NEGOCIOS INTERNACIONALES
FICHA 2254882

WILFRED DARIO HERNANDEZ SANDOVAL
angel79522@gmail.com
3116412392

ANALISIS DOFA

ANALISIS DOFA

- Todas las veces que necesitaste tomar decisiones importantes, ciertamente fueron situaciones en las que tuviste que establecer metas y pensar en todos los detalles que te llevarían a elegir el mejor camino tanto en la vida personal, como en la vida profesional.



ANALISIS DOFA

¿QUÉ ES EL ANÁLISIS DOFA Y CÓMO UTILIZARLO:

El análisis DOFA, consiste en una matriz en la que identificamos:

- F: Fortalezas
- O: Oportunidades
- D: Debilidades
- A: Amenazas

ANALISIS DOFA

CÓMO CREAR TU MATRIZ DOFA?

- • Fortalezas: Son los puntos fuertes internos.
- • Oportunidades: Características o elementos externos que se pueden aprovechar.
- • Debilidades: Aspectos internos que nos juegan en contra.
- • Amenazas: Son los riesgos externos por afronta

ANALISIS DOFA



ANALISIS DOFA

- ANALISIS INTERNO: • FORTALEZAS • DEBILIDADES
- ANALISIS EXTERNO: • AMENAZAS • OPORTUNIDADES

ANALISIS INTERNO:

- LAS FORTALEZAS son los aspectos positivos internos del negocio y que por lo tanto están bajo control. Por lo general cuando pensamos en fortalezas se nos viene a la cabeza aquello en lo que somos buenos, pero podemos ir más allá preguntándole a los clientes y al mercado

ANALISIS DOFA

- Las fortalezas también pueden aflorar a nivel de procesos. Quizá tenemos un estupendo equipo de ventas o u optimo servicio postventa. Un ejemplo puede ser certificaciones por un logro reconocimiento de la organización y las sedes en diferentes lugares.

ANALISIS DOFA

LAS DEBILIDADES

- Son Aspectos que aun están bajo control o pueden ser controlados, significan desventajas frente a la competencia y hacia la consecución de los objetivos.
- Un ejemplo La falta de experiencia, mala ubicación, desperdicios del proceso y mala calidad del producto

ANALISIS DOFA

ANALISIS EXTERNO:

- LAS AMENAZAS son los factores que suponen riesgos para la empresa. Son externas, por lo que difícilmente podemos controlarlas; pero podemos elaborar planes de contingencia para enfrentarlas.

.

ANALISIS DOFA

Las hay de todo tipo según la característica de la compañía. Por ejemplo el aumento del dólar para una comercializadora que trae productos de EE.UU, las políticas ambientales para una petrolera, el aumento desmesurado en los precios de nuestros proveedores o el desarrollo de tecnología de nuestra competencia

ANALISIS DOFA

- LAS OPORTUNIDADES: Al igual que las amenazas, no tenemos control directo sobre las oportunidades, pero sí que podemos desarrollar planes para aprovecharlas. Estamos hablando de posibles ventajas para que la empresa lo haga mejor, lo que puede significar la diferencia entre esta y la competencia.

Por ejemplo Un cambio en la percepción de los consumidores, la apertura de un tratado comercial en el país y concursos púbicos empresariales son ejemplos de oportunidades.


GRACIAS POR SU AMABLE ATENCION



NEGOCIACION INTERNACIONAL



SENA
SERVICIO NACIONAL
DE APRENDIZAJE

NEGOCIACION INTERNACIONAL

INSTRUCTOR: WILFRED DARIO HERNANDEZ SANDOVAL

COMPETENCIA:

DETERMINAR OPORTUNIDADES DE MERCADO DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS DEL ENTORNO Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA

FICHA 2254882

SENA
SERVICIO NACIONAL
DE APRENDIZAJE

INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

- **DEFINICION:** Los **Negocios** que emprende una empresa local con otra, ubicada en otro país y que se origina mediante una transacción, un acuerdo o un convenio, es lo que constituyen los **negocios internacionales** Innumerables. Empresas **internacionales** operan sus **negocios** con éxito, compitiendo a nivel global y sin fronteras.

INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

- CITACION DE EJEMPLO:
- 1.
- 2.
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

- El programa de **Negocios Internacionales** tiene **como objetivo** formar profesionales capaces de integrar las organizaciones económicas, tanto públicas **como** privadas, en las dinámicas de los mercados globales a través del mejoramiento de la competitividad mediante la aplicación de conocimientos adquiridos y el uso de TIC .

INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

- https://www.youtube.com/watch?v=2MBdmmYMEfs

- Cual es su Meta
- Cual es la idea principal
- Factores negativos y positivos del video

INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

- **NOMBRE DE LA EMPRESA:** ESTE SE DEBE REFLEJAR DE MANERA SENCILLA, A LO QUE SE DEDIQUE EL NEGOCIO Y EL GIRO EN EL QUE SE DESENVUELVE. LO MEJOR ES QUE SEA CORTO, FACIL DE PRONUNCIAR Y RECORDAR. HAZ UNA BUSQUEDA EN INTERNET PARA SABER LOS NOMBRE UTILIZADOS POR TU COMPETENCIA Y DARTE UAN IDEA DE CUAL ELEGIR.

INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

EJEMPLOS:

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.

INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

QUE ES OBJETIVO:

- Se denomina el fin al **que** se desea llegar o la meta **que** se pretende lograr.
- Son los resultados deseados que se esperan alcanzar con la ejecución de las actividades que integran un proyecto, empresa o entidad. Medibles o cuantificables.

INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

OBJETIVO GENERAL:

- ES LA ASPIRACION O EL PROPOSITO QUE SE QUIERE ALCANZAR CON LA INVESTIGACION, EN EL SE EXPONE DE MANERA CLARA Y PRECISA LOS RESULTADO QUE DESEAN SER OBTENIDO.

INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

OBJETIVOS ESPECIFICO:

- SIRVEN PARA DELIMITAR LA ESTRATEGIA DE PLANIFICACION GENERAL, HACIA LAS METAS FIJADAS A NIVEL GENERAL.
- SON LAS ASPIRACIONES O PROPÓSITOS QUE SE PRETENDEN LOGRAR, EXPONEN DE MANERA CLARA Y PRECISA LOS ALCANCES Y RESULTADOS QUE SE DESEAN OBTENER EN LAS DIFERENTES ETAPAS O FASES, DEL TRABAJO, BIEN SEA QUE SE REALICE UNA INVESTIGACIÓN, UN PROYECTO, EN LA PRODUCCIÓN

INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

MISION:

- ES EL PROPOSITO POR EL QUE SURGE UNA EMPRESA Y ES LO QUE LE DA IDENTIDAD.
- DESCRIBE EL MOTIVO O LA RAZÓN DE SER DE UNA ORGANIZACIÓN, EMPRESA O INSTITUCIÓN. SE ENFOCA EN LOS OBJETIVOS A CUMPLIR EN EL PRESENTE. DEBE ESTAR DEFINIDA DE MANERA PRECISA Y CONCRETA PARA GUIAR AL GRUPO DE TRABAJO EN EL DÍA A DÍA

INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

SE COMPONE DE 3 ELEMENTOS:

1. DESCRIPCION DE LO QUE HACE EL NEGOCIO
2. A QUIEN VA DIRIGIDO EL PRODUCTO Y/O SERVICIO QUE OFRECE
3. QUE LO HACE DIFERENTE FRENTE A SUS COMPETIDORES

INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

- **VISION:** ES UNA IMAGEN DE LA COMPAÑÍA A FUTURO Y SU FUNCION ES INSPIRAR A LOS COLABORADORES INVERSIONISTAS Y PUBLICO META PARA LLEGAR HASTA LLEGAR DONDE SE PROPONE. ESTA SE CARACTERIZA POR SER:
- REALISTA CON OBJETIVOS VIABLES Y ALCANZABLES
- MOTIVADORA
- CLARA, SENCILLA Y FACIL DE COMUNICAR

INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

- LOGO: SE DEFINE COMO UN SIMBOLO FORMADO POR IMÁGENES O LETRAS QUE SIRVEN PARA IDENTIFICAR UNA EMPRESA, MARCA, INSTITUCION O SOCIEDAD O LAS COSAS QUE TIENE RELACION CON ELLA. LO MAS IMPORTANTE DE UN LOGOTIPO ES QUE SEA: LEGIBLE INDEPENDIENTEMENTE EL TAMAÑO AL QUE .LO USEMOS



INTRODUCCION A LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

- ESLOGAN: En pocas palabras, un **eslogan** es una frase (o dos) que destaca lo que hace una empresa, hace hincapié en un valor o característica, o aclara la misión de su marca. Estos pueden ser una parte importante de la identidad de su marca.

- EJEMPLO:



TALLER NRO 1 NEGOCIACION INTERNACIONAL

- CONFORMACION DE GRUPOS MAX 3 PERSONAS
- ESCOGER UN PRODUCTO TIPO EXPORTACION (UNA IDEA DE NEGOCIO)
- NOMBRE DE LA EMPRESA
- OBJETIVOS GENERAL Y ESPECIFICOS
- MISION
- VISION
- LOGO
- ESLOGAN

GRACIAS POR SU AMABLE ATENCION

NEGOCIOS INTERNACIONALES

WILFRED DARIO HERNANDEZ SANDOVAL

TEMAS PARA EXPOSICIONES

- MERCADO POTENCIAL Y CAMBIAS EN LOS CONSUMIDORES
- AUDITORIA DEL MERCADO
- NICHOS DE MERCADOS
- PROCESOS CREATIVO
- TECNICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA GENERACION DE IDEAS
- EXTRATEGIAS DEL PRODUCTO
- ZONIFICACIÓN ABC
- PICKING Y PACKING
- TÉCNICAS DE VERIFICACIÓN Y CONTROL.
- TIPOS DE ESTANTERÍAS
- MÉTODOS DE PREPARACIÓN DE PEDIDOS

TEMAS PARA EXPOSICIONES

- TIPOS DE ESTANTERÍAS
- MÉTODOS DE PREPARACIÓN DE PEDIDOS

TALLER DE INVESTIGACION Y ANALISIS

NEGOCIOS INTERNACIONALES

FICHA: 2254882

1. Por qué los ricos son más ricos en los países pobres?
2. Principales barreras a la internacionalización de la empresa.
3. Cuáles son los principales problemas del comercio exterior.
4. Cual es la notable diferenciación en el desarrollo económico de los países (Americanos vs Europeos).
5. Cuáles son los problemas de comercio y desarrollo nacional e internacional
6. Que documentos se necesita para exportar e importar un producto?
7. Cuáles serían las consecuencias de no tener comercio con otras naciones?
8. Que es comercion exterior?
9. Qué es el dumping?
10. Cuáles son las consecuencias del Tratado de Libre Comercio?
11. Importancia de los mercados internacionales?
12. Cuál es la Globalización y las fuerzas sistemáticas del mundo actual?
13. Existe la posibilidad de realizar un seguimiento del mercado de contratos gubernamentales por área o actividad empresarial.
14. Cuál es la diferencia entre una patente y el registro de la marca?
15. Existe un capital mínimo de inversión para la constitución de una empresa? ¿Cómo puede realizarse esta inversión?

INSTRUCTOR
WILFRED DARIO HERNANDEZ SANDOVAL
Negocios Internacionales

Nota: realizarlo en formato Word y enviarlo al correo electrónico
negociosinternacionales270@gmail.com