall.

Koontz, H. O. (2008). *Administración una perspectiva global*. McGraw-Hill.

Labarta, F. (2014). *Guía para crear mensajes y contenidos*. Almuzara.

Lambin, J. J. (2005). *Marketing estratégico*. McGraw-Hill.

Lambin, G., y Sicurello, C. (2008). *Dirección de marketing, gestión estratégica y operativa de mercado*. McGraw-Hill.

Marco Creativo. (30 de enero de 2019). *El nuevo logo…* [Video]. YouTube. https://cutt.ly/OyDlMsf

Medina, A. (2015). *Introducción a la publicidad.* Pirámide**.**

Moure, O. (1999). *El acento en las palabras de dos sílabas*. http://www.ompersonal.com.ar/ompronounce/unit11/page1.htm

Parmerlee, D. (2002). *Cómo preparar un plan de marketing*. Ediciones Gestión 2000 S.A.

Reimers Design. (s.f.). *Pequeño diccionario del diseñador.* https://cutt.ly/VyDzeWh

Sabbagh, A. (2012). *Método de la innovación creativa.* Granica.

Systems, V. (2013). *Inglés: grado superior*. McGraw-Hill. https://login.bdigital.sena.edu.co/login?url=https://elibro.net/es/ereader/senavirtual/50221?page=1

Valencia, H. (2007) *Diccionario de marketing.* 3R Editores.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha

Autor (es)	Manuel Arias López	Instructor Experto temático	Regional Quindío - Centro de Comercio y Turismo	Mayo de 2020
	Julieth Paola Vital López	Evaluadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica	Mayo de 2020
	Elkin Rodolfo Moreno Merchán	Experto temático	Regional Distrito Capital - Centro de Formación de Talento Humano en Salud	Febrero 2021
	Oscar Absalón Guevara	Diseñador instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Febrero 2021
	Vilma Perilla Méndez	Diseñadora Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Gestión Industrial	Marzo de 2021
	Andrés Felipe Velandia Espitia	Diseñador Instruccional	Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología	Mayo de 2021
	Rafael Neftalí Lizcano Reyes	Asesor Pedagógico	Regional Santander - Centro Industrial del Diseño y la Manufactura	Mayo de 2021
	José Gabriel Ortiz Abella	Corrector de estilo	Regional Distrito Capital - Centro para la Industria de la Comunicación Gráfica.	Junio del 2021

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del Cambio**
Autor (es)					

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Tecnólogo en Distribución Física Internacional.

- **Código del Programa de Formación:** 121518.

- **Nombre del Proyecto:** Reconocimiento de los procesos de Distribución Física aplicados a las empresas y el impacto que se genera en los clientes a nivel internacional.

- **Fase del Proyecto:** Fase Ejecución.

- **Actividad de Proyecto 14:** Simular los procesos de importación y exportación de mercancías, basados en el cumplimiento de las normas nacionales e internacionales.

- **Competencia:**

  210101034: Estructurar planes de contingencia según el sector o área de desempeño.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  210101034-05: Detectar riesgos operacionales a partir de los antecedentes y su impacto en la gestión considerando las condiciones climáticas, de seguridad, geográficas, ambientales según el proceso, área o unidad de negocio y actores de la cadena productiva.

- **Competencia:**

  210101003: Realizar negociación con los proveedores y clientes, según los objetivos y estrategias establecidas por la organización.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  210101003-01: Manejar una negociación según parámetros legales y comerciales vigentes.

  210101003-02: Elaborar diferentes tipos de contratos comerciales según acuerdos de negociación y las características del servicio o producto.

- **Competencia:**

  210101019: Monitorear el desarrollo de los procesos, según el sistema y políticas de la organización.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  210101019-03: Inspeccionar los recursos asignados a los procesos y clientes, los programas de seguridad e higiene industrial en el desarrollo de las actividades según procedimientos establecidos por la organización**.**

- **Competencia:**

  240201500: Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  240201500-05: Desarrollar procesos comunicativos eficaces y asertivos dentro de criterios de racionalidad que posibiliten la convivencia, el establecimiento de acuerdos, la construcción colectiva del conocimiento y la resolución de problemas de carácter productivo y social.

- **240201500-06:** Asumir responsablemente los criterios de preservación y conservación del medio ambiente y de desarrollo sostenible, en el ejercicio de su desempeño laboral y social.

  240201500-07: Generar hábitos saludables en su estilo de vida para garantizar la prevención de riesgos ocupacionales de acuerdo con el diagnóstico de su condición física individual y la naturaleza y complejidad de su desempeño laboral.

- **Competencia:**

  240201502: Producir textos en inglés en forma escrita y oral.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  240201502-02: Comprender las ideas principales de textos complejos que tratan de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico, siempre que estén dentro de su campo de especialización.

- **Duración de la Guía:** 334 horas (1 mes y 16 días).

2. PRESENTACIÓN

La globalización exige a las empresas ser competitivas en el mercado y estar a la vanguardia en cada uno de los procesos que realiza, entre estos procesos se encuentran la importación y exportación de mercancías. Es importante tener en cuenta que para que una empresa pueda tener éxito en cualquier negociación internacional, es primordial reconocer los posibles factores que permiten cumplir a satisfacción con las necesidades del cliente; por lo tanto, se deben revisar los procedimientos desde el contacto con los proveedores hasta la entrega de las mercancías al consumidor final.

Además, se deben identificar los riesgos operacionales que podrían afectar notoriamente el funcionamiento productivo de la empresa, ocasionando retraso en las entregas a los clientes, así como el deterioro de su imagen corporativa; sin embargo, hay que anotar que existen riesgos operacionales externos, como los desastres naturales y las condiciones ambientales. Es muy importante identificar estos tipos de riesgos para poder establecer un plan de contingencia, el cual permita prevenirlos y hacerles frente cuando se presenten.

Por lo anterior, es indispensable para la empresa asegurar que el recurso humano cuente con las medidas de prevención de accidentes necesarios, para desarrollar eficientemente sus labores y generar hábitos de vida saludables que favorezcan el desempeño laboral. Estas prevenciones sin ninguna duda dinamizan todos los procesos de la compañía.

Además, se debe tener en cuenta que para cada uno de los procesos que realiza una empresa, es importante contar con una acertada comunicación y en algunos procesos como el de importación y exportación, el manejo adecuado de una segunda lengua como el inglés, ya que esto facilita la interacción con los actores de la cadena, creando lazos comerciales permanentes.

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

La duración de esta actividad de proyecto es de 334 horas, correspondientes a un 20 % de horas Directas (D), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80 % de horas Independientes (I), que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentran en la siguiente ruta **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 14 / Material de formación**. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada actividad.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman la actividad de aprendizaje. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

Adicional a ello, el instructor retroalimentará diariamente los aportes que usted y sus compañeros realicen a través de los foros, con el fin de brindar un acompañamiento permanente y dinamizar el proceso de aprendizaje.

3.1 Actividad de Aprendizaje 1: Simular negociaciones nacionales e internacionales teniendo en cuenta los riesgos operacionales que se puedan presentar.

Identificar los riesgos operacionales presentes en los procedimientos de la Distribución Física Internacional

Para que una empresa pueda alcanzar altos niveles de productividad, debe establecer medidas que permitan reducir los niveles de riesgos al máximo; se debe tener en cuenta que las pérdidas financieras están estrechamente ligadas con los riesgos operacionales, por lo tanto, es conveniente identificarlos, determinar las causas, evaluar el posible impacto en la empresa y diseñar un plan para mitigar los efectos cuando se presenten; no se deben improvisar procedimientos para contrarrestarlos, ni tampoco se deben subestimar las consecuencias.

Es importante resaltar que, aunque los riesgos operacionales externos como los factores climáticos adversos y en algunas ocasiones los desastres naturales, se pueden prevenir por medio del uso de herramientas tecnológicas, también pueden ser completamente impredecibles, lo cual podría causar serios contratiempos económicos y sociales. De acuerdo con lo anterior y con el fin de profundizar sus conocimientos sobre los riesgos operacionales, lea detenidamente la siguiente situación y realice la actividad planteada:

Situación: la empresa ABC fabrica productos de consumo masivo y los comercializa en el mercado internacional. Esta empresa ha tenido serias dificultades para enviar la mercancía a sus clientes, debido a los desastres que ocasionó el paso de un huracán por la zona geográfica donde están ubicadas sus instalaciones, dejando un sector de la planta de producción afectada. También hay que anotar que sus proveedores han tenido inconvenientes, ya que no han podido recibir las materias primas debido a que los puertos de embarque y aeropuertos están cerrados. La situación al interior de la compañía es un poco tensa, porque no saben cómo actuar.

Con base en la situación anterior, identifique los riesgos operacionales y elabore un plan de contingencia para minimizar los efectos que ha dejado este fenómeno natural. Para ello, realice esta evidencia junto con su grupo de trabajo conformado en las anteriores actividades de proyecto, teniendo en cuenta lo siguiente:

1. Consulten en internet temas relacionados con desastres naturales y cómo estos afectan a las empresas exportadoras.

2. Seleccionen cuatro (4) procesos empresariales que se vean afectados por la situación planteada.

3. Relacionen cinco (5) riesgos operacionales para cada uno de los cuatro (4) procesos empresariales mencionados en el punto anterior.

4. Describan las actividades que generalmente se realizan en dichos procesos.

5. Indiquen las causas que pueden originar el riesgo operacional, para cada proceso.

6. Determinen las consecuencias que pueden generar los riesgos operacionales en cada proceso.

7. Indaguen sobre el grado de preparación que tienen las empresas para hacerle frente a los desastres naturales.

8. Con base en lo realizado en los puntos anteriores, elaboren el plan de contingencia para la empresa ABC, con el fin de que se pueda aplicar en el momento que se vuelva a presentar un desastre natural. Este plan debe incluir un programa de recuperación.

9. Adicionalmente y con el fin de afianzar sus conocimientos, expliquen qué estrategias implementa el gobierno colombiano para prevenir y hacerle frente a los desastres naturales.

10. Envíen el archivo al instructor de manera individual con el nombre de los tres (3) integrantes del grupo, a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Nota: tengan en cuenta leer el material complementario *Guía para una participación exitosa en un grupo de trabajo*, para tener claro las reglas de participación.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación *Riesgos operacionales, seguridad industrial y proceso de negociación internacional*, materiales

complementarios *Matriz de riesgo operacional* y *Guía para una participación exitosa en un grupo de trabajo*, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 1: Plan de contingencia. Identificar los riesgos operacionales presentes en los procedimientos de Distribución Física Internacional.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 14 / Evidencias / Evidencia 1: Plan de contingencia. Identificar los riesgos operacionales presentes en los procedimientos de Distribución Física Internacional.**

Realizar el proceso de negociación internacional y la elaboración de un contrato de compraventa

Es de suma importancia seguir todos los pasos necesarios para que un procedimiento de negociación internacional sea óptimo. Desde la iniciación hasta la implementación de los acuerdos, se debe seguir una secuencia ordenada, la cual es indispensable para que tanto el vendedor como el comprador, lleguen a un entendimiento total en aspectos como las formas y plazos en la entrega de la carga, así como las formas y plazos de los pagos y parámetros legales relacionados con la negociación. Dichos acuerdos deben quedar correctamente estipulados en el contrato de compraventa; es de resaltar que este documento por tener validez jurídica ofrece garantías para ambas partes, facilitando este hecho el flujo del comercio internacional, ya que los fabricantes y clientes minimizan al máximo los riesgos operacionales. Es importante saber que un contrato de compraventa incluye cláusulas de cumplimiento, las cuales si no se respetan pueden acarrear sanciones.

Teniendo en cuenta lo descrito anteriormente y con el fin de adquirir más conocimientos en el tema, desarrolle el taller de acuerdo a las siguientes indicaciones:

1. Retome el producto utilizado en actividades de proyecto anteriores.

2. Escoja tres (3) países de continentes diferentes, con el fin de comercializar el producto.

3. Seleccione una compañía para cada uno de los países escogidos, teniendo en cuenta que pueda realizar negociaciones internacionales con ellos. Debe resaltar las características principales de cada una de las compañías seleccionadas.

4. Seleccione una compañía para cada uno de los países escogidos que pueda servir de proveedor a la empresa. Destaque sus principales características.

5. Teniendo en cuenta las costumbres y creencias de cada país seleccionado, realice el proceso de negociación con cada una de las compañías. Para ello tenga en cuenta:

   - La planeación de una negociación.
   - El desarrollo de una negociación.
   - El proceso de verificación de las condiciones del contrato de compraventa.
   - El cierre de una negociación.

6. Diseñe y diligencie un contrato de compraventa para cada una de las compañías, en el cual se incluya:

   - Fecha de entrada en vigor del contrato de compraventa.
   - Datos de cada una de las partes: nombre legal, si es una sociedad el tipo de esta, dirección completa, Número de Identificación Tributaria o fiscal.
   - El producto a exportar y las cantidades.
   - Especificaciones de las mercancías (tipos, colores, tamaños).
   - El precio total del producto que el comprador se compromete a pagar al vendedor: en número y letras.
   - El Incoterm elegido.
   - Condiciones de entrega del producto: lugar físico (almacén, puerto, aeropuerto, entre otros), ciudad y país.
   - Envase y embalaje.
   - Forma de pago: efectivo, cheque, transferencia bancaria, entre otros.
   - Tiempo de entrega.
   - Condiciones de garantía.
   - Cláusulas: exclusividad, forma de pago, indemnizaciones, leyes que les aplican, resolución de conflicto y notificaciones.

- Anexos si se requieren.
- Firmas.
- Lugar y fecha de la firma.
- Número de ejemplares.
- Diligencie el mismo ejercicio para los tres (3) países escogidos.

7. Envíe el archivo con el desarrollo del taller al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación *Riesgos operacionales, seguridad industrial y proceso de negociación internacional*, materiales complementarios: *El proceso de negociación internacional* y *Contrato de compraventa internacional de mercaderías*, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 2: Taller. Realizar el proceso de negociación internacional y la elaboración de un contrato de compraventa.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 14 / Evidencias / Evidencia 2: Taller. Realizar el proceso de negociación internacional y la elaboración de un contrato de compraventa**.

Determinar la importancia de la seguridad industrial en una empresa

La seguridad industrial ofrece a las compañías la posibilidad de evitar riesgos que puedan atentar contra la salud y/o ocasionar accidentes a sus trabajadores. El cumplimiento de las normas básicas de seguridad industrial por más obvias que parezcan evitan muchas situaciones peligrosas, ya que especifican las acciones que deben seguir los empleados con el objetivo de minimizar los riesgos laborales.

Es importante resaltar que, en los procesos de Distribución Física Internacional, los trabajadores están continuamente expuestos a los accidentes, en lugares tan variados como almacenes, puertos de embarque, aeropuertos, terminales de transporte terrestre y ferroviario, entre otros. De igual manera los transportistas al manipular los diferentes tipos de carga corren el peligro de resultar lesionados si no se protegen adecuadamente.

Teniendo en cuenta lo anterior y con la finalidad de seguir afianzando sus conocimientos sobre el tema, realice un protocolo de seguridad industrial. Para ello tenga en cuenta cada uno de los siguientes puntos:

1. Consulte en internet sobre los sistemas de gestión de seguridad industrial.

2. Indique cuáles son las normas básicas de seguridad industrial para manipular mercancía en una empresa.

3. Determine cuáles son los peligros que pueden enfrentar los empleados en la manipulación de la mercancía, teniendo en cuenta el tipo de transporte que utilizan para su comercialización y los métodos de protección para evitarlos.

4. Identifique los factores de riesgo del transporte de carga por carretera y los sistemas de protección que se deben utilizar para prevenirlos.

5. Determine cuáles son los procedimientos de actuación ante un incendio que se presente en una empresa, teniendo en cuenta:

   - La definición de los niveles de emergencia.
   - Las pautas generales ante un incendio en una empresa.
   - Procedimientos de actuación.
   - Responsabilidades.
   - Tiempos de respuesta.
   - Fin de la emergencia.

6. Basado en los puntos anteriores, diseñe el protocolo de seguridad industrial para la empresa con la que ha venido trabajando en actividades de proyecto anteriores. Para ello tenga en cuenta.

   - Objetos y equipos de seguridad industrial existentes en la empresa.
   - Normas de higiene, seguridad, manejo y mantenimiento.
   - Utilización de los elementos de protección y seguridad del personal en el desarrollo de actividades ejecutadas, de acuerdo al plan de trabajo e indicadores de gestión de la organización.

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

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación *Riesgos operacionales, seguridad industrial y proceso de negociación internacional*, material complementario *Manual de seguridad e higiene*, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 3: Protocolo. Determinar la importancia de la seguridad industrial en una empresa.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 14 / Evidencias / Evidencia 3: Protocolo. Determinar la importancia de la seguridad industrial en una empresa.**

Reconocer la importancia de la administración de los recursos materiales en la empresa

Los recursos materiales en una compañía deben ser estrictamente controlados, ya que si se aprovechan correctamente le proporcionan a la empresa los medios necesarios para incrementar su productividad; de otro lado, el monitoreo periódico del presupuesto de almacén, permite comparar los datos proyectados con los reales y de esta manera saber si se han cumplido los objetivos planeados.

Basado en lo anterior, realice un plan de capacitación que permita reconocer la importancia de la administración de los recursos materiales en una empresa. Para ello, tenga en cuenta los siguientes pasos:

1. Mencione los aspectos que se deben tener en cuenta en la administración de recursos materiales de una empresa.

2. Describa cuáles son las medidas que se deben considerar para controlar correctamente los recursos materiales en una empresa.

3. Identifique los elementos necesarios para monitorear los presupuestos de una empresa.

4. Explique por qué son importantes los indicadores de gestión en el control de los presupuestos de la empresa.

5. Explique cuáles son las consecuencias de no administrar correctamente los recursos materiales en una empresa.

6. Determine los controles de seguridad establecidos por la empresa.

7. Elabore el plan de capacitación en la herramienta de su preferencia.

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

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación *Riesgos operacionales, seguridad industrial y proceso de negociación internacional*", material complementario *Matriz de riesgo operacional,* glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 4: Plan de capacitación. Reconocer la importancia de la administración de los recursos materiales en la empresa.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 14 / Evidencias / Evidencia 4: Plan de capacitación. Reconocer la importancia de la administración de los recursos materiales en la empresa.**

Determinar cómo los fenómenos naturales afectan las empresas

Es importante reconocer los factores externos que pueden afectar los procesos de la empresa, encontrando en estos los fenómenos naturales. Dichos fenómenos también son conocidos como los permanentes movimientos y transformaciones que sufre la naturaleza, es por esto que para las compañías se hace primordial estar preparadas para enfrentar terremotos, inundaciones, incendios y todo tipo de peligros que las puedan llevar al fracaso.

Teniendo en cuenta lo anterior y con el fin de adquirir más conocimientos acerca de los fenómenos naturales y cómo pueden llegar a afectar a la empresa, realice un instructivo de acuerdo a las siguientes indicaciones:

1. Tenga en cuenta el producto con el cual ha venido trabajando en actividades de proyecto anteriores.

2. Describa la ruta del producto: destino inicial Colombia y destino final (cualquier país de otro continente).

3. Realice un análisis de la vulnerabilidad del producto, teniendo en cuenta la ruta descrita.

4. Defina los puntos más críticos de la ruta, según las condiciones ambientales.

5. Determine las acciones a seguir para que el producto llegue al destino final, teniendo en cuenta los siguientes fenómenos naturales:

   - Terremoto.
   - Incendio.
   - Erupción volcánica.
   - Inundación.

6. De acuerdo con las acciones a seguir del punto anterior, explique cómo se pueden optimizar los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas, según las normas institucionales.

7. Mencione cómo se puede contribuir en el cuidado y el uso de los elementos de la empresa, después de ocurrido un fenómeno natural.

8. Elabore el instructivo en la herramienta de su preferencia, teniendo en cuenta lo realizado en los puntos anteriores. También puede anexarle imágenes al instructivo.

9. Envíe el archivo al instructor través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, materiales de formación *Manejo de residuos*, *Sostenibilidad ambiental* y *Riesgos operacionales, seguridad industrial y proceso de negociación internacion*al, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 5: Instructivo. Determinar como los fenómenos naturales afectan las empresas.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 14 / Evidencias / Evidencia 5: Instructivo. Determinar como los fenómenos naturales afectan las empresas.**

Implementar un adecuado manejo de los residuos

El medio ambiente día a día se deteriora más, esto debido a que no se tiene una verdadera cultura ambiental que aporte al cuidado y protección de estos recursos. Es por esto que para las empresas se hace necesario adquirir conciencia en este tema,

con el fin de darle un manejo diferente a los residuos que producen, fomentar el desarrollo sostenible e incorporar tecnologías limpias en los procesos.

De acuerdo con lo anterior, elabore una cartilla que permita identificar la importancia de implementar el manejo de los residuos en una empresa. Por lo tanto, tenga en cuenta lo siguiente:

1. Tenga en cuenta la **Evidencia 1: Plan de contingencia. Identificar los riesgos operacionales presentes en los procedimientos de Distribución Física Internacional** de esta guía de aprendizaje y los cuatro (4) procesos empresariales seleccionados en el punto dos (2) de dicha evidencia.

2. Clasifique los residuos para cada uno de los procesos del punto anterior, teniendo en cuenta:

   - Cuáles son los residuos aprovechables.
   - Cuáles son los residuos no aprovechables.
   - Cuáles son los residuos peligrosos.
   - Cuáles son los residuos no peligrosos.
   - Defina cuáles estrategias de reciclaje utilizaría.
   - Defina los colores de los recipientes que debe utilizar, según la identificación previa de los tipos de residuos que se generan en cada proceso.

3. Incluya en la cartilla, el impacto que puede generar el manejo de los residuos de la empresa en los siguientes temas:

   - El desarrollo sostenible y los objetivos del milenio.
   - Tecnologías limpias.
   - Importancia de los principios de la ecología.

4. Envíe la cartilla al instructor través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, materiales de formación *Manejo de residuos* y *Sostenibilidad ambiental*, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 6: Cartilla. Implementar un adecuado manejo de los residuos.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 14 / Evidencias / Evidencia 6: Cartilla. Implementar un adecuado manejo de los residuos.**

Establecer procesos comunicativos asertivos en negociaciones internacionales

La comunicación es un proceso innato que realiza el ser humano, en el cual puede enviar y recibir información en cualquier entorno que se encuentre, es por esto la importancia de transmitir ideas y pensamientos claros que faciliten la interacción con otros individuos.

Para las empresas la comunicación juega un papel muy importante dentro de los procesos que realizan, ya que entre más clara y fluida sea, más efectivos serán los logros obtenidos.

Por consiguiente, con el fin de aprender más acerca de la comunicación asertiva, lea detenidamente el siguiente estudio de caso y realice la actividad que se plantea:

Estudio de caso

El gerente de la empresa Tintico, desea exportar tres (3) containers de café a China por vía aérea, esto debido a que es un medio seguro y rápido. Adicionalmente a la carga, quiere incluir dos (2) containers de machetes que fabrica la empresa de su primo y que van para el mismo destino.

Por lo tanto, le solicita a usted que realice la cotización del envío, teniendo en cuenta los siguientes puntos:

- Los dos (2) productos deben ir en el mismo avión.
- No se debe asumir ninguna póliza de seguro.
- El riesgo debe ser mínimo.
- El proceso debe ser económico.

Para dar solución al estudio de caso planteado, siga las indicaciones:

1. Tenga en cuenta que el procedimiento que le están solicitando no es el adecuado.

2. Realice un video donde exponga de manera argumentativa y asertiva el procedimiento adecuado para el envío de las mercancías. Por lo cual le debe

sugerir al gerente de la empresa Tintico lo siguiente:

- Enviar la mercancía a China en barco.
- Pagar la póliza de seguro por cada una de las mercancías.
- Asumir los riesgos que implica utilizar este medio de transporte.
- Además, le debe explicar la diferencia de tiempo entre el transporte aéreo y el transporte marítimo y sus beneficios.

3. Recuerde que debe convencer al cliente de hacer la negociación con usted.
4. En el video se evaluará la expresión corporal (postura, vocalización, pronunciación) y la capacidad argumentativa.
5. El video debe contar con las siguientes especificaciones técnicas:
   - Duración del video: máximo cinco (5) minutos.
   - Formato: MP4, AVI o WMV.
   - Calidad óptima de audio y video.
6. Envíe el video al instructor través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación *Comunicación asertiva*, materiales complementarios: *La comunicación asertiva como ventaja competitiva* y *Técnicas básicas para hablar en público*, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 7: Video. Establecer procesos comunicativos asertivos en negociaciones internacionales.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 14 / Evidencias / Evidencia 7: Video. Establecer procesos comunicativos asertivos en negociaciones internacionales.**

Identificar los controles de los riesgos dentro de la empresa

Para las empresas es importante identificar, valorar y determinar los riesgos, para minimizar sus efectos. Es por esto que las empresas hoy en día implementan la cultura

física dentro de sus actividades, con el fin de mejorar las posiciones ergonómicas y psicosociales, las cuales se ven reflejadas en el desempeño laboral.

Teniendo en cuenta lo anterior y con el propósito de adquirir más conocimiento en el tema, desarrolle una matriz de riesgo acuerdo a las siguientes indicaciones:

1. Descargue el material complementario **Matriz de Riesgo Operacional**, perteneciente a esta actividad de proyecto.

2. Elabore un listado con diez (10) procesos que realice la empresa con la que usted ha venido trabajando en actividades de proyecto anteriores.

3. Diligencie cada uno de los ítems de la matriz de riesgo.

4. Envíe la matriz al instructor través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación *Hábitos saludables para la prevención de riesgos ergonómicos y psicosociales*, material complementario *Procedimiento para identificación de peligros, valoración de riesgos y determinación de controles*, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 8: Matriz. Identificar los controles de los riesgos dentro de la empresa.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 14 / Evidencias / Evidencia 8: Matriz. Identificar los controles de los riesgos dentro de la empresa.**

Cultural awareness as a key element to negotiate

Understanding cultural differences when trading is a vital skill that every student from the International Physical Distribution program from the SENA training program should be aware of, as this is a key element when establishing international relationships.

In order to work in such skill alongside some other communicative skills in English, also known as the business language, complete the following workshop. Please, have in mind the following instructions:

1. *Read the following text and follow the instructions below:*

How cultural differences impact international business in 2017

As companies continue to expand across borders and the global marketplace becomes increasingly more accessible for small and large businesses alike, 2017 brings ever more opportunities to work internationally.

Multinational and cross-cultural teams are likewise becoming ever more common, meaning businesses can benefit from an increasingly diverse knowledge base and new, insightful approaches to business problems. However, along with the benefits of insight and expertise, global organizations also face potential stumbling blocks when it comes to culture and international business.

While there are a number of ways to define culture, put simply it is a set of common and accepted norms shared by a society. But in an international business context, what is common and accepted for a professional from one country could be very different for a colleague from overseas. Recognizing and understanding how culture affects international business in three core areas: communication, etiquette, and organizational hierarchy can help you to avoid misunderstandings with colleagues and clients from abroad and excel in a globalized business environment.

1. Communication:

Effective communication is essential to the success of any business venture, but it is particularly critical when there is a real risk of your message getting "lost in translation." In many international companies, English is the de facto language of business. But more than just the language you speak, it's how you convey your message that's important. For instance, while the Finns may value directness and brevity, professionals from India can be more indirect and nuanced in their communication. Moreover, while fluent English might give you a professional boost globally, understanding the importance of subtle non-verbal communication between cultures can be equally crucial in international business.

What might be commonplace in your culture — be it a firm handshake, making direct eye contact, or kiss on the cheek — could be unusual or even offensive to a foreign colleague or client. Where possible, do your research in advance of professional interactions with individuals from a different culture. Remember to be perceptive to body language, and when in doubt, ask. While navigating cross-cultural communication can be a challenge, approaching cultural differences with sensitivity, openness, and curiosity can help to put everyone at ease.

2. Workplace etiquette:

Different approaches to professional communication is just one of the innumerable differences in workplace norms from around the world.

For instance, the formality of address is a big consideration when dealing with colleagues and business partners from different countries. Do they prefer titles and surnames or is being on first-name basis acceptable? While it can vary across organizations, Asian countries such as South Korea, China, and Singapore tend to use formal "Mr./Ms.

Surname," while Americans and Canadians tend to use first names. When in doubt, erring on the side of formality is generally safest.

The concept of punctuality can also differ between cultures in an international business environment. Different ideas of what constitutes being "on time" can often lead to misunderstandings or negative cultural perceptions. For example, where an American may arrive at a meeting a few minutes early, an Italian or Mexican colleague may arrive several minutes — or more — after the scheduled start-time (and still be considered "on time").

Along with differences in etiquette, come differences in attitude, particularly towards things like workplace confrontation, rules and regulations, and assumed working hours. While some may consider working long hours a sign of commitment and achievement, others may consider these extra hours a demonstration of a lack of efficiency or the deprioritization of essential family or personal time.

3. Organizational hierarchy:

Organizational hierarchy and attitudes towards management roles can also vary widely between cultures. Whether or not those in junior or middle-management positions feel comfortable speaking up in meetings, questioning senior decisions, or expressing a differing opinion can be dictated by cultural norms. Often these attitudes can be a reflection of a country's societal values or level of social equality. For instance, a country such as Japan, which traditionally values social hierarchy, relative status, and respect for seniority, brings this approach into the workplace. This hierarchy helps to define roles and responsibilities across the organization. This also means that those in senior management positions command respect and expect a certain level of formality and deference from junior team members.

However, Scandinavian countries, such as Norway, which emphasize societal equality, tend to have comparatively flat organizational hierarchy. In turn, this can mean relatively informal communication and an emphasis on cooperation across the organization. When defining roles in multinational teams with diverse attitudes and expectations of organizational hierarchy, it can be easy to see why these cultural differences can present a challenge.

If your aim is to be competitive globally, you must have a team in place that's up for the challenge. You need to understand the role culture plays in international business as it is not just about understanding the local laws and regulations governing your target markets, but also the kind of principles that rule their behavior both inside and outside business. (Hult International Business School, 2017)

2. *According to the reading, determine if the following statements are true (T) or false (F). If false, correct them (downloadable version).*

3. *Watch the video **Business Speaker Erin Meyer: How Cultural Differences Affect Business**, belonging to the complementary documents of this project activity.*

4. *According to the video you watched, decide if the following statements are true (T) or False (F) (downloadable version).*

5. *Send the file to the instructor through the virtual learning platform*.

Environment required: *Virtual Learning Environment.*

Materials: *computer, internet, training material The importance of cultural awareness in Business, complementary material A Global Guide to Business Etiquette, glossary and SENA library.*

Evidence 9: *Workshop. Cultural awareness as a key element to negotiate.*

Esta evidencia se encuentra ubicada en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 14 / Evidencias / Evidencia 9: *Workshop. Cultural awareness as a key element to negotiate.***

Total horas actividad de proyecto: 334 horas; 67 directas, 267 independientes.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de producto: Evidencia 1: Plan de contingencia. Identificar los riesgos operacionales presentes en los procedimientos de Distribución Física Internacional.	Clasifica los riesgos según el proceso o unidad de negocio teniendo en cuenta el análisis de los antecedentes, el impacto en la gestión condiciones climáticas de seguridad geográficas y ambientales. Reconoce y prioriza dinámicamente las operaciones y procesos de acuerdo con los riesgos detectados en el desarrollo de las operaciones desde su inicio hasta el fin.	**Lista de verificación:** Plan de contingencia.

Evidencia de producto: Evidencia 2: Taller. Realizar el proceso de negociación internacional y la elaboración de un contrato de compraventa.	Verifica los procesos de elaboración y aplicación de contratos. Efectúa negocios con proveedores y clientes identificados. Formaliza los contratos de acuerdo con las normas establecidas.	**Lista de verificación:** Taller.
Evidencia de producto: Evidencia 3: Protocolo. Determinar la importancia de la seguridad industrial en una empresa.	Revisa las instalaciones y los objetos, los equipos de seguridad industrial existentes en tiempos establecidos aplicando normas de higiene, seguridad, manejo y mantenimiento, la utilización de elementos de protección y seguridad del personal en el desarrollo de actividades ejecutadas de acuerdo al plan de trabajo e indicadores de gestión de la organización.	**Lista de verificación:** Protocolo.
Evidencia de producto: Evidencia 4: Plan de capacitación. Reconocer la importancia de la administración de los recursos materiales en la empresa.	Monitorea los presupuestos de acuerdo con los informes de ejecución y la capacidad de rotación de áreas de almacenamiento según los indicadores de gestión de acuerdo a objetivos fijados por la organización de acuerdo al plan de trabajo e indicadores de gestión. Controla los recursos en tiempos establecidos por la organización de acuerdo al consumo y requerimiento de procesos teniendo en cuenta los controles de seguridad establecidos por la organización de los objetos, equipos y muebles y enseres al ingreso y salida según usos y destinos aplicando tecnologías y técnicas establecidas por la organización.	**Lista de verificación:** Plan de capacitación.

Evidencia de producto: Evidencia 5: Instructivo. Determinar cómo los fenómenos naturales afectan las empresas.	Optimiza los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas según normas institucionales. Contribuye en el cuidado y uso de los elementos que integran su entorno formativo y laboral según normas institucionales.	**Lista de verificación:** Instructivo.
Evidencia de producto: Evidencia 6: Cartilla. Implementar un adecuado manejo de los residuos.	Dispone los residuos teniendo en cuenta las normas de clasificación de los mismos. Mantiene limpio y ordenado el lugar donde desarrolla sus actividades formativas y productivas según estándares de protección ambiental.	**Lista de verificación:** Cartilla.
Evidencia de desempeño: Evidencia 7: Video. Establecer procesos comunicativos asertivos en negociaciones internacionales.	Establece procesos comunicativos asertivos que posibilitan la convivencia en los contextos social y productivo de acuerdo con las competencias ciudadanas. Se comunica fácilmente con los miembros de la comunidad educativa según protocolos y normas de convivencia institucional. Establece acuerdos mediante el uso de procesos comunicativos, racionales y argumentados, orientados hacia la resolución de problemas según normas y protocolos institucionales. Aporta elementos en la construcción colectiva del conocimiento según naturaleza del problema.	**Lista de chequeo:** Video.

Evidencia de producto: Evidencia 8: Matriz. Identificar los controles de los riesgos dentro de la empresa.	Diagnostica los riesgos ergonómicos y psicosociales de su desempeño laboral según normas de salud ocupacional. Selecciona las técnicas de cultura física para prevenir riesgos ergonómicos y psicosociales según naturaleza y complejidad del desempeño laboral. 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 teniendo en cuenta su proyecto de vida.	**Lista de verificación:** Matriz.
Evidencia de producto: *Evidence 9: Workshop. Cultural awareness as a key element to negotiate.*	Puede realizar actividades de verdadero o falso, basados en una conversación que ha escuchado o en un texto que ha leído.	**Lista de verificación:** *Workshop*.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

ABROAD: *in or to a foreign country. Out of the country, beyond the sea, in foreign lands. Example: She often goes abroad on business.*

ACQUAINTANCES: *someone you know, but who is not a close friend. Example: He heard about the job through a mutual acquaintance (=someone you and another person both know).*

ACROSS: from one side of something to the other. On the opposite side of something. *Example: Across the street from where we're standing, you can see the old theater.*

Actividad física: es cualquier movimiento corporal producido por la contracción del músculo esquelético, que aumenta el gasto energético por encima del nivel basal.

ADVISABLE: *if you tell someone that it is advisable to do something, you are suggesting that they should do it, in order to avoid problems or risks. Example: Use of the drug is not considered advisable when driving or using machinery.*

AFFILIATE: *if a group or organization affiliates to or with another larger one, it forms a close connection with it. Example: The Society is not affiliated with any political party.*

Ambiente: es el espacio general en cual se desarrolla una actividad específica.

> **Ambiente:** es el conjunto de fenómenos o elementos naturales y sociales que rodean a un organismo, a los cuales este responde de una manera determinada. Estas condiciones naturales pueden ser otros organismos (ambiente biótico) o elementos no vivos (clima, suelo, agua). Todo en su conjunto condiciona la vida, el crecimiento y la actividad de los organismos vivos. (Ecoestrategia, s.f.)

América Latina: también conocida como Latinoamérica; comprende los países de América donde se hablan lenguas latinas como español, portugués y francés.

Antropometría: es la ciencia que estudia las dimensiones y características del cuerpo humano.

ARISE: *when a problem, opportunity, or situation emerges. Become apparent. Example: A crisis has arisen in the Foreign Office.*

ASAP: *the abbreviation of "as soon as possible". Example: She said she'll be here ASAP.*

ATTITUDE: *the opinions and feelings that you usually have about something, especially when this is shown in your behavior. Example: The people have a very positive attitude to life.*

AVOID: *to prevent something bad from happening. To stay away from someone or something, or not use something. Example: Pregnant women should avoid certain foods such as raw eggs.*

AWARE: *having knowledge or perception of a situation or fact. Example: The children are aware of the danger of taking drugs.*

AWARENESS: *knowledge or understanding of a particular subject or situation. Example: Health officials have tried to raise awareness (=improve people's knowledge) about AIDS.*

BACKGROUND: *someone's family, education, previous work etc. Also, the situation or past events that explain why something happens in the way that it does. Example: It's important to understand other people, people from different backgrounds.*

BARRIERS: *a rule, problem etc. that prevents people from doing something, or limits what they can do. A physical object that keeps two areas, people etc. apart. Example: The mountains form a natural barrier between the two countries.*

BEHAVIOR: *the way that someone or something acts in different situations. Example: The effects of alcohol on human behavior.*

BELIEFS: *the feeling that something is definitely true or definitely exists. The feeling that something is good and can be trusted. Example: One billion people throughout the world are Muslims, united by belief in one god.*

BENEFICIAL: *having a good effect. Example: Cycling is highly beneficial to health and the environment.*

Bípeda: significa de pie y/o caminar erguido.

BLUNT: *not sharp or pointed. Example: A blunt pencil. // Speaking in an honest way even if this upsets people. / Example: Julian's blunt words hurt her.*

BORDERS: *the border between two countries or regions is the dividing line between them. Sometimes the border also refers to the land close to this line. Example: To cross the border, you will need a valid passport.*

BRIEF: *something that is brief lasts for only a short time. Example: She once made a brief appearance on television.*

BTW: *the written abbreviation of "by the way", often used in email or text messages on mobile phones. Example: BTW, I think u did a gr8 job.*

CALLERS: *a caller is a person who is making a telephone call. Example: An anonymous caller told police what had happened.*

Calentamiento global: aumento progresivo de la temperatura atmosférica y sus consecuencias en la tierra.

> **Capa de ozono:** capa compuesta por ozono que protege a la Tierra de los daños causados por las radiaciones ultravioleta procedentes del sol. Si desapareciera esta capa las radiaciones esterilizarían la superficie del globo y aniquilarían toda la vida terrestre. (Ecoestrategia, s.f.)

Claridad: exponer ideas concretas y definidas, con frases bien construidas y terminología común, al alcance de los destinatarios. Cuando hay que emplear palabras que puedan generar dudas al receptor, lo mejor es explicarlas a profundidad para que puedan ser comprendidas.

COLLEAGUES: someone who you work with in a company or organization. *Example: Friends and former colleagues described him as a kind and caring man.*

Coherencia: construir los mensajes de forma lógica, encadenando ordenadamente las ideas, remarcando lo que son hechos objetivos y lo que son opiniones, bien sea del orador o de otras personas.

Compraventa: actividad de la persona que se dedica a comprar bienes, para revenderlos posteriormente.

> **Comunicación:** la palabra deriva del latín *communicare,* que significa "compartir algo, poner en común". Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto. (Definición.de, s.f.)

Comunicación asertiva: consiste en saber transmitir de manera efectiva y precisa un mensaje ante cualquier situación, incluyendo las que representan un reto. Requiere de control emocional y claridad en las ideas.

Concisión: utilizar las palabras justas; huir de palabrería. No hay que ser lacónicos, pero tampoco emboscar al destinatario en una farragosa oratoria, por más que sea minuciosa.

CONSCIOUS: *if you are conscious of something, you notice it or realize that it is happening. Example: I was very conscious of the fact that I had to make a good impression.*

CONSIDERATE: *always thinking of what other people need or want and being careful not to upset them. Example: He was always kind and considerate.*

> **Consumo responsable:** consumo de productos y servicios generados en el tercer mundo por parte de personas de los países ricos, que tiene en cuenta las condiciones laborales y ambientales en que esta producción se ha llevado a cabo. Contaminación: (Del latín contaminare = manchar). Es un cambio perjudicial en las características químicas, físicas y biológicas de un ambiente o entorno. Afecta o puede afectar la vida de los organismos y en especial la humana. (Ecoestrategia, s.f.)

Contrato: acuerdo legal realizado entre dos o más personas con el objetivo de respetar y cumplir una serie de compromisos u obligaciones.

CROSS-CULTURAL: *belonging to or involving two or more different societies, countries, or cultures. Example: In our cross-cultural world the language wires get crossed ever more frequently.*

DEROGATORY: *derogatory remarks, attitudes etc. are insulting and disapproving. Example: Their conversation contained a number of derogatory racial remarks.*

> **Desarrollo sostenible:** es aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. Al mismo tiempo que distribuye de forma más equitativa las ventajas del progreso económico, preserva el medio ambiente local y global y fomenta una auténtica mejora de la calidad de vida. (Ecoestrategia, s.f.)

Desastres naturales: son los daños, pérdidas humanas y materiales generados por fenómenos naturales como maremotos, terremotos, huracanes inundaciones, deslizamientos de tierra, entre otros.

Duración: es la cantidad del tiempo en que una actividad o ejercicio se realiza. La duración es generalmente expresada.

Ecología: "ciencia que estudia a los seres vivos en sus distintos niveles de organización y sus interrelaciones entre ellos y con el medio ambiente" (Ecoestrategia, s.f.).

Ecosistema: "complejo dinámico de comunidades vegetales, animales y de microorganismos y su medio no viviente que interactúan como una unidad funcional" (Ecoestrategia, s.f.).

Ejercicio: "es una subcategoría de la actividad física que es planeado, estructurado y repetitivo, y finalista en el sentido de que la mejora o el mantenimiento de uno o más componentes de la aptitud física es el objetivo" (Glosarios.servidor-Alicante, s.f.).

Energía alternativa: "también llamada renovable. Energía que se renueva siempre, como por ejemplo la energía solar, la eólica, la fuerza hidráulica, la biomasa, o la geotérmica (calor de las profundidades)" (Ecoestrategia, s.f.).

Enfermedad profesional: estado patológico que se da como consecuencia de la clase de trabajo que desempeña el trabajador o del medio en que ha estado trabajanado, bien sea determinado por agentes físicos, químicos o biológicos.

Ergonomía: el término ergonomía proviene de un vocablo griego y hace referencia al estudio de los datos biológicos y tecnológicos que permiten la adaptación entre el hombre y las máquinas o los objetos. (Definición.de, s.f.)

EYE-CONTACT: *when you look directly at someone at the same time as they are looking at you. Example: People who are lying tend to avoid eye contact.*

Fenómeno natural: son los cambios que se producen en la naturaleza, como condiciones climáticas, desastres naturales, epidemias, entre otros.

Flexibilidad: es el desarrollo adecuado de la movilidad, de las articulaciones en todo el cuerpo.

Flujo comercial: es la comercialización (importación y exportación) de productos o servicios entre países.

Frecuencia: "es el número de veces que un ejercicio o la actividad se lleva a cabo. La frecuencia se expresa generalmente en las sesiones, los episodios o ataques por semana" (Glosarios.servidor-Alicante, s.f.).

FOSTER: *to help a skill, feeling, idea etc. develop over a period of time. Example: The bishop helped foster the sense of a community embracing all classes. // To take someone else's child into your family for a period of time but without becoming their legal parent (adopt). / Example: The couple wanted to adopt a child they had been fostering.*

FOUL: *if you describe something as foul, you mean it is dirty and smells or tastes unpleasant. Example: The smell was quite foul.*

Fuerza: es el rendimiento de los componentes de la aptitud física, la cual es la capacidad de un músculo o grupo muscular para ejercer la fuerza.

FYI: *FYI is a written abbreviation for 'for your information,' often used in notes and documents when giving someone additional information about something. Example: FYI, the meeting has been postponed to next week.*

Gases de invernadero: "gases como el dióxido de carbono o el metano que se encuentran en la troposfera y que actúan como un techo que controla el ritmo de escape del calor de sol, desde la superficie terrestre" (Ecoestrategia, s.f.).

GENDER: *the fact of being male or female. Example: Discrimination on grounds of race or gender is forbidden.*

GESTURES: *a movement of part of your body, especially your hands or head, to show what you mean or how you feel. Example: Luke made an obscene gesture with his finger.*

GLOBISH: *Global English. a simplified version of English used by non-native speakers, consisting of the most common words and phrases only. Example: Globish allows you to communicate in 1500 English words.*

HERITAGE: *the traditional beliefs, values, customs etc. of a family, country, or society. Example: The importance of preserving the national heritage.*

HOST-CULTURE: *the most dominant culture that lives in a given area. Example: Host-culture may react negatively to immigration because of the change that takes place within their community.*

HUMOUR: *the ability or tendency to think that things are funny, or funny things you say that show you have this ability. Example: It's vital to have a sense of humor in this job.*

Huracanes: son tormentas que producen lluvias y vientos destructivos.

INSENSITIVE: *not noticing, or not taking the care to notice, other people's feelings, and not realizing when they are upset or when something that you do will upset them. Example: I feel my friends are very insensitive about my problem.*

Intensidad: cantidad de trabajo que se está realizando, del esfuerzo requerido para realizar una actividad o ejercicio.

LACK: *when there is not enough of something, or none of it. Example: They identified health problems linked to poor diet and a relative lack of exercise.*

La salud: es el estado de completo bienestar físico, mental y social; no es solamente la ausencia de enfermedad o dolencia.

LEAD: *take someone somewhere by going in front of them while they follow, or by pulling them gently. Example: A nurse took her arm and led her to a chair.*

LEANING: *a tendency to prefer or agree with a particular set of beliefs, opinions etc. Example: John is not malicious and has no political leanings.*

LOUD: *making a lot of noise. Example: The music was so loud that I had to shout.*

MANNERISMS: *a way of speaking or moving that is typical of a particular person. Example: He has the same mannerisms as his father.*

Medio ambiente: "es el conjunto de factores físico-naturales, sociales, culturales, económicos y estéticos que interactúan entre sí, con el individuo y con la sociedad en que vive, determinando su forma, carácter, relación y supervivencia" (Ecoestrategia, s.f.).

MIRROR (V): *if one thing mirrors another, it is very similar to it and may seem to copy or represent it. Example: Henry's sad smile mirrored that of his son.*

MISCOMMUNICATION: *a failure to communicate effectively. Example: Don't let your marriage fall apart because of a simple miscommunication.*

MISUNDERSTANDINGS: *a problem caused by someone not understanding a question, situation, or instruction correctly. Example: There must have been some misunderstanding. I didn't order all these books.*

Movimientos telúricos: movimiento de la tierra generado por una falla geológica, la cual produce sismos o terremotos.

Naturalidad: tal vez lo más difícil de lograr porque requiere una expresión viva y espontánea, lo que no implica vulgaridad o descuido. Es la prueba del dominio del lenguaje y el camino para lograr la naturalidad, precisamente por una cuidadosa preparación de la intervención.

OVERCOMING: *to successfully control a feeling or problem that prevents you from achieving something. Example: After a challenge has been identified, be sure to discuss a plan for overcoming it.*

Pausas activas: actividades física que se realiza en un tiempo previamente definido durante la jornada laboral; con el propósito de retomar energías, prevenir riesgos y articular la mente con el cuerpo.

Pérdidas: se genera cuando los gastos son más altos que los ingresos. Es la carencia de un bien o derecho.

Pérdida de capital: es la pérdida generada de la venta de un activo a menor precio de su compra.

Población: "conjunto de individuos perteneciente a una misma especie, que coexisten en un área en la que se dan condiciones que satisfacen sus necesidades de vida" (Ecoestrategia, s.f.).

POLITE: *behaving or speaking in a way that is correct for the social situation you are in, and showing that you are careful to consider other people's needs and feelings. Example: It's not polite to talk with your mouth full.*

Presupuesto: suma de dinero destinado para las operaciones de una empresa estimado en ingresos y gastos.

Prevención de riesgos: son las actividades que se realizan para prevenir o reducir los riesgos de un siniestro, accidentes o enfermedad.

PROMPTLY: *to do something at the right time without being late. Example: She arrived promptly.*

REJECTION: *the act of not accepting, believing in, or agreeing with something. Example: He faced rejection after rejection before finding a job.*

Recursos naturales: "son aquellos bienes existentes en la Tierra y que la humanidad aprovecha para su subsistencia, agregándoles un valor económico. Tales recursos son: El aire, la energía, los minerales, los ríos, la flora, la fauna, etc." (Ecoestrategia, s.f.).

> **Recursos renovables:** son aquellos bienes que existen en la Tierra y que no se agotan, tales como el aire, el viento, el agua del mar. Se reproducen solos o con la ayuda del hombre. Recursos no renovables: Son aquellos bienes que existen en la Tierra en cantidades limitadas. En su mayoría son minerales tales como el petróleo, el oro, el platino, el cobre, el gas natural, el carbón, etc. (Ecoestrategia, s.f.)

Recursos materiales: son los bienes o recursos tangibles de una empresa.

Riesgo: es la medida en que se toman de los daños frente a una situación peligrosa. El riesgo se mide asumiendo una determinada vulnerabilidad frente a cada tipo de peligro.

Riesgo operacional: son las pérdidas generadas por los errores humanos, procesos mal ejecutados, fallas en los sistemas e imprevistos externos.

Riesgos psicosociales: condiciones presentes en una situación laboral relacionada con la organización del trabajo, con el puesto de trabajo, realización de una tarea o el entorno, las cuales afectan al desarrollo del trabajo y a la salud de las personas trabajadores.

RUDE: *speaking or behaving in a way that is not polite and is likely to offend or annoy people. Example: I didn't mean to be rude, but I had to leave early.*

Salud ocupacional: tiene como fin la promoción y la protección de la salud, del bienestar físico, mental y social de los empleados en su área de trabajo.

SARCASM: *a way of speaking or writing that involves saying the opposite of what you really mean in order to make an unkind joke or to show that you are annoyed. Example: 'What a pity,' Diana said with a hint of sarcasm.*

Seguridad industrial: es un área de diversas disciplinas encargadas de prevenir o reducir los riesgos en la industria.

Sencillez: se da tanto en la forma de construir el mensaje, como en las palabras empleadas.

SET (N): *a set of things is a number of things that belong together or that are thought of as a group. Example: I might need a spare set of clothes.*

SLANG: *slang consists of words, expressions, and meanings that are informal and are used by people who know each other very well or who have the same interests. Example: "Bladdered" is slang for "drunk".*

SNOBBISH: *behaving in a way that shows you think you are better than other people because you are from a higher social class or know more than they do. Example: I'd expected her to be snobbish but she was warm and friendly.*

SOFT-SPOKEN: *someone who has a quiet, gentle voice. Example: He was a gentle, soft-spoken intelligent man.*

> **Sostenibilidad:** proceso de racionalización de las condiciones sociales, económicas, educativas, jurídicas, éticas, morales y ecológicas fundamentales que posibiliten la adecuación del incremento de las riquezas en beneficios de la sociedad sin afectar al medio ambiente, para garantizar el bienestar de las generaciones futuras. También puede denominarse sustentabilidad. (Ecoestrategia, s.f.)

STEREOTYPES: *a belief or idea of what a particular type of person or thing is like. Stereotypes are often unfair or untrue. Example: Women who don't fit the stereotype of the good mother.*

TIMEKEEPING: *if you talk about someone's timekeeping, you are talking about how good they are at arriving in time for things. Example: I am trying to improve my timekeeping.*

TRIGGERING: *to make something happen very quickly, especially a series of events. Example: Certain forms of mental illness can be triggered by substance abuse.*

TRIP: *a visit to a place that involves a journey, for pleasure or a particular purpose. Example: Did you enjoy your trip to Disneyland?*

VALUES: *the values of a person or group are the moral principles and beliefs that they think are important. Example: The teenagers don't share our moral values, the values of effort and respect for others.*

YAWNING: *To open your mouth wide and breathe in deeply because you are tired or bored. Example: Alan stretched and yawned.*

6. REFERENTES BIBLIORAFICAS

Banco Santander. (s.f.). *Medios de pago*. Recuperado de https://es.portal.santandertrade.com

Barrera, D. (2010). *Elaborar planes de contingencia teniendo en cuenta la evaluación de los riesgos según la operación y el proceso.* Bogotá: autor.

Brönstrup, S., Celsi, E. y Ribeiro, A. (2009). *Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional*. Bogotá: Red signo y pensamiento.

Cano, A. (2002). *La naturaleza del estrés*. Recuperado de http://www.ucm.es/

Castro, A. (2014). *Comunicación organizacional: técnicas y estrategias*. Bogotá: Autor.

Corte Constitucional. (2015). *Constituión Política de Colombia. Edición especial preparada por la Corte Constitucional*. Bogotá: Imprenta Nacional.

Definición.de. (s.f.). *Definiciones web*. Recuperado de https://definicion.de/

Díaz, S. (2014). *Una mirada a la racialidad desde la comunicación organizacional*. La Habana: Editorial universitaria.

Duarte, F. (2014). Efectos del cambio climático en la economía, el comercio internacional y la estrategia empresarial Contabilidad y Negocios. *Revista Contabilidad y negocios. 9*(18), 78.

Ecoestrategia. (s.f.). *Glosario ambiental*.

EcuRed. (s.f.). *Barreras de la comunicación*. Recuperado de https://www.ecured.cu/

Fernández, A. (2007). *La gestión del riesgo operacional en las entidades financieras españolas*. Madrid: Publican Ediciones.

Fernández, A. (2007). *La gestión del riesgo operacional: de la teoría a su aplicación.* Madrid: Editorial Dos Mil Diez.

García, A. (2016). *La kinésica y sus gestos. Protocolo y etiqueta*. Recuperado de https://www.protocolo.org/

García, G. (s.f.). *Instrumentos financieros del comercio internacional*. Madrid: Fundación Confemetal.

Glosarios.servidor-Alicante. (s.f.). *Glosario de educación física*. Recuperado de https://glosarios.servidor-alicante.com/

Gómez, D. y Martínez, F. (2003). *Negociación internacional: medios de cobro y pago*. Madrid: Esic Editorial.

Grupo Banco Mundial. (s.f.). *¿Qué es la AIF?* Recuperado de http://aif.bancomundial.org/

Guerra, J. (2011). *El costo de los servicios financieros*. Recuperado de http://www.portafolio.co

Henao, F. (2014). *Seguridad y salud en el trabajo: Conceptos básicos*. Bogotá: ECOE Ediciones.

Hernández, A. (2003). *Seguridad e higiene industrial.* Madrid: Editorial Limusa.

Hult International Business School. (2017). *How cultural differences impact international business in 2017.* Recuperado de http://www.hult.edu/

Icontec. (2009). *Norma técnica colombiana GTC 24.* (3ª ed.). Bogota: Icontec.

Inforeciclaje. (2016). *Qué es el reciclaje.* Recuperado de http://www.inforeciclaje.com/

Nava, V. y Jiménez, R. (2005). *ISO 9000:2000: estrategias para implantar la norma de calidad para la mejora continua.* Madrid: Editorial Limusa.

Opciones binarias. (s.f.). *Qué son divisas y cuáles son las más populares*. Recuperado de http://www.binarias.org

Pacheco, R. (2006). *Competencias claves para la comunicación organizacional*. Quito: ProQuest ebrary.

Pérez, A. (2010). *Análisis integral de riesgos operacionales y su aplicación en una empresa de ingeniería.* Recuperado https://e-archivo.uc3m.es/

PNUD. (s.f.). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Recuperado de http://www.undp.org/

Ruiz, J. (2015). *6 consejos para minimizar los riesgos financieros en tu empresa. Recuperado de* https://www.factura-e.mx/

Sayago, L. (2009). *Investigación en comunicación organizacional*. Córdoba: El cid editor.

Serantes, P. (2011). *El cobro seguro de la exportación. Los medios de pago internacionales.* Madrid: Icex.

Tarantino, S. (2014). *Kinésica, proxémica y paralingüística en la gestión gerencial. Gestiopolis*. Recuperado de https://www.gestiopolis.com/

Trujillo, R. (2009). *Seguridad ocupacional*. Bogotá: ECOE Ediciones.

Van-der Hofstadt, C. (2005). *El libro de las habilidades de comunicación*. (2ª ed.). Madrid: Díaz de Santos, S.A.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autores	Ingrid Criollo García	Experta técnica	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información. Regional Distrito Capital	Agosto 2017
	Karen Yolima Torres Tafur	Experta técnica	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información. Regional Distrito Capital	
	Laura Salomé Ortiz Moreno	Experta técnica	Centro de Servicios Empresariales y Turísticos. Regional Santander	
	Luz Dary Palomino González	Experta técnica	Centro de Servicios Empresariales y Turísticos. Regional Santander	
	Marian Yarith Carvajal Castellanos	Experta técnica	Centro de Servicios Empresariales y Turísticos. Regional Santander	
	Oscar Fuentes Hernández	Experto técnico	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información. Regional Distrito Capital	

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autores	Luz Adriana Osorio Ibarra	Asesora Pedagógica	Línea de Producción Quindío	Diciembre 2017	Revisión y ajustes pedagógicos
	Ana María Mora Jaramillo	Guionista	Línea de Producción Quindío	Diciembre 2017	Revisión y ajustes de estilo y referencias

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Tecnólogo en Distribución Física Internacional.

- **Código del Programa de Formación:** 121518.

- **Nombre del Proyecto:** Reconocimiento de los procesos de Distribución Física aplicados a las empresas y el impacto que se genera en los clientes a nivel internacional.

- **Fase del Proyecto:** Fase Ejecución.

- **Actividad de Proyecto 15:** Gestionar los procesos de importación y de exportación de mercancías basados en el cumplimiento estricto de las normas nacionales e internacionales.

- **Competencia:**

  210101003: Realizar negociación con los proveedores y clientes, según los objetivos y estrategias establecidas por la organización.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  210101003-03: Interpretar la mejor forma de pago de importación y exportación según acuerdos comerciales y normas de comercio internacional, reglas, usos uniformes y normas cambiarias.

- **Competencia:**

  210101021: Operar los procesos de importación y exportación según normas y políticas internas y externas.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  210101021-02: Ejecutar procedimientos para la nacionalización de las mercancías de acuerdo con las políticas de la compañía y las normas legales aduaneras vigentes.

  210101021-03: Realizar procedimientos para la exportación de mercancías de acuerdo al régimen aduanero y de exportación vigente.

- **Competencia:**

  210101033: Efectuar las transacciones comerciales de acuerdo a las requisiciones comerciales según acuerdos entre las partes.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  210101033-01: Reportar las novedades de la valoración de los elementos de la negociación nacionales e internacionales de acuerdo con las diferentes áreas o unidades de proceso. Negociaciones nacionales e internacionales.

  210101033-02: Identificar el cumplimiento de los términos de negociación según normatividad nacional e internacional.

  210101033-03: Organizar los pagos y cobros según las formas y los tratados acordados entre las partes.

  210101033-04: Realizar las actividades de reembolso y reintegro de las divisas internacionales de acuerdo con la normatividad legal y el régimen cambiario.

- **Competencia:**

  240201502: Producir textos en inglés en forma escrita y oral.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  240201502-07: Buscar de manera sistemática información específica y detallada en escritos en inglés, más estructurados y con mayor contenido técnico.

- **Duración de la Guía:** 397 horas (1 mes y 24 días).

2. PRESENTACIÓN

El fenómeno de la globalización le ha exigido a las empresas cambiar el pensamiento económico y ser más arriesgados frente al mercado competitivo al que se enfrentan, por lo tanto es necesario involucrar acciones que permitan exportar e importar los productos, realizando transacciones nacionales e internacionales. Para que esto se pueda realizar es muy importante contar con un personal cualificado que permita lograr cada uno de los propósitos de la organización, teniendo en cuenta las normas legales vigentes.

Las empresas deben procurar la constante actualización de las operaciones cambiarias, con el fin de no incurrir en errores que les puedan costar altas sumas de dinero; igualmente deben tener una fuerte contabilidad que les arroje resultados que faciliten la toma de decisiones.

La actualización de los temas correspondientes a exportaciones e importaciones y todo lo que comprende el régimen cambiario, es responsabilidad de cada compañía. Aunque hay trámites que funcionan igual para todas las organizaciones, se presentan algunas variaciones de acuerdo a la actividad económica que desarrolle la entidad y los productos que deseen comercializar.

De acuerdo a lo anterior es necesario seguir afianzando los conocimientos en el idioma inglés, ya que esta segunda lengua permite cruzar fronteras y estrechar lazos significativos en las negociaciones.

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

La duración de esta actividad de proyecto es de 397 horas, correspondientes a un 20 % de horas Directas (D), que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80 % de horas Independientes (I), que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentran en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 15 / Material de formación**. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada actividad.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman la actividad de aprendizaje. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

Adicional a ello, el instructor retroalimentará diariamente los aportes que usted y sus compañeros realicen a través de los foros, con el fin de brindar un acompañamiento permanente y dinamizar el proceso de aprendizaje.

Identificar la importancia de hacer un análisis financiero

Todas las personas atraviesan momentos de abundancia, escasez y equilibrio financiero; sin embargo, en muchas ocasiones la falta de un adecuado manejo de las finanzas produce un desfase en ellas, lo cual causa problemas en otras áreas de la vida en las que todo ser humano debe desenvolverse.

Teniendo en cuenta lo anterior, participe en el Foro de reflexión: Reconocimiento de saberes 9 y dé respuesta a los siguientes interrogantes:

1. ¿Considera usted que es importante elaborar un presupuesto para identificar sus ingresos y egresos?

2. Si en algún momento de su vida lo ha hecho, ¿qué tanto lo ha cumplido?

Nota: este ejercicio tiene el propósito de orientarlo de una forma práctica a la temática de esta actividad de proyecto, por tanto no es calificable.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: no se requiere la lectura del material de formación.

Evidencia: no se vincula ninguna evidencia calificable de la plataforma virtual de aprendizaje.

Este foro se encuentra ubicado en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 15 / Evidencias / Foro de reflexión: Reconocimiento de saberes 9.**

3.1 Actividad de Aprendizaje 1: Aplicar las formas de pago y reembolso para la organización en las operaciones de importación y exportación teniendo en cuenta los acuerdos y normas de comercio internacional.

Reconocer el funcionamiento de las transacciones internacionales

Las transacciones internacionales son operaciones que van más allá de los límites físicos de cada país, en las que participan dos y hasta tres divisas distintas. Surgen por la necesidad de comercializar mercancías a nivel internacional y por lo tanto, de establecer políticas que garanticen la transparencia y equidad tanto para los que importan como para los que exportan, clientes y consumidores, compradores y vendedores.

De acuerdo a lo anterior y con el fin de profundizar sus conocimientos en el tema, realice junto con su grupo de trabajo conformado en las actividades de proyecto

anteriores, un informe teniendo en cuenta las normas APA y cada una de las siguientes recomendaciones:

1. Portada.

2. Tabla de contenido.

3. Introducción.

4. Cuerpo del informe, para realizar este punto tenga en cuenta lo siguiente:

   - Elijan tres (3) países y expliquen cuál es la moneda de cambio que se utiliza en cada uno.

   - Expliquen cómo funciona el cambio de divisas en cada uno de estos países para hacer transacciones, relacionando los tres países. Ejemplo: si sus elecciones fueron Colombia, Venezuela y Brasil, explique:

     - ¿Cómo realizan las transacciones de Colombia en Venezuela y viceversa?

     - ¿Cómo realizan las transacciones de Venezuela en Brasil y viceversa?

     - ¿Cómo realizan las transacciones de Brasil en Colombia y viceversa?

   - Mencionen cuatro (4) entidades bancarias que intervienen en las transacciones internacionales de cada país elegido.

   - Nombren los principales documentos de cobro que se utilizan en cada país.

   - Realicen la conversión de $3.590.600 (pesos colombianos), a la moneda que utilizan los países que eligieron para esta actividad; deben especificar la equivalencia que tiene el peso colombiano a las otras monedas.

     De acuerdo a la conversión que realizaron, respondan:

     - ¿Cuál de las monedas tiene un valor más alto?

     - ¿Por qué creen que las monedas se valorizan o se desvalorizan?

     - De las tres monedas, ¿cuál es la que más se utiliza en las transacciones internacionales?

5. Conclusiones.

6. Envíen el informe al instructor de manera individual con el nombre de los tres (3) integrantes del grupo, a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Nota: tengan en cuenta leer el material complementario "Guía para una participación exitosa en un grupo de trabajo", para tener claro las reglas de participación.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación *Operaciones de cambio, términos de negociaciones internacionales y análisis financiero*, materiales complementarios *Régimen cambiario de las operaciones de comercio exterior de bienes* y *Guía para una participación exitosa en un grupo de trabajo*, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 1: Informe. Reconocer el funcionamiento de las transacciones internacionales.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 15 / Evidencias / Evidencia 1: Informe. Reconocer el funcionamiento de las transacciones internacionales.**

Diligenciar formatos del régimen cambiario

Las importaciones y exportaciones de bienes son operaciones de cambio cuyos pagos deben ser canalizados obligatoriamente a través del mercado cambiario, por medio de los intermediarios autorizados; esto con el fin de garantizar el cumplimiento de las normas legales que rigen dichas operaciones. Toda empresa que tenga operaciones de cualquier tipo a nivel internacional, debe reconocer las normas y documentos que legalmente se requieren para ejecutarlas.

Basado en lo anterior y con el fin de adquirir conocimientos acerca del régimen cambiario, desarrolle el taller. Para ello, tenga en cuenta cada una de las siguientes indicaciones:

1. Descargue la "Declaración de Cambio por Importaciones de Bienes. Formulario Nº1" y la "Declaración de Cambio por Exportaciones de Bienes. Formulario Nº2", que se encuentran en los materiales complementarios de esta actividad de aprendizaje.

2. Diligencie cada ítem de los formularios descargados. Para ello tenga en cuenta la información de la empresa con la que ha venido trabajando a lo largo de las actividades de proyecto anteriores.

3. Escanee los formularios diligenciados y adjúntelos al final del taller.

4. Basado en los puntos anteriores, diligencie el siguiente cuadro comparativo.

	Declaración de Cambio de Importación	Declaración de Cambio de Exportación
Diferencias		
Similitudes		

5. Determine qué sanciones se pueden presentar para el importador o exportador, cuando la declaración de cambio no es bien elaborada o no se tiene en cuenta la normatividad legal vigente.

6. Explique qué aspectos se deben tener en cuenta para evitar sanciones.

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

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación *Operaciones de cambio, términos de negociaciones internacionales y análisis financiero*, materiales complementarios *Régimen cambiario de las operaciones de comercio exterior de bienes*, *Declaración de Cambio por Importaciones de Bienes. Formulario Nº1* y *Declaración de Cambio por Exportaciones de Bienes. Formulario Nº2*, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 2: Taller. Diligenciar formatos del régimen cambiario.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 15 / Evidencias / Evidencia 2: Taller. Diligenciar formatos del régimen cambiario.**

Desarrollar el paso a paso de un proceso de exportación

La inserción de una empresa en los mercados internacionales y el reto como empresario, van más allá de hacer ventas en el exterior por medio de contactos con importadores o realizar los trámites de exportación. La internacionalización es

> una operación estratégica que involucra todas las áreas funcionales de la empresa, requiere dedicación, entusiasmo y prepararse para llegar a ser un exportador exitoso. (Procolombia, s.f.)

Existen muchas razones por las cuales las empresas deben internacionalizarse, algunas de ellas son: generar fuentes adicionales de ingresos para no depender solo del mercado nacional, incrementar el volumen de producción, minimizar los riesgos de faltantes de productos que se fabrican al interior del país, entre muchas otras razones. Es por esto que todas las empresas deben tener la visión de expandir sus negocios a nivel internacional, de esta manera sus límites al igual que la gama de oportunidades serán más amplios.

Con el fin de continuar este proceso de aprendizaje, elabore una presentación interactiva en la cual explique el paso a paso del proceso de exportación de un producto. Para ello, tenga en cuenta la **Evidencia 1: Presentación interactiva. Diseñar la red de distribución de un producto y la selección adecuada de los canales** perteneciente a la Actividad de proyecto 10. La presentación debe cumplir con cada uno de los siguientes requerimientos:

1. Indique el nombre del producto a exportar.

2. Mencione a qué países va a exportar dicho producto.

3. Nombre la modalidad bajo la cual se exportará el producto.

4. Indique cuáles son los documentos y trámites necesarios para esta exportación.

5. Exponga cómo funciona el mercado cambiario de los países a los cuales va a exportar, tenga en cuenta los términos de negociaciones nacionales e internacionales.

6. Explique cuáles son los términos de negociación, de acuerdo con lo establecido en el Incoterms para estos procedimientos nacionales e internacionales.

7. Elabore un contrato de compraventa para cada uno de los países donde va a exportar el producto; para ello, tenga en cuenta los costos de seguros, fletes, servicios aduaneros, portuarios y de nacionalización.

8. Realice un análisis de los acuerdos de negociación pactados en el contrato de compraventa internacional.

9. Identifique las entidades de soporte logístico en las cuales tendrá que apoyarse para realizar el proceso de exportación, de acuerdo a los procedimientos aduaneros.

10. Relacione las actividades específicas que debe desempeñar la empresa para realizar esta exportación, de acuerdo con las características y los documentos que solicitan las instancias gubernamentales y las condiciones que establecen las normas nacionales.

11. Envíe la presentación interactiva al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación *Operaciones de cambio, términos de negociaciones internacionales y análisis financiero*, material complementario *Gestión del proceso exportador*, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 3: Presentación interactiva. Desarrollar el paso a paso de un proceso de exportación.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 15 / Evidencias / Evidencia 3: Presentación interactiva. Desarrollar el paso a paso de un proceso de exportación.**

Reconocer los diferentes medios de pago a nivel internacional

Hoy en día los exportadores e importadores cuentan con medios de pago internacionales que funcionan como instrumentos bancarios, que garantizan los pagos que surgen a raíz de la venta (exportación) o compra (importación) de bienes. Estos medios de pago permiten cerrar con éxito una negociación de exportación o importación de bienes o servicios y promueven nuevas oportunidades de comercio.

Para que una empresa logre el éxito esperado es importante reconocer todos los medios de pago internacionales, sus ventajas y desventajas; esto le permite tener más opciones para elegir el medio que mejor se adapte a sus recursos y a su actividad económica.

Por consiguiente, con el fin de profundizar sus conocimientos en el tema, realice el siguiente taller de acuerdo a cada una de las recomendaciones que se dan a continuación:

1. Tenga en cuenta para desarrollar esta actividad, el producto seleccionado en la **Evidencia 3: Presentación interactiva. Desarrollar el paso a paso de un proceso de exportación**, perteneciente a esta guía de aprendizaje.

2. Luego aplique los diferentes medios de pago internacional al producto seleccionado de la siguiente manera:

   - Crédito documentario o carta de crédito:
     - Mencione el nombre de los participantes que intervienen en este medio de pago.
     - Determine cuál es el procedimiento para realizar la apertura.
     - Explique qué clase de carta de crédito utilizaría.
   - Cobranza documentaria:
     - Mencione el nombre de los participantes que intervienen en este medio de pago.
     - Explique qué tipo de cobranza utilizaría.
     - Determine cuál es el procedimiento para utilizarla.
   - Giros internacionales:
     - Mencione el nombre de los participantes que intervienen en este medio de pago.
     - Explique qué tipo de giro utilizaría.

3. Describa cómo realizaría la aplicación de cada medio de pago a su proceso de exportación.

4. Explique las ventajas y desventajas de cada uno de los medios de pago.

5. Elija otro medio de pago de su preferencia, construya y responda para este preguntas como las planteadas en los puntos anteriores.

6. Realice una comparación entre cada uno de los medios de pago internacionales:

Crédito documentario o carta de crédito	**Cobranza documentaria**	**Giros internacionales**	**Medio de pago** _____

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

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación *Operaciones de cambio, términos de negociaciones internacionales y análisis financiero*, material complementario *Medios de pago internacionales - Aspectos prácticos*, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 4: Taller. Reconocer los diferentes medios de pago a nivel internacional.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 15 / Evidencias / Evidencia 4: Taller. Reconocer los diferentes medios de pago a nivel internacional.**

Comparar el servicio de las entidades bancarias que conforman el Sistema Monetario Internacional

Una de las funciones que cumple el Sistema Monetario Internacional es administrar las entidades financieras internacionales, con el fin de regular las transacciones que estas realizan. Identificar los detalles de cada entidad financiera, le permitirá a una organización tomar decisiones acertadas que ayuden a mejorar su economía y que le brinden una oportunidad de crecimiento financiero para ser competitivas en el mercado nacional e internacional.

Basado en lo anterior elabore dos matrices de comparación de servicios bancarios, para ello tenga en cuenta lo siguiente:

1. Consulte en internet temas relacionados con las entidades bancarias que conforman el Sistema Monetario Internacional.

2. Elabore la matriz de comparación de los servicios bancarios que ofrecen las siguientes entidades internacionales:

Servicios Bancarios	Banco Mundial	Fondo Monetario Internacional	Banco Central Europeo	Banco de Pagos Internacionales	Banco Interamericano de Desarrollo
Tasa de interés					
Tipos de créditos					
Formas de pago					

Obtención de prestamos					
Asistencia financiera					

3. Elabore la matriz de comparación de los servicios bancarios que ofrecen las siguientes entidades nacionales:

Servicios Bancarios	**Banco de la República**	**Bancoldex**
Tasa de interés		
Líneas de crédito		
Formas de pago		
Obtención de prestamos		
Asistencia financiera		

4. Luego de realizar las matrices, concluya para cada entidad bancaria nacional e internacional lo siguiente:

   - Las ventajas y desventajas.
   - Las diferentes líneas de crédito de financiación.
   - Las líneas de financiación para las negociaciones nacionales e internacionales.
   - El nivel de confiabilidad de la entidad.
   - La reputación de la entidad.
   - Explique qué características se deben tener en cuenta para elegir una de entidades bancarias nacionales e internacionales.

5. Envíe en un documento el desarrollo de las matrices y los demás puntos solicitados al instructor, a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación *Operaciones de cambio, términos de negociaciones internacionales y análisis financiero*, material complementario *El Sistema Monetario Internacional*, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 5: Matriz “Comparar el servicio de las entidades bancarias que conforman el Sistema Monetario Internacional”.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 15 / Evidencias / Evidencia 5: Matriz. Comparar el servicio de las entidades bancarias que conforman el Sistema Monetario Internacional.**

Realizar un proceso de importación

La actividad de importación está relacionada con la introducción de productos y/o servicios de otros países a un país específico; esto es de gran ayuda para las organizaciones, siempre y cuando estén bien informadas al respecto y realicen las operaciones con la documentación legal necesaria y actualizada.

Tener opciones de otros países puede mejorar la productividad de una empresa, puesto que cuenta con más proveedores y no se limita a los que encuentra a nivel nacional.

Teniendo en cuenta lo anterior, realice un video en el cual explique el proceso de importación de un producto. Para ello tenga en cuenta lo siguiente:

1. Consulte en la página del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, temas relacionados con el proceso de importación en Colombia.

2. Tenga en cuenta el producto con el cual ha venido trabajando en actividades de proyecto anteriores.

3. Seleccione un país de origen y tenga en cuenta que el país de destino es Colombia, esto con el fin de realizar el proceso de importación del producto.

4. Elabore en un documento el proceso de importación, teniendo en cuenta cada uno de los siguientes puntos:

    - Mencione el producto que va a importar.

    - Explique bajo cuál régimen de importación va a realizar la operación.

    - Indique cuál modalidad de importación va a utilizar.

    - Describa el paso a paso del proceso de importación.

- Mencione cómo va a realizar los reembolsos y reintegros de las divisas, teniendo en cuenta el régimen cambiario y las fechas acordadas entre las partes.

- Evalúe las negociaciones que le presenta el proveedor.

- Explique cómo verificar los presupuestos de las importaciones y exportaciones, objeto del comercio nacional e internacional, comparando lo realizado con lo presupuestado.

- Nombre la documentación que soporta la recepción del embarque y la nacionalización necesaria para realizar el respectivo levante de la mercancía, teniendo en cuenta la ubicación donde la mercancía ha de ser retirada una vez nacionalizada.

5. Luego realice un video donde exponga cada uno de los puntos anteriores y que corresponden al proceso de importación.

6. El video debe tener las siguientes características:

   - Una duración máxima de cinco (5) minutos.

   - Se debe entregar en formato: MP4, AVI o WMV.

   - Las condiciones de calidad deben ser óptimas.

   - Debe utilizar un lenguaje técnico adecuado.

7. Envíe el documento y el video al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación *Operaciones de cambio, términos de negociaciones internacionales y análisis financiero*, material complementario *Proceso Carga de Importación*, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 6: Video. Realizar un proceso de importación.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 15 / Evidencias / Evidencia 6: Video. Realizar un proceso de importación.**

Business Plan Analysis

Globalization, as we have already seen and mentioned, has allowed many companies to participate in the International market. Therefore, when considering getting involved within this market, it is important to think about the way in which our company can compete in such market to get the expected positioning which, in the end, will be the key aspect to develop a steady and lasting growth for any company.

In this context, commercial proposals are essential when being introduced in a new market. Having a good commercial proposal can become the first step in the ladder of success. That is why, every company should pay special attention to this process as commercial proposals are reflections of the analysis of the current state of a company.

Thus, regarding the importance of commercial proposals as well as the importance of speaking English as a second language, complete the following workshop which, in turn, will help you to reinforce he knowledge you have on the internal structure of a commercial propose and the elements you need to have in mind to develop a successful one.

1. *Download the file called "Airport Café" which is available as complementary material for the current Learning Activity.*

2. *Based on "Airport Café- Business Plan Sample" answer the following questions:*

   - *What type of business is "Airport Café"? A sole Trader? A partnership? A limited Company? A franchise? Explain.*

   - *Does this business plan provide information about short-term and long-term financial goals? Is this information important in a business plan? Explain.*

   - *What kind of information is provided in the executive summary? How is this information useful in an International Business Plan?*

   - *Why did they include information about Lease terms and Suppliers? How is this information relevant?*

   - *What elements are included in the market/competitor analysis? What is this information useful for the future investors?*

   - *Being able to market and sell your product/service cost-effectively is one of the most important aspects of running a business. Promoting your business tells potential customers that you exist and entices them to buy more. Does "Airport Café" provide evidence of promotion and competitive methods? Explain.*

- *Having a good understanding of the financial side of your business right from the start will increase your chances of success. Based on the financial forecast that "Airport Café" provided, is it possible to establish their breakeven point (which is when the amount your business sells matches what it spends)? Explain.*

- *If it were up to you to invest on Airport café, would you invest on them? Why?*

3. *Send the file to the instructor through the virtual learning platform.*

Environment required: *Virtual Learning Environment.*

Materials: computer, internet, training material *Business Proposals: A step forward to go abroad*, complementary materials *Airport Café* and *Your business plan*, glossary and SENA library.

Evidence 7: *Workshop. Business Plan Analysis.*

Esta evidencia se encuentra ubicada en la siguiente ruta: **Fase Ejecución / Actividad de proyecto 15 / Evidencias / *Evidence 7: Workshop "Business Plan Analysis".***

Total horas actividad de proyecto: 397 horas; 80 directas, 317 independientes.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de producto: **Evidencia 1:** Informe. Reconocer el funcionamiento de las transacciones internacionales.	Diferencia las clases de monedas utilizadas en el mercado nacional e internacional para el reembolso y reintegro de las divisas teniendo en cuenta el régimen cambiario.	**Lista de verificación:** Informe.
Evidencia de producto: **Evidencia 2:** Taller. Diligenciar formatos del régimen cambiario.	• Identifica los diferentes documentos indispensables para el reembolso y reintegro de las divisas, establecidos en una	**Lista de verificación:** Taller.

	negociación nacional e internacional. • Elabora los documentos requeridos para el reembolso y reintegro de las divisas internacionales, llevados a cabo en las negociaciones de comercio internacional. • Analiza los reembolsos y reintegros de las divisas internacionales objeto de las importaciones y exportaciones, teniendo en cuenta los diferentes convenios internacionales entre los países para la negociación de las divisas. • Organiza las diferentes formas de reembolso y reintegro de las divisas internacionales llevadas a cabo en una negociación internacional, teniendo en cuenta el régimen cambiario y las fechas acordadas entre las partes. • Consulta las normas del régimen cambiario correspondiente a las importaciones y exportaciones en el reembolso y reintegro	

	de las divisas internacionales. • Interpreta la normatividad legal para la elaboración y análisis de las declaraciones de cambio en reembolso y reintegro de las divisas internacionales. • Interpreta el régimen sancionatorio para el reembolso y reintegro de las divisas internacionales.	
Evidencia de producto: **Evidencia 3:** Presentación interactiva. Desarrollar el paso a paso de un proceso de exportación.	• Interpreta el comportamiento del mercado cambiario teniendo en cuenta los términos de negociación nacionales e internacionales. • Establece los términos de negociación teniendo en cuenta las cláusulas establecidas entre comprador y vendedor, de acuerdo con los términos incoterms establecidos en la negociación nacional e internacional. • Analiza los diferentes costos de seguros, fletes, servicios aduaneros, portuarios y de nacionalización relacionados con el comercio nacional e	**Lista de verificación:** Presentación interactiva.

	internacional, teniendo en cuenta las negociaciones establecidas entre comprador y vendedor. • Analiza los acuerdos de negociación pactados entre compradores y vendedores nacionales e internacionales, determinados en el contrato de compraventa internacional. • Efectúa las exportaciones de las mercancías mediante la selección de los oferentes de servicios de apoyo logísticos para la exportación de la mercancía de acuerdo con sus modalidades y los procedimientos aduaneros. • Desarrolla las actividades relacionadas con la exportación de las mercancías de acuerdo con las características y los documentos que la amparan cumpliendo con los trámites documentales ante las instancias respectivas y las condiciones establecidas en la normatividad nacional.	

Evidencia de producto: **Evidencia 4:** Taller. Reconocer los diferentes medios de pago a nivel internacional.	• Utiliza la carta de crédito como mecanismo de negociación en moneda extranjera. • Aplica el procedimiento relacionado con las formas de pago en el sistema financiero.	**Lista de verificación:** Taller.
Evidencia de producto: **Evidencia 5:** Matriz. Comparar el servicio de las entidades bancarias que conforman el Sistema Monetario Internacional.	• Compara los beneficios financieros establecidos por las diferentes líneas de crédito de financiación que otorgan entidades dedicadas a financiar el mercado del comercio internacional y nacional. • Diferencia la importancia de los aspectos financieros y bancarios de las diferentes líneas de financiación para las negociaciones nacionales e internacionales. • Compara los diferentes niveles de servicios bancarios que prestan las entidades bancarias para el comercio nacional e internacional.	**Lista de verificación:** Matriz de comparación.
Evidencia de desempeño: **Evidencia 6:** Video. Realizar un proceso de importación.	• Evalúa las diferentes técnicas de verificación acerca de las negociaciones que se presentan en el comercio nacional e	**Lista de chequeo:** Video.

	internacional. • Verifica los presupuestos de las importaciones y exportaciones objeto del comercio nacional e internacional, comparando lo realizado con lo presupuestado. • Evalúa la documentación soporte de la recepción del embarque y la nacionalización requerida para realizar el respectivo levante de la mercancía teniendo en cuenta la ubicación donde la mercancía ha de ser retirada una vez nacionalizada.	
Evidencia de producto: ***Evidence 7:*** *Workshop "Business Plan Analysis".*	Realiza resúmenes de la información relevante y detallada de un texto técnico en inglés.	**Lista de verificación:** *Workshop*.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

ACCOMPLISHMENT: something successful or impressive that is achieved after a lot of effort and hard work.

Example: Cutting the budget was an impressive accomplishment.

ACHIEVE: o successfully complete something or get a good result, especially by working hard.

Example: She eventually achieved her goal of becoming a professor.

APPENDIX: a part at the end of a book containing additional information.

Example: You might draft a specimen statement and show it as an appendix.

Agencia de aduanas: "son las personas jurídicas cuyo objeto social principal es el ejercicio del agenciamiento aduanero, para lo cual deben obtener autorización por parte de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales" (DIAN, 2013).

Almacenamiento: "es el depósito de mercancías bajo el control y cuidado de la autoridad aduanera en lugares autorizados y habilitados por la Aduana" (DIAN, 2013).

APPROACHING: movement towards or near to something.

Example: Our approach frightened the birds.

ASSESSMENT: a process in which you make a judgment about a person or situation, or the judgment you make.

Example: What's Michael's assessment of the situation?

ATTRACT: to make someone interested in something, or make them want to take part in something.

Example: What attracted me most to the job was the chance to travel.

BALANCE SHEETS: a statement of the assets, liabilities, and capital of a business or other organization at a particular point in time, detailing the balance of income and expenditure over the preceding period.

Example: That kind of information should be registered in our balance sheet.

BENCHMARKS: something that is used as a standard by which other things can be judged or measured.

Example: The valuation becomes a benchmark against which to judge other prices.

BID: an offer to pay a particular price for something, especially at an auction.

Example: They put in a bid for the house.

BIDDER: someone who offers to do work or provide services for a particular amount of money, in competition with others.

Example: She is one of 13 bidders for the contract.

BREAKEVEN ANALYSIS: a break-even analysis is a calculation of the point at which revenues equal expenses. In securities trading, the break-even point is the point at which gains equal losses.

Example: Break-even analysis is useful in the determination of the level of production or in a targeted desired sales mix.

CASH FLOW STATEMENTS: a cash flow statement, also known as statement of cash flows, is a financial statement that shows how changes in balance sheet accounts and income affect cash and cash equivalents, and breaks the analysis down to operating, investing and financing activities.

Example: We need to start working on our cash flow statements.

CONVEYED: to communicate or express something, with or without using words.

Example: All this information can be conveyed in a simple diagram.

Cuentas de compensación: "cuentas bancarias en moneda extranjera abiertas en bancos del exterior donde se canalizan divisas provenientes de operaciones de obligatoria canalización a través del mercado cambiario o divisas del mercado libre que voluntariamente se canalizan a través del mismo" (DIAN, 2013).

DEBT: a sum of money that a person or organization owes.

Example: He had enough money to pay off his outstanding debts.

Declarante: "persona natural o jurídica en quien se dan los presupuestos o requisitos establecidos por la ley para cumplir con la obligación formal de declarar" (DIAN, 2013).

DEMAND: the need or desire that people have for particular goods and services.

Example: Production is increasing faster than demand.

Depósito: "es el recinto público o privado habilitado por la autoridad aduanera para el almacenamiento de mercancías bajo control aduanero. Para todos los efectos se considera como Zona Primaria Aduanera" (DIAN, 2013).

EITHER: conjunction used before the first of two (or occasionally more) given alternatives (the other being introduced by 'or').

Example: either I accompany you to your room or I wait here.

EXPENSES: the amount of money that you spend on something.

Example: He borrowed £150,000 and used the money for legal expenses.

EXPORT BUSINESS PLAN: The purpose of an export business plan is to prepare companies, specially middle and small to enter the international market place or to better organize their existing international business activity.

Example: An export plan is an extension of your business plan. It enables you to evaluate the potential benefits and risks for your business.

FINANCIERS: someone who controls or lends large sums of money.

Example: Five months ago, 32-year-old Richard Simpson was a corporate financier with merchant bank Morgan Grenfell.

FORECASTS: a description of what is likely to happen in the future, based on the information that you have now.

Example: the company's annual sales forecast.

FUNDING: money that is provided by an organization for a particular purpose.

Example: College directors have called for more government funding.

GROWTH: an increase in amount, number, or size.

Example: We've seen an enormous growth in the number of businesses using the Web.

HIGHLIGHTS: to make a problem or subject easy to notice so that people pay attention to it.

Example: Your résumé should highlight your skills and achievements.

HIRE: to employ someone for a short time to do a particular job.

Example: Employers hire skilled people on fixed-term contracts.

Impuesto: tributo establecido por la ley.

INCOME STATEMENTS: An income statement is a financial statement that reports a company's financial performance over a specific accounting period. Financial

performance is assessed by giving a summary of how the business incurs its revenues and expenses through both operating and non-operating activities.

Example: The accountant team is working on the Income Statements.

> **Infracción cambiaria:** es la violación de las normas vigentes en la fecha de ocurrencia de los hechos, a la que corresponde la imposición de una sanción de carácter económico; su naturaleza es eminentemente administrativa y nunca de carácter penal. La sanción cambiaria en ningún caso puede ser inferior a dos salarios mínimos mensuales. (DIAN, 2016)

LENGTHY: continuing for a long time, often too long. Opposite for brief.

Example: A lengthy period of training is required.

Levante: "es el acto por el cual la autoridad aduanera permite a los interesados la disposición de la mercancía, previo el cumplimiento de los requisitos legales o el otorgamiento de garantía, cuando a ello haya lugar" (DIAN, 2013).

MAKE A PROFIT: Businesses need to make a profit —money— or they'll have to fire employees, cut expenses, and maybe go out of business entirely.

Example: We've finally stater to make a profit.

MEET UP: to meet someone in order to do something together.

Example: We often meet up after work and go for a drink.

Mercado cambiario: "está constituido por la totalidad de las divisas que deban ser transferidas o negociadas por conducto de los intermediarios del mercado cambiario o a través del mecanismo de compensación" (DIAN, 2016).

OUTSIDERS: someone who does not belong to a particular company or organization or who is not involved in a particular activity.

Example: He is just another political outsider who is running for governor.

OVERESTIMATE: to think something is better, more important etc. than it really is.

Example: Most patients overestimated how long they had had to wait to see a doctor.

OVERVIEW: a short description of a subject or situation that gives the main ideas without explaining all the details.

Example: The document provides a general overview of the bank's policies.

PARAMOUNT: more important than anything else.

Example: During a war the interests of the state are paramount, and those of the individual come last.

PROFITABLE: producing a profit or a useful result.

Example: The advertising campaign proved very profitable.

PROPOSALS: a plan or suggestion which is made formally to an official person or group, or the act of making it.

Example: the government's proposals for regulation of the industry.

PROSPECTIVE: likely to happen.

Example: The government needs to check the prospective costs of providing pensions.

QUALIFICATIONS: a skill, personal quality, or type of experience that makes you suitable for a particular job or position.

Example: ...health and fitness qualifications for membership in the Territorial Army.

RAISE CAPITAL: Raising Capital refers to obtaining capital from investors or venture capital sources.

Example: Definitely, a company need to take actions in order to find new capital to finance its activities.

Reembolso de importaciones: "es la canalización a través del mercado cambiario o a través las cuentas de compensación de giros para pagar importaciones" (DIAN, 2016).

REQUEST: a polite or formal demand for something.

Example: They have made an urgent request for international aid.

REVENUES: money that a business or organization receives over a period of time, especially from selling goods or services.

Example: Strikes have cost £20 million in lost revenues.

SNAPSHOT: a photograph taken quickly and often not very skilfully.

Example: He took a snapshot of his girlfriend.

STAGE: a particular time or state that something reaches as it grows or develops.

Example: We're getting to the stage where we hardly ever go out together.

STAND-ALONE: able to operate independently of other system; to be strong and independent.

Example: The Macintosh, a desktop computer, is usually a stand-alone machine.

STEADY: continuing or developing gradually or without stopping, and not likely to change.

Example: The company is making steady progress.

SUBMIT: to give a plan, piece of writing etc. to someone in authority for them to consider or approve.

Example: All applications must be submitted by Monday.

TEAM: a group of people who have been chosen to work together to do a particular job.

Example: There is a team of experts working o the issue.

> **Territorio Aduanero Nacional (TAN):** demarcación dentro de la cual se aplica la legislación aduanera; cubre todo el territorio nacional, incluyendo el subsuelo, el mar territorial, la zona contigua, la plataforma continental, la zona económica exclusiva, el espacio aéreo, el segmento de la órbita geoestacionaria, el espectro electromagnético y el espacio donde actúa el Estado colombiano de conformidad con el derecho internacional o con las leyes colombianas a falta de normas internacionales.
>
> Una vez que la mercancía arribe al territorio aduanero nacional y se lleve a un depósito aduanero, se recomienda al importador que cuando tenga dudas con respecto a la descripción de la mercancía, los números de serie o de identificación o de cantidad, solicite un pre-aforo antes de que presente la declaración de importación y los demás documentos. (DIAN, 2013)

THOROUGHLY: completely.

Example: She sat feeling thoroughly miserable.

TIMELINE: a plan for when things will happen or how long you think something will take.

Example: a plan for when things will happen or how long you think something will take.

UNDERESTIMATE: to think or guess that something is smaller, cheaper, easier etc. than it really is.

Example: We underestimated how long it would take to get there.

VENDOR: someone who is selling something.

Example: Our company has leading software vendors.

WORTH: how good or useful something is or how important it is to people.

Example: The new computer system has already proved its worth.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

ANDI. (2013). *Régimen de zonas francas*. Recuperado de http://www.andi.com.co/

Banco Central Europeo. (2017). *El Banco Central Europeo.* Recuperado de https://www.ecb.europa.eu/home/html/index.en.html

Banco de la República. (2013). *¿Qué es el Fondo Monetario Internacional (FMI)?* Recuperado de http://www.banrep.gov.co/

Banco de la República. (2013). *Qué hacemos.* Recuperado de http://www.banrep.gov.co/

Banco de la República. (2013). *Tasa de cambio del peso colombiano (TRM).*

Banco de la República. (2016). *Declaración de Cambio por Exportaciones de Bienes Formulario N°2.*

Banco de la República. (2016). *Parte I: Régimen de importación de bienes: llegada y desaduanamiento de mercancías; modalidades de importación.*

Banco de la República. (2016). *Régimen cambiario de las operaciones de comercio exterior de bienes.*

Banco de Pagos Internacionales. (2017). *El BPI, Fomento de la estabilidad monetaria y financiera mundial.* Recuperado de https://www.bis.org/

Banco Interamericano de Desarrollo. (2017). *Soluciones financieras.* Recuperado de http://www.iadb.org/en/inter-american-development-bank,2837.html

Banco Mundial. (2017). *Quiénes somos*. Recuperado de http://www.bancomundial.org/

Banco Santander. (s.f.). *Medios de pago*. Recuperado de https://es.portal.santandertrade.com

Bancóldex. (2013). *¿Qué es Bancóldex?* Recuperado de https://www.bancoldex.com

Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f.). *Medios de pago internacionales – aspectos prácticos.* Recuperado de http://bibliotecadigital.ccb.org.co/

Cámara de Comercio de Manizales. (s.f.). *Preguntas frecuentes, Exportaciones*. Recuperado de http://www.ccmpc.org.co

Cámara de Comercio de Manizales. (s.f.). *Preguntas frecuentes, Importaciones*. Recuperado de http://www.ccmpc.org.co

DANE. (s.f.). *Índice de precios al consumidor*. Recuperado de http://www.dane.gov.co

Decreto 1735. (1993, 2 de septiembre). *Diario Oficial, 41017,* 1993, 02 de septiembre.

Decreto 2788. (2004, 31 de agosto). *Diario Oficial, 45659,* 2004, 02 de septiembre.

Decreto 390. (2016, 7 de marzo). *Diario Oficial, 49808,* 2016, 22 de marzo.

DIAN. (2005). *Consulta por estructura arancelaria*. Recuperado de http://www.dian.gov.co

DIAN. (2006). *Generalidades control cambiario*. Recuperado de http://www.dian.gov.co

DIAN. (2008). *Cómo consultar el arancel de aduanas*. Recuperado de http://www.dian.gov.co

DIAN. (2013). *Glosario de términos en materia aduanera.* Recuperado de http://www.dian.gov.co

DIAN. (2015). *Aduanas*. Recuperado de http://www.dian.gov.co

DIAN. (2015). *Proceso de carga de importación*. Recuperado de http://www.dian.gov.co

DIAN. (2016). *Glosario de términos en materia cambiaria*. Recuperado de http://www.dian.gov.co

DIAN. (2016). *Normas de origen, obligaciones de importadores y exportadores*. Recuperado de http://www.dian.gov.co

DIAN. (2016). *Nueva regulación aduanera*. Recuperado de http://www.dian.gov.co

DIAN. (2017). *Nuevo Estatuto Aduanero*. Recuperado de http://www.dian.gov.co

DIAN. (s.f.). *Manual régimen de licencia previa*. Recuperado de http://www.dian.gov.co

Fondo Monetario Internacional. (2016). *El FMI: datos básicos.* Recuperado de https://www.imf.org/en/home

Fuchs, M. y Bonner, M. (2001). *Grammar Express: Intermediate with Answer Key (For Self-Study and Classroom Use)*. Richmond: Pearson Longman.

Gererencie.com. (2017). *Inflación.* Recuperado de https://www.gerencie.com

González, R. (2011). *Manual de negociación y compraventa internacional*. Madrid: Editorial CEP.

Instituto Nacional de Contadores Públicos. (s.f.). *Principales indicadores financieros y de gestión.* Recuperado de http://incp.org.co/

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2016). *¿Cómo importar a Colombia?* Recuperado de http://www.mincit.gov.co

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2004). *Guía para exportar en Colombia.* Recuperado de http://www.mincit.gov.co

Pontificia Universidad Javeriana. (s.f.). *Análisis financiero y control*. Recuperado de http://www.javeriana.edu.co

Procolombia. (2016). *Prendas de vestir: lo que debe saber de las reglas de origen.* Recuperado de http://www.procolombia.co

Procolombia. (s.f.). *¿Cuál es el proceso para realizar el registro como exportador colombiano?* Recuperado de http://www.procolombia.co

Secretaría de Economía de Estados Unidos mexicanos. (s.f.). *Sexta Enmienda.* Recuperado de http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (s.f.). *Organización Mundial de Adana (OMA).* Recuperado de https://www.aduana.gob.ec/

UNECE. (2012). *Convenio del Sistema Armonizado (SA).* Recuperado de https://tfig.unece.org/SP/index.html

Vélez, I. y Dávila, R. (s.f.). *Análisis y planeación financieros*. Recuperado de http://www.javeriana.edu.co

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Daniela Valencia Pimienta	Experta técnica	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información. Regional Distrito Capital	Septiembre de 2017
	Ingrid Criollo García	Experta técnica	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información. Regional Distrito Capital	
	Karen Yolima Torres Tafur	Experta técnica	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información. Regional Distrito Capital	

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autores	Luz Adriana Osorio Ibarra	Asesora Pedagógica	Línea de Producción Quindío	Diciembre 2017	Revisión y ajustes pedagógicos
	Ana María Mora Jaramillo	Guionista	Línea de Producción Quindío	Diciembre 2017	Revisión y ajustes de estilo y referencias