GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 1

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

Programa de Formación: Negociación Internacional	Código: 260101011 Versión: 2			
Nombre del Proyecto: DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADOS INTERNACIONALES PARA LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA	Código: 260101011			
Fase del proyecto: ANALISIS Y FUNDAMENTACION				
	Actividad (es) de Aprendizaje:	Ambiente de formación	MATERIALES DE FORMACIÓN	
			DEVOLUTIVO (Herramienta – equipo) SOPORTE ADMINISTRATIVO	CONSUMIBLE (unidades empleadas durante el programa)
Actividad (es) del Proyecto:	Seleccionar las ideas de productos o servicios teniendo en cuenta la disponibilidad económica y tecnológica que responden a las necesidades del mercado en relación con uso y beneficio del producto, a partir de la capacidad productiva y objetivos trazados por la empresa. Aplicar las técnicas, métodos y procedimientos de evaluación de ideas en el proceso de	ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente		

	selección, de acuerdo con Las necesidades del mercado en Relación con el uso y beneficio del producto, aplicando técnicas y procedimientos existentes que estén de acuerdo con las políticas, necesidades y objetivos de la empresa.			
Resultados de aprendizaje: Aplicar las técnicas, métodos y procedimientos de evaluación de ideas en el proceso de selección, de acuerdo con las necesidades del mercado en relación con el uso y beneficio del producto, aplicando técnicas y procedimientos existentes que estén de acuerdo con las políticas, necesidades y objetivos de la empresa	**Competencia:** Determinar oportunidades de mercado de acuerdo con las tendencias del entorno y los objetivos de la empresa.			
Estudiar el nivel de desarrollo, la tendencia de crecimiento y los posibles tratados internacionales con otros mercados, regiones o países, previamente seleccionados analizando las características económicas, de estabilidad política, comportamiento legal y cultural, antes de determinar la posibilidad de ingreso y definir el ambiente de un mercado	**Competencia:** Determinar oportunidades de mercado de acuerdo con las tendencias del entorno y los objetivos de la empresa			

que se ajuste a las políticas y objetivos de la organización				
Resultados de aprendizaje: Evaluar las ideas de los productos y servicios frente a las necesidades y requerimientos establecidos en el estudio de mercado, teniendo en cuenta las necesidades, requerimientos, ajustando las ideas a los mercados a partir del análisis de las variables del entorno y las barreras de entrada tarifarias y no tarifarias, que se ajusten a las necesidades y políticas de la organización.	**Competencia:** Determinar oportunidades de mercado de acuerdo con las tendencias del entorno y los objetivos de la empresa			
Duración de la guía (en horas): 30 horas				

2. INTRODUCCIÓN

En la actualidad los Negocios Internacionales, se han vuelto muy importantes para el crecimiento de un país y para la apertura internacional de las empresas, esto ha hecho que las empresas en el mundo logren un crecimiento, una penetración en los mercados internacionales y un intercambio comercial de sus productos, entre otras. La economía de los países, ha salido a ver a sus alrededores, para encontrar nichos de oportunidad, y después del TLC (Tratado de Libre Comercio) que hizo que se abrieran las fronteras, y bajaran las tarifas arancelarias, le dio una oportunidad muy grande al mundo de los negocios.

Es un proceso de interacción e integración entre la gente, las empresas y los gobiernos de diferentes naciones. Es un proceso en función del comercio y la inversión en el ámbito internacional, el cual cuenta con el respaldo de las tecnologías de información.

3. ESTRUCTURACION DIDACTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

Iniciando el proceso de formación, Es necesario conocer los siguientes conceptos:
Conformar grupos de 2 máx. 3 personas para iniciar la creación de un producto tipo exportación para su elaboración y producción se tendrá en cuenta estos conceptos iniciales para su ejecución

- Qué es un negocio internacional?
- Nombre de la Empresa

- Introducción
- Objetivo General
- Objetivos especifico
- Logo y Eslogan
- Matriz Dofa



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

- Investigue en cámara de comercio que requisitos son necesarios para crear una empresa o negocio, explique el paso a paso – trabajo escrito, si es posible ponga evidencias.
- Investigue que son y para qué sirven cada uno de los siguientes documentos contables:
  - Naturaleza de los objetos
  - Características de los objetos
  - Pagaré.
  - Factura Cambiaria.
  - Programación de recibos y despachos
  - Bonos.
  - Cotización
  - Pedido
  - Remisión

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

En clase; investigue.

- Retos de los negocios globales:
- Entorno Económico, Social, Tecnológico y empresarial

- Mercado potencial y cambios en los consumidores.
- Auditoria del mercado.
- Nichos de mercado.
- Generación de ideas.
- Proceso creativo.

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

- Realizar exposiciones con referente a
- Naturaleza de los objetos
- Características de los objetos.
- Programación de recibos y despachos
- Tipos de documento de recibo y de entrega
- Zonificación ABC
- Recepción y control
- Stock reserva
- Picking packing
- Salida y verificación
- Oficinas y servicios
- Otras Zonas
- Orden de compra o pedido
- Requisiciones o solicitudes de objetos
- Clasificación de los proveedores y cliente
- Acuerdos Comerciales entre clientes y proveedores
- Estándares de calidad de los objetos
- Política de servicio al cliente

3.5 Actividades de evaluación.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: - Analizar a través de la matriz DOFA, las oportunidades y amenazas del mercado objetivo en términos del entorno	- Selecciona las ideas de producto que respondan a las necesidades del mercado en relación con el uso y beneficio del producto, apartir de la capacidad productiva y	- Foros, exposiciones, trabajo en Excel, examen escrito, taller de investigación, trabajo de campo, mesa redonda.

comercial, cultural, legal, político para generar ideas de negocios. - identificar el surgimiento de la forma como las personas evolucionan frente al medio y al entorno en los procesos de generación de las ideas de productos y servicios. - generar ideas de productos y servicios teniendo en cuenta la información proveniente del sistema de información de mercados de la empresa. Evidencias de Desempeño: - Identificar los soportes para su registro correspondiente. - Clasificar la información teniendo en cuenta su naturaleza. - Ordenar y distribuir los mercados - Clasificar grupos de documentos, no contables. - Codificar los documentos para el registro contable. Identificar los impuestos a aplicar en las transacciones. Evidencias de Producto: identificar los productos a través de impresión directo, rótulos adhesivos, stickers o Caligrafía manual en el proceso de rotulado y marcado, en lugar asignado, apoyados con -Tecnologías y las normas iso. - Seleccionar los empaques y embalajes de acuerdo con la	objetivos trazados por la empresa. - Genera ideas de productos y/o servicios teniendo en cuenta los sistemas de información provenientes de los mercados y que respondan a los objetivos propuestos por la empresa. - Aplica las técnicas, métodos y procedimientos de evaluación de ideas en el proceso de selección, de acuerdo con las necesidades del mercado en relación con el uso y beneficio del producto o servicio, que respondan a los objetivos de la empresa. - Evalúa las ideas de los productos y servicios frente a las necesidades y requerimientos establecidos en el estudio de mercado, teniendo en cuenta las necesidades, requerimientos, políticas y objetivos determinados por la empresa. - Ajusta las ideas a los mercados a partir del análisis de las variables del entorno y las barreras de entrada tarifarias y no tarifarias, que se ajusten a las necesidades y políticas de la organización. - analiza las características económicas, de estabilidad política, comportamiento legal y cultural, antes de determinar la posibilidad de ingreso y definir el ambiente de un mercado que	

naturaleza de la carga y los Procesos logísticos. - Agrupar la carga en una unidad de acuerdo con las técnicas, métodos establecidos y Normas internacionales	se ajuste a las políticas y objetivos de la organización.	

4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/Herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (Instructores)		AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	**ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva)** y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente
DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADOS INTERNACIONALES PARA LAS MIPYMES DEL DEPARTAMENTO DEL CAUCA	100 hrs	Computadores	30 1 33	- Carpetas - ganchos de legajar - Marcadores -AZ -Resma de papel - recibos de caja -libro de 3 columnas - recibos de caja - Libro fiscal	30 1 caja 5 1 1 1 1	Ingeniero Industrial	1	• Sala de sistemas • Biblioteca de la institución • Salón de audiovisuales.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Negocios Internacionales: **Negocio** procede del latín *negotĭum*, un vocablo compuesto por *nec* y *otium* que puede traducirse como *"lo que no es ocio"*. El término, por lo tanto, permite hacer referencia al **trabajo u ocupación que se lleva a cabo con fines lucrativos**.

https://definicion.de/negocios-internacionales/

Los **Negocios Internacionales** son las transacciones (exportaciones, importaciones, inversiones, financiaciones) privadas y gubernamentales que involucran a dos o más países; es decir, la relación existente entre una organización y su mundo exterior.

Mercadeo: Un término este que es empleado con gran frecuencia en la sociedad actual para referirse a todo aquel sitio público en el que, en los días establecidos, se procede a comprar o vender diversos productos.

Lee todo en: Definición de mercado - Qué es, Significado y Concepto

http://definicion.de/mercado/#ixzz42f4mhPc1

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- https://definicion.de/negocios-internacionales/
- http://definicion.de/produccion/#ixzz42f4YaYz3

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Instructor: WILFRED DARÍO HERNÁNDEZ SANDOVAL

Reporte de Aprendices

Ficha de 2254882 - NEGOCIACION INTERNACIONAL
Estado: EN EJECUCION
Fecha del Reporte: 09/03/2021

Tipo de Documen	Número de Documento	Nombre	Apellidos	Celular	Correo Electrónico	FECHAS	23 DE MARZO	24 DE MARZO	25 DE MARZO	26 DE MARZO	29 DE MARZO	30 DE MARZO	31 DE MARZO
CC	1002159958	ISAAC DAVID	ILLERA CASTAÑO	3022178684	illeraisaacd@gmail.com								
CC	1002806808	NIKOL ALEXANDRA	HERNANDEZ CERON	3043788852	ale.g7112@gmail.com								
CC	1002840442	SEBASTIAN	ORTIZ SAMBONI	3185959923	sebastianortizsamboni18931@gmail.com								
CC	1002965865	DIDIER FERNANDO	LOPEZ CARLOSAMA		didierlfernando@gmail.com								
CC	1004710666	JOHN FERNANDO	ARCOS PEREZ	3003188675	John.tplink@gmail.com								
CC	1004773849	YURY MARCELA	MUÑOZ GAVIRIA	3155176957	yuela2019pp@gmail.com								
CC	1060206195	ARBEY YAMITH	QUINAYAS AGREDA		yamith651@gmail.com								
CC	1061708997	LESLY VIVIANA	MUÑOZ DIAZ	3004455444	lesly.vivi.ami@hotmail.com								
CC	1061720819	YULI ANDREA	TRUJILLO DELGADO		andreitatrude24@gmail.com								
CC	1061741470	FRANKI ARLEY	BOTINA CIFUENTES		frankiarleyb@gmail.com								
CC	1061805359	JESSICA FERNANDA	ESCOBAR ALVEAR	3104187901	jescobaralvear@gmail.com								
CC	1065835022	MARY CRUZ	NIGRINIS ROMERO	3003479873	maricruzn29@gmail.com								
CC	1067848344	HEILMAN MAURICIO	VIEIRA GOMEZ	3005237520	hevigoz@gmail.com		X	X	X	X	X	X	X
CC	1192813683	LOANA	LIBERATO DELGADO	3167917434	loana1462000@gmail.com								
CC	1193047837	ANGIE CAMILA	HERMANN MOSQUERA	3217796629	camilitamosquerita2001@gmail.com								
CC	1193564500	DANIELA	SANCHEZ FLORIAN	3165213351	dannibts2001@gmail.com		X	X	X	X	X	X	X
CC	45554210	CAROLINA ROSA	GARCIA DORIA	6472776	carito31173@gmail.com								
CC	52281055	JUDY ALEXANDRA	LOPEZ CAMACHO		judyalopezca@gmail.com								
TI	1001176455	EDISSON NICOLAS	HERRERA GRIMALDOS	3162939327	nikartko09@gmail.com								
TI	1002778321	JOHAN	TOBAR CABANILLAS		tobarbrs@gmail.com								
TI	1002836529	MAGDY ROCIO	MENESES GUERRERO	3135241550	magdyrocio0917@gmail.com								
TI	1002967661	KAREN VANESA	MARTINEZ CERTUCHE	3122138040	karenmartinez2514@gmail.com								
TI	1002969173	OSCAR IVAN	GUEVARA MANZANO		oscarivanguevaramanzano@gmail.com								
TI	1002969629	CARLOS ANDRES	LOPEZ BECOCHE	3504194474	carlosandreslopezbecoche99@gmail.com								
TI	1007434650	IVAN ERNESTO	SALAZAR ANAYA	3135564582	ivansalazar00@outlook.es								
TI	1059234008	EINER ARBEY	ANACONA BEDOYA	3128730462	einer16d@gmail.com		X	X	X	X	X	X	X
TI	1059234218	DIANA CAROLINA	VIVAS GALLEGO	3127800966	carovivas775@gmail.com								
TI	1059234994	KEVIN	GOMEZ MUÑOZ	3122979241	kevinago19@hotmail.com								
TI	1122723164	LISETH JIMENA	ROBLES SABI	3133263111	Lizethrobles980@gmail.com								