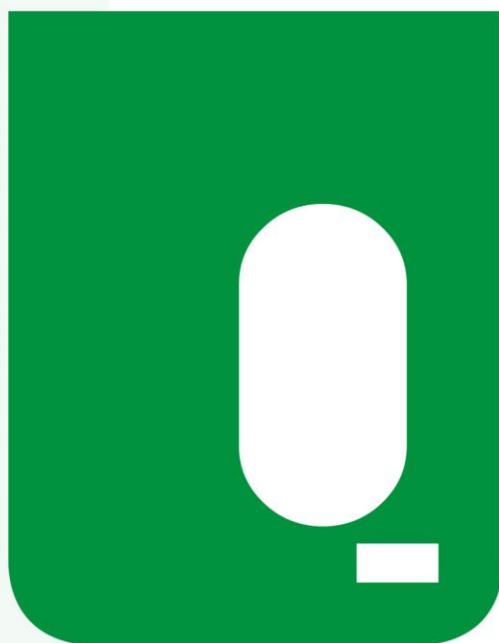


**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
GESTION INTERNACIONAL
MODALIDAD DISTANCIA**



**UNIVERSIDAD
DEL QUINDÍO**

2020 - I

I. FICHA TÉCNICA

Número de créditos académicos:	Tres
Facultad que lo ofrece:	Ciencias Económicas, Administrativas Y Contables.
Campo de formación:	Gestión Internacional
Código:	43287 Ecotic
Naturaleza del curso:	Teórico
Habilitable	Si
Homologable	Si
Validable	Si
Semestre:	Décimo Semestre
Prerrequisitos:	Marketing Internacional
Periodo Académico:	2020 – I

II. PRESENTACIÓN DEL CURSO

Los clásicos que fueron grandes teóricos del Comercio Internacional hicieron más científica la manera empírica como los mercantilistas comenzaron el intercambio comercial con otros Estados. De ellos nació el concepto de la división del trabajo y la especialización, con los cual sólo hasta reciente época con los aportes de Michel Porter se evolucionó hacia la teoría de la Competitividad.

Nuevas organizaciones mundiales, tales como el Foro Económico Mundial (FEM), realizan anualmente el ranking de competitividad, con lo cual abren las alertas para que los países corrijan su ruta internacional y se inserten aplicando los cambios que su

economía demande. Igual concepto se aplica hoy en día a las empresas. Quienes sean competitivas y vayan de la mano con la acción del Estado, serán quienes estarán en condición de prevalecer en un mercado cada vez más abierto, global, pero, ante todo, competitivo.

En estos campos, el Comercio Exterior de Colombia tiene una base jurídica en el Decreto Ley 444 de 1967 y sus reformas, Ley 7ª. Y Ley 9ª. De 1991, donde se da la apertura a la actividad de comercio exterior de bienes y servicios. Más adelante en el Plan Estratégico Exportador 2007 – 2019 y en las nuevas políticas para atraer la inversión extranjera, adquiriendo una posición de avanzada en el contexto latinoamericano y porque no mundial, además considerando los aspectos relacionados en AGENDA INTERNA PARA LA COMPETITIVIDAD. En este sentido, el Régimen de Importación y Exportación está ligado al régimen de cambios (mercado cambiario), a los pagos internacionales y la responsabilidad que tienen los empresarios con el manejo de las divisas, esto para mencionar tan sólo una parte de todo lo utilizado para su posible inserción en mercados internacionales. La PRESENCIALIDAD INTERNACIONAL es ya un deber, no una necesidad.

III. PROPÓSITO DE FORMACIÓN DE LA ASIGNATURA

El propósito de formación del espacio académico, es darle a conocer al estudiante la importancia que tiene la Gestión de los Negocios Internacionales, para la economía colombiana, donde el estudiante habiendo adquirido conocimientos previos, aplicará instrumentos y normas vigentes del comercio internacional y exterior, y en su conjunto, lo desarrollará en las futuras negociaciones internacionales.

Los negocios internacionales plantean la forma de ejecutar procesos (arancelarios y/o aduaneros de importación y exportación, y otros) que surjan en el ámbito de una operación internacional de bienes y/o servicios en el marco del entorno socio – económico - político de los países involucrados.

IV. OBJETIVO GENERAL

Conocer los procesos y herramientas del Comercio Exterior Colombiano, que le permita al Administrador de Negocios, implementarlos en su gestión empresarial, al incursionar en futuras actividades empresariales Nacionales e internacionales.

V. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Interpretar los procesos de la globalización mundial y el caso colombiano, haciendo énfasis en las instituciones y el apalancamiento financiero mundial y nacional.
- Recoger y aplicar toda norma e instrumento del comercio internacional y del comercio exterior, apropiados para los negocios internacionales, con base en la inversión, el manejo de divisas y la capitalización de la integración económica mundial.
- Desarrollar procesos de compra y/o venta de bienes y/o servicios bajo ambientes de diferentes entornos: intrínsecos o extrínsecos., considerando un ambiente de crecimiento empresarial a nivel internacional y la formulación de las estrategias que lo hacen competitivo en el mercado.
- Conocer los parámetros necesarios para identificar, contratar y administrar los diferentes actores a involucrar en un movimiento de tangibles y/o intangibles en el contexto internacional.

VI. ARTICULACIÓN DE LA ASIGNATURA

El espacio académico de GESTION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES se orienta en noveno semestre, es la última del proceso de formación en el énfasis de negocios internacionales, enfoca al estudiante al conocimiento integral del entorno de las

operaciones internacionales: comercio internacional, comercio exterior y negocios internacionales, en cuanto a: las normas vigentes, sus procesos, las características de la operación arancelaria, aduanera y las liquidaciones de impuestos y costos de una importación y exportación y de la logística y la DFI, así como los costos de la utilización de créditos y operaciones internacionales en monedas extranjeras para importar y exportar; pero además la inserta dentro del mundo global de los negocios internacionales.

Se articula con marketing Internacional de noveno semestre como prerrequisito y se convierte en la final del proceso de formación profesional.

VII. JUSTIFICACIÓN

Desde la formación profesional, en las regiones actualmente hay un gran problema en el talento humano, para conjugar eficaz y eficientemente los recursos disponibles para ejecutar negocios internacionales.

El problema radica en que no estamos preparados competitivamente para afrontar la Globalización, es así que actualmente encontramos en nuestras regiones empresas que hacen exportación e importación con un bajo volumen operacional, pero que con muy contadas excepciones recurren a alianzas estratégicas para generar lo necesario frente a su presencia internacional, lo cual hace que a diferentes sectores económicos les represente un mayor costo no sólo frente a su esquema de producción sino tener personal capacitado para recibir y asegurar sus negociaciones a partir de las interdependencias lógicas que se dan entre países.

VIII. COMPETENCIAS PROPIAS DEL ESPACIO ACADÉMICO, NÚCLEO O CÁTEDRA.

- Conoce los conceptos aplicables a la gestión internacional como la globalización, los Incoterms, comercio exterior colombiano con su normatividad, para concebir nuevas ideas de negocios, según las necesidades y políticas comerciales del mundo y del entorno nacional o regional, liderando equipos con características internacionales que den cumplimiento al objetivo general de la asignatura y de la empresa.
- Reconoce las estrategias de internacionalización como un diferenciador competitivo para el desarrollo y profesionalización en los entornos regionales analizados, que permitan aplicar competitivamente ideas y estrategias de comercialización al realizar despachos de importación y exportación a partir de un pensamiento analítico y lógico al efectuar el despacho a nivel internacional.
- Conoce el estilo de pensamiento del profesional en gestión internacional para identificar líneas de negocios que propongan y desarrollen un pensamiento estratégico para la implementación de ideas rentables para el producto, precio, plaza y promoción a través de destrezas combinadas de trabajo en equipo al identificar las necesidades y deseos de los posibles clientes en el mercado internacional.
- Identifica oportunidades de intercambios comerciales, teniendo en cuenta las oportunidades productivas de la región y el departamento, al identificar el potencial del mercado existente.

IX. METODOLOGÍA

Dimensiones Pedagógicas: Aprender a Hacer: ya que la actividad permite que el estudiante adquiera las competencias y habilidades para administrar y gestionar el área de Gestión de Los Negocios Internacionales, desde su proyección empresarial, articulando la parte teórica con la práctica mediante la aplicación de los conocimientos en la organización. Igualmente identifica las competencias que requiere buscar y fortalecer en las personas con quien compartirá su espacio laboral, para lograr un ambiente basado en el trabajo en equipo, la comunicación y el dinamismo, alineados a una planeación estratégica que buscará cumplir con su misión social y económica.

Secuencia didáctica

El presente espacio académico requiere para el desarrollo de las sesiones de clase una fase de inicio, desarrollo y cierre como se explica a continuación:

- En el inicio se realiza una inducción a la temática de estudio, el objetivo y se indagan los conocimientos previos de los estudiantes.
- En el desarrollo se aborda el tema por medio de diferentes estrategias metodológicas a los estudiantes.
- En el cierre se realiza la síntesis o retroalimentación con el grupo de estudiantes, sugiriendo lecturas de profundización de los temas abordados en la sesión de clase

Estrategias Metodológicas

- Exposiciones
- Foros
- Lecturas recomendadas

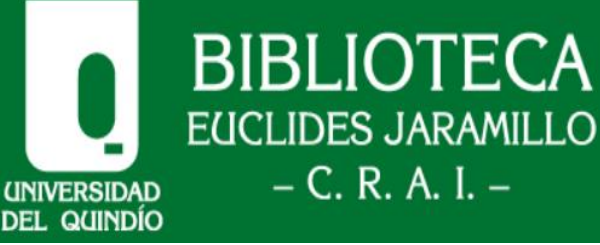
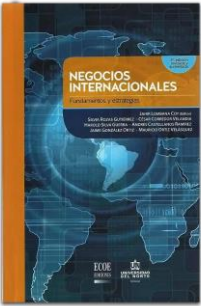
- Trabajo en clase

Núcleos Problemáticos

- Cómo se han venido consolidando las funciones y el apoyo institucional para el desarrollo de los negocios internacionales en el mundo, y en Colombia.
- Cuáles son las características requeridas para utilizar normas y procedimientos de comercio internacional y de comercio exterior para ejecutar una operación de negocios internacionales de productos y/o servicios.
- ¿De qué manera intervienen las instituciones internacionales en el mundo global del comercio internacional?
- Cuál ha sido el desarrollo de los eventos relacionados con los ámbitos de los negocios internacionales, con el fin de favorecer unos mecanismos y costos en la ejecución de procesos de comercio exterior.
- ¿Qué tipo de estrategias han utilizado las empresas para canalizar recursos que apoyen y fortalezcan una política de negocios internacionales y globales para las empresas del mundo incluyendo las colombianas?

X. EJES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS DE LA MATERIA

EJES TEMATICOS Y CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA	PAGINAS
MANEJO DEL TEXTO DE CONSULTA	

	
Ingresando a la página de la Universidad del Quindío www.uniquindio.edu.co, y al enlace BIBLIOTECA, encontrarán el texto de consulta y otras bases de datos, que permitirán, preparar los contenidos de los cuatro espacios académicos, referenciados por temas, unidades o capítulos. Texto Guía Sugerido: NEGOCIOS INTERNACIONALES, FUNDAMENTOS Y ESTRATEGIAS, JAHIR LOMBANA COY Y OTROS, ECOE EDICIONES.	
 Administración de Negocios Texto Electrónico, Buscado por Editorial	
PRIMER ENCUENTRO TUTORIAL	
AMBITO GLOBAL INCLUYENDO EL CASO COLOMBIANO • La globalización de los negocios	8 Pág.

• Globalización Económica y desafíos • Formas de entender las instituciones formales e informales en cuanto a políticas, leyes y economías. • Formas de apalancamiento de recursos y capacidades de financiamiento en el comercio exterior. • Desarrollo de casos y aplicación del modelo colombiano con Bancoldex. • Proceso de negociación, Etapas del proceso de negociación, Capacidad de negociación y Cultura y los negocios internacionales. LEGISLACION ACTUAL • Ley 7ª. de 1991 • Ley 9ª de 1991 • Nuevo Estatuto Aduanero INSTITUCIONES DE APOYO • Ministerio de Comercio, Industria y Turismo • PROCOLOMBIA antes Proexport Colombia • Min Relaciones Exteriores • Bancoldex • Banco de la Republica • DIAN	
SEGUNDO ENCUENTRO TUTORIAL	
COMERCIO INTERNACIONAL-MANEJO DE DIVISAS	

HERRAMIENTAS PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL • Políticas Comerciales • Progresividad Arancelaria • Barreras no arancelarias • Comercio Internacional • Inversión extranjera directa • Negociación de divisas • Integración regional BANCO DE LA REPUBLICA • Marco Legal • Misión del Banco de la República • Importancia de sus decisiones MERCADO CAMBIARIO • Marco Legal, Resolución 8 del 2000 • Declaraciones de Cambio • Intermediarios del Mercado Cambiario • Circular Reglamentaria DCIN 83 DOCUMENTOS • Declaraciones de cambio • Cartas de Crédito MANEJO DE DIVISAS • Medios de pago internacional	121 Pág. 134 Pág.
--	---------------------------------

• Instrumentos Financieros • Tasas y tipos de cambio • Coberturas cambiarias • Análisis Técnico y Fundamental	
TERCER ENCUENTRO TUTORIAL	
PROCESOS ESTRATEGICOS GLOBALES Y COMPETITIVIDAD EN EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN. • Crecimiento e internacionalización de la empresa con espíritu empresarial y de negocios internacionales. • Competitividad en el proceso de internacionalización • Como hacer que funcionen las alianzas y las compras internacionales. • La formulación de estrategias, estructuras y aprendizaje en el mundo. Estrategia y empresa, Ganancias a partir de la expansión global y Elección de estrategia Internacional, Multinacional, Global, Transnacional • Casos internacionales y apropiación de casos y ejemplos colombianos. INCENTIVOS A LAS EXPORTACIONES • Beneficios tributarios: Exportaciones, Zonas Francas, CI • Créditos BANCOLDEX • FNG, exención de comisiones para exportadores	296 Pág.

indirectos y directos • Exportación de Servicios. www.colombiaexportaservicios.co	
CUARTO ENCUENTRO TUTORIAL	
MARKETING INTERNACIONAL Y LAS ESTRATEGIAS DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES • Competencia en Marketing y administración de la cadena de suministro. • Administración de recursos humanos globales. • Las finanzas y el gobierno corporativo global. • La administración global de la responsabilidad social corporativa. • Casos de aplicación mundial y casos colombianos. • LOGISTICA y DISTRIBUCION, Conceptos básicos de la logística, Factores que componen la logística, Herramientas de la logística, Procesos Logísticos • GESTION INTEGRAL DEL NEGOCIO INTERNACIONAL Diseño, Plan de acción, Visión y misión, Documentación y Gestión de control	232 Pág.
TALLERES TUTORIALES	
NOTA ACLARATORIA	
El propósito de los talleres es permitir a los estudiantes de manera autónoma revisen los recursos entregados por la universidad como libros guías y la misma guía académica a fin de iniciar con el trabajo en las cuatro tutorías.	

Si el alumno de manera anticipada puede contactar al tutor asignado para que le defina los temas específicos podrá aprovechar este recurso, de lo contrario deberá investigar todas y cada uno de los temas, para tener claridad sobre los mismos y consultar dudas en los espacios académicos. Es importante recordar que esta actividad es sujeta de evaluación por parte del tutor. Igualmente el Tutor está en la potestad, de sugerir o solicitar nuevos procesos de aprendizaje, a los alumnos como talleres, exposiciones, lecturas e investigaciones para ampliar las competencias y el conocimiento de los alumnos.	
TALLER GENERAL	
INTERNACIONALIZACION DE LA EMPRESA DE PEDRO CASTILLO Antecedentes Desde hace Cuatro años, Pedro Castillo ha efectuado un proceso de Exportación constante con un empresario de Nacionalidad Canadiense y otro Alemán desde hace un año, Suministrándole a este empresario, Maletines de Cuero para Hombre y Mujeres; Se pregunta Pedro, ¿Llego la hora de incursionar en otro mercado, ¿como el Asiático; Cuento con la experiencia de exportar a	

Canadá y Alemania, He ampliado mi planta de Fabricación, logrando producir más de 5000 unidades trimestrales en un solo turno y con la automatización de algunos de los procesos, cuento con una capacidad instalada ociosa del 40 %, con el resto de su capacidad atiende el mercado nacional y el cliente internacional; Para resolver esta pregunta cita a su grupo de la oficina de Comercio Exterior y les Plantea su interrogante y les solicita una investigación sobre el tema.

PROCESO QUE INICIA LUEGO DE ASISTIR A LA MACRORUEDA DE NEGOCIOS, NUMERO 70 DESARROLLADA POR PROCOLOMBIA EN EL MES DE MARZO DEL 2018.

PROPUESTA PARA LA EXPANSIÓN

Producto: Maletines de cuero para mujeres y hombres,
Y nuevo producto Artículos de bolsillo o de bolso de mano(cartera)

Segmento 20 a 65 años.

PEDRO CASTILLO, fabricante de Maletines de Cuero y otros para mujeres y hombres, elaborados en cuero con herrajes y hebillas metálicas de primera calidad, fue invitado por la Cámara de Comercio de la Ciudad de Pereira y PROCOLOMBIA a la Rueda de Negocios Internacionales número 70.

“Cerca de 3.000 empresas, entre compradores de 61 países y exportadoras colombianas, tendrán la posibilidad de hacer negocios en la Macrorrueda 70

convocada por ProColombia. Esta contará con una importante oferta de productos de distintos sectores de la economía del país, que van desde los agroalimentos hasta el sistema moda”

Fuente: Procolombia

PEDRO, animado por la invitación se preparó para participar en tan importante evento siendo la Tercera Macrorrueda a la que asistía y la cuarta de su proceso empresarial.

PEDRO es un buen comerciante y se ha caracteriza por tener permanente demanda de sus productos al interior del país, por manejar de forma adecuada sus relaciones con los Bancos y por tener destrezas en el manejo de tasas de interés y el costeo de sus productos para los mercados locales; posee conocimientos de mercadeo y sus productos se encuentran muy bien posicionados en los diferentes nichos de mercado; sin embargo PEDRO que maneja ya un proceso a Canadá y Alemania y conoce las exigencias que puede llegar a enfrentar una vez inicie los contactos en la rueda de negocios numero 70 donde asistirán empresarios de muchos países.

PEDRO necesita que su Grupo del Departamento de Comercio Exterior, Formado desde el proceso con Canadá y Alemania, lo asesoren y le ayuden a tomar las mejores decisiones en cuanto a los negocios que va a realizar; él sabe que sus productos se van a vender pero siente que dar un paso más hacia la internacionalización es otro nivel de negocios, por tanto a su grupo de expertos (que son los estudiantes de Administración de Negocios Noveno o Décimo Semestre) para que le expliquen en tiempo record todo lo relacionado a Negocios

Internacionales y así mitigar los riesgos a los que se pueda exponer y quedar preparado para asistir a la próxima rueda de Negocios 2018. Pero además de la explicación, PEDRO necesita que le preparen la primera exportación por cuanto además de quedar preparado, desea este grupo de expertos lo acompañe también en el terreno a fin de hilar de manera práctica los conocimientos adquiridos por el grupo de expertos.

Para que el grupo de expertos en Negocios Internacionales tenga éxito le deberán explicar a PEDRO cada una las facetas del negocio en cuanto a Inteligencia de Mercados (Marketing Internacional) Comercio Exterior, Mercado Cambiario y Logística y deberán asegurarse que no fracase en ninguno de los puntos del negocio. PEDRO, recibirá una charla en la cuarta tutoría liderada por el grupo de expertos en la cual lo convencerán de seguir realizando negocios, y deberán entregarle los resultados y la metodología a su segundo negocio.

El grupo de expertos se encuentra muy estructurado y cada área está lo suficientemente preparado para enfrentar esta nueva tarea. El grupo es liderado por un Gerente General de Expertos y Cuatro Gerentes subordinados al primero quienes están a cargo del área de Marketing Internacional, Comercio Exterior, Mercado Cambiario y Logística y ellos a su vez han escogido sus colaboradores para realizar los roles correspondientes.

Al final le entregan a PEDRO un trabajo que contiene un compendio de los aspectos básicos de Negocios

Internacionales que se titula, **“COMO INTERNACIONALIZAR SU EMPRESA” “Y EL DESARROLLO PRÁCTICO DE SU SEGUNDO NEGOCIO.**

Se llegó la fecha de la Rueda de Negocios y Pedro asistió con muchas expectativas. PEDRO observaba que sus compañeros en los Stand permanecían muy ocupados con los diferentes visitantes que en su mayoría eran extranjeros, y que se desenvolvían con facilidad para ofrecer sus productos e interesar a los posibles compradores; muchos de las personas que visitaron su Stand admiraron la amplia gama de Maletines y otros elaborados por su empresa.

Uno de los visitantes a la Rueda de Negocios se interesó en el producto que presentaba PEDRO y decidió dar un paso más adelante, NEGOCIAR. En ese momento PEDRO se sintió muy feliz por este logro y efectuó el cierre en esa Rueda de Negocios.

El comprador, el Sr. Dong-Sun, es coreano, experto en negocios internacionales y representaba una firma que adquiere productos exóticos de otros países para ser vendidos en las tiendas o puntos de venta de su compañía.

Dong-Sun: Qué buena colección Maletines de cuero y otro para hombres y mujeres. Me interesaría conocer algo más de este producto.

PEDRO: ¿Claro que sí, desea conocer algo más de toda la colección?

Dong-Sun: Claro que sí. El cuero de los Maletines los herrajes, hebillas, argollas, broches de candado son 100% colombiano?

PEDRO: No, una parte importada del Acuerdo Firmado con la Unión Europea; Sin embargo, por pertenecer nuestro país al Acuerdo. Y el Valor Agregado Nacional (VAN) no sobrepasa el 15%, el trato preferencial depende de lo pactado entre los países y determinado en REGLAS DE ORIGEN Y PROCEDIMIENTOS RELACIONADOS. (Analizar Acuerdo)

Dong-Sun: ¿Qué buen diseño, qué diferencia promete con respecto a la colección anterior?

PEDRO: El cuero además de ser más resistente, con el paso del tiempo, sus características se afianzan especialmente en el color, no destiñe y por el contrario conserva su tono original y el manejo de herrajes de primera calidad.

Dong-Sun: ¡Muy interesante!

Dong-Sun: ¿Cuénteme algo Sr,Castillo, es fácil enviarme 1.800 unidades de los Maletines y 1000 unidades Artículos de bolsillo o de bolso de mano (cartera) de esta colección por Bimestre? Desearía abastecer nuestras 40 tiendas en Seúl, Corea del Sur, aprovechando las preferencias del Acuerdo Firmado.

PEDRO: Claro que sí. Entiendo que hace poco ratificaron un 0% para el ingreso de productos elaborados dentro del Acuerdo firmado entre Colombia y Corea del Sur (Analizar acuerdo).

PEDRO: ¿Sr, Dong-Sun en dónde desea el producto?

Dong-Sun: Es más fácil para mi empresa y así lo manejamos y acostumbramos negociar, tomar los Accesorios desde buque en Puerto de Busan sin descargar la mercancía.

PEDRO: Muy bien; ¿aprovechando nuestra conversación, le gustaría que habláramos un poco sobre el precio?

Dong-Sun por supuesto, ¿cuál es el precio para cada Maletín?

PEDRO: Sr, nosotros tenemos calculados hasta el 30 de mayo de este año, un precio internacional CIF Cartagena de 70 Euros por unidad y vienen en cajas de 10 unidades cada una.

Dong-Sun: Muy bien, 70 Euros CIF por unidad me parece costoso, lo pagaría si fuera DDP y trataría de buscar una reducción porcentual del precio por unidad del 20%. No realizaría algún anticipo al firmar un contrato y acostumbramos cancelar con Carta de Crédito o Cobranza Documentaria a la entrega de la mercancía total al cumplir con los seis despachos del año, sólo necesitaría su código ABA.

PEDRO: Me parece bien. Voy a contactar a mi Banco para suministrarle la información que requiere. Sin embargo, podríamos utilizar un anticipo del 30 % para la compra de Materia Primas y si una Carta de Crédito al terminar de entregar cada despacho Bimestral.

Dong-Sun: Sr, Castillo, es importante que recuerde que ingresar a Corea del Sur les requiere algunas certificaciones adicionales a los vistos buenos en Colombia y Corea del Sur, tenemos empresas que solicitan certificaciones especialmente en sellos verdes.

Pedro: ¡No hay problema!

Dong-Sun: Pasemos a otro tema Sr. Castillo: ¿Qué hacer con las unidades en mal estado, está preparado para la devolución de los Maletines o de lotes que no tengan los requerimientos mínimos?

PEDRO: Claro, estamos preparados. De hecho, nuestra empresa de logística tiene procedimientos para estos casos.

Dong-Sun: Me gustaría visitar su empresa el día de mañana. Entenderá que mis socios y mis clientes estarían más tranquilos si saben que conozco más a fondo a mi proveedor.

PEDRO: Muy bien, de hecho, nos gustaría compartir con usted la experiencia que logramos obtener con Procolombia, nuestro

aliado estratégico con el cual manejamos Marca País. Dong-Sun: ¿De verdad? Es muy interesante lo que me cuenta. Dong-Sun: Muy bien Sr. Castillo, creo que vamos a lograr hacer una buena exportación. Dong-Sun y Pedro Se despiden con un preacuerdo de negocio el cual deberá nuestro grupo de expertos plantear en un trabajo escrito para la cuarta tutoría, entregado en CD o en Forma Física, no sin antes mencionar que Pedro estará satisfecho con la claridad y calidad de la presentación de nuestro grupo de expertos y se convencerá que sus conocimientos son los necesarios para profundizar en el amplio mundo de los negocios internacionales. 1. El grupo de expertos deberá investigar y dar respuesta a cada una de las preguntas de una y otra partes, es decir, de Pedro y Dong-Sun y hacer una explicación sobre a lo que se estaban refiriendo. Ejemplo: Dong-Sun: Muy costoso, 70 Euros me parece bien con una reducción del 20%, sin anticipo, una vez me encuentre en Seul, sólo necesitaría su código ABA” En esta pregunta ambos abordaron Incoterms, Giros Anticipados y Códigos de Intercambio de divisas.	
---	--

2. Cada área deberá preparar un trabajo correspondiente a su rol con documentos incluidos. Aquella información necesaria deberá ser buscada en las fuentes datos de la Universidad o dirigirse a los centros de atención de Procolombia o MiCITio

3. El punto de partida para este trabajo será entonces la información básica que se deberá consignar en el siguiente formato y resolver cada una de las preguntas del taller general que están a continuación:

ASPECTOS
Producto/Servicio Ficha Técnica
Código ABA
Sellos Verdes, Manejados para estos productos
Qué tipo de Negociación manejar para cada uno de los Empresarios y Plantear Estrategias para esta Negociación.
Marca País. Que es y que implica para empresa.
Posición arancelaria, describiendo la sección, capítulo, partida y sub partidas, Tasa arancelaria e IVA, país a Importador.
Posición arancelaria, describiendo la sección, capítulo, partida y sub partidas, Tasa arancelaria e IVA, país a Exportador.
Producción País Exportación e Importador / participación del sector (si es un servicio)
Participación en la economía país Exportador e Importador.
Analizar indicadores macroeconómicos del país Exportador e Importador
Elabore el costeo de Exportación Utilizando Tabla Costeo Procolombia, Modo Aéreo y Marítimo
Manejo de la forma de pago de la Exportación e Importación.
Modalidad de Exportación e Importación Utilizada
Modo de transporte, rutas, frecuencia y empresas (Diagrama)
Maneje el Empaque y Embalaje para su producto. Y Packaging

PREGUNTA TALLER GENERAL	
NOTA: EL TUTOR PROGRAMARA UNA SIMULACION DE RUEDA DE NEGOCIOS DONDE LOS ESTUDIANTES JUEGUEN ROLES DE COMPRADORES O VENDEDORES, U OTRA ACTIVIDAD SEMEJANTE, PREVIAMENTE ACORDADA CON LOS ESTUDIANTES. SE DEBE DESAROLLAR UN TRABAJO ESCRITO CUMPLIENDO CON LA METODOLIGIA DE LA INVESTIGACION PARA UN PLAN DE NEGOCIOS O EXPORTADOR, EL CUAL PUEDE SER ENTREGADO DE FORMA FISICA, CD ROTULADO. PROCESO A CONSTRUIR TANTO PARA COMPRADORES COMO VENDEDORES.	
Área de Marketing Internacional, de las cuales se hace necesario conocer: 1. Definición de la capacidad Exportable Empresa 2. Estudio de mercado objetivo, país Importador a. Mercado Seleccionado i. Reseña económica, geográfica y política ii. Costo estimado del transporte iii. Exigencias de entradas del producto y régimen comercial iv. Obtener información del mercado v. De producto vi. De precios vii. De comercialización viii. De competencia	

ix. De promoción Área de Comercio Exterior en las cuales se hace necesario conocer: 1. Al tomar la decisión de internacionalizarse, la empresa decidió Exportar e Importar. ¿Qué debió hacer la empresa en términos de trámites para iniciar con su primera Exportación e Importación? 2. Conocer la trazabilidad del producto a Exportar o Importar, desde la adquisición de materias primas, producción, proceso de elaboración, etc. Para Importación conocer las normas básicas de ingreso para este tipo de Producto. 3. Investigar qué son los tributos aduaneros y explicar cuál es el impacto en el comercio exterior y por qué es determinante su observancia en el impacto financiero de las empresas (IMPO y EXPO) 4. Aplicar las temáticas propuestas en la tutoría número uno, implementando Estrategias de Internacionalización y de Globalización e Implementando Estrategias de Negociación para Exportación y o Importación. Área de Mercado Cambiario: Para Importadores o Exportadores 1. Investigar qué materias primas o insumos que participan en el proceso de producción o elaboración del producto son importados o compiten directamente con productos importados, en este caso el cuero y establecer cómo la tasa de cambio afecta los costos y el precio final de venta.	
--	--

2. En el caso que sí lo afecte, qué hechos mundiales podrían o están afectando directamente los precios internacionales o por defecto los precios sobre los costos y precios de venta del producto.
3. ¿Cómo mitigar, reducir o neutralizar los riesgos cambiarios?, ¿qué políticas aplicar frente a estos riesgos?
4. Con base en las declaraciones de cambio 1,2 ó 5 preparar recomendaciones importantes para la empresa.
5. De los siguientes medios de pago internacionales explicar cuál es más conveniente para pagar servicios o productos importados: Tarjetas de Crédito, Giros Directos, Cartas de Crédito Cobranza Documentaria. Cómo funcionan cada uno de ellos.
6. En el supuesto que el término de negociación sea DDP, el valor total de la exportación se deberá financiar con una Carta de Crédito. Cómo es el proceso y cuáles son los costos de Exportación e Importación.
7. Recuerde que para iniciar con este proceso deberán estar de acuerdo con la información básica en el Área de Logística.

Área de Logística:

1. Matriz de Costos que recopila la totalidad de los aspectos a tener en cuenta en una Exportación e Importación, el tránsito Internacional, manejando rutas, frecuencias, empresas, tanto para la Exportación e Importación con diagramas y mapas logísticos.
2. Documentos de transporte y seguros. (EXPO e IMPO)

3. Sensibilización de costos finales (EXPO e IMPO) 4. Aplicar las temáticas propuestas en la tutoría número tres en el mismo orden para exportaciones e importaciones. 5. Aplicar la Matriz de Costos propuesta en la Guía de Logística Internacional o la facilitada por Procolombia http://simuladordecostos.procolombia.co	
TALLER No. 1 PRIMERA TUTORIA	
1. Glosario a reforzar: Aduanas, usuarios aduaneros, zonas aduaneras, modalidades de importación y exportación, regímenes de importación y exportación, declaraciones de exportación, declaraciones de importación, declaración andina de valor, nacionalización de mercancías, aprehensión de mercancías, decomiso de mercancías, abandono de mercancías, sanciones en comercio exterior, posición arancelaria, arancel, tributo aduanero. 2. Efectué un análisis y un paralelo de los cambios, efectuados al Régimen Aduanero Colombiano, 1165 de 2019, documentos reglamentarios y el Decreto 390 del 07 marzo 2016, frente al Decreto 2685 de 1999. 3. Analice y redacte un ensayo donde se determine la importancia de la Ley Marco del Comercio Exterior 7 y 9 de 1991, para el proceso de internacionalización Colombiano. (El producto escrito debe no ser inferior a 3 folios, espacio 1.5) Responda las preguntas sugeridas al final del capítulo 1 del texto guía.	
TALLER No. 2	

SEGUNDA TUTORIA	
1. Glosario a reforzar: Mercado Cambiario, Divisas, Tipos de Cambio, TRM, DTF, Coberturas Cambiarias, Medios de Pago, Instrumentos Financieros, Spot, Forward, Swift, ABA, Monetización, Reintegro, Reembolso, Devaluación, Revaluación, Riesgo Cambiario, Discrepancias en L/C (Cartas de Crédito), Calificadoras de Riesgo, Balanza de Pagos, Tasa Prime Rate, Tasa Libor. 2. Responda las preguntas de la parte 2,3 y 5 del texto guía. 3. Ingrese a la página del Banco de la Republica, analice e identifique los productos y servicios al usuario, desde el punto de vista del comercio exterior, el comercio internacional y el mercado cambiario.	
TALLER No. 3 TERCERA TUTORIA	
1. Glosario a reforzar: Tránsito Internacional, BL, Air Waybill, carta de porte, Incoterms, DFI, empaques, embalaje, manipuleo, carga, unitarización, estibas, contenedores, seguros internos y seguros internacionales, primas de seguros, coberturas de seguros, cláusulas, siniestro, supra seguros, infra seguros, 2. Responda las preguntas de expuestos al final de la parte 6,7 y 8 del texto guía. 3. Ingrese a la página de BANCOLDEX e intérprete sus productos y servicios al usuario, desde el punto de vista del financiamiento y apalancamiento de empresas nacionales e internacionales.	

TALLER No. 4 CUARTA TUTORIA	
1. Elabore un mapa conceptual de los capítulos 9, del texto guía y resuelva las preguntas.	
PROTOCOLO PARA PRESENTAR TALLERES y TALLER ACTIVIDAD FINAL	
Portada Contraportada Tabla de contenido Introducción El problema objetivos • Objetivo General (La idea central del taller) • Objetivos Específicos (cada uno de los puntos del taller en forma de objetivos) EL INFORME Incluya la investigación hecha en cada taller, es decir se deben presentar los objetivos propuestos. Conclusiones Bibliografía Anexos	

XI. EVALUACIÓN

Para las evaluaciones se tendrá en cuenta el estatuto estudiantil Artículo 48; Y para la

habilitación se tendrá en cuenta el Estatuto estudiantil parágrafo 1 del artículo 49 Según establece: “Solo podrá habilitar en estudiante que habiendo reprobado la asignatura, sea igual o mayor a dos punto cero (2.0)”.

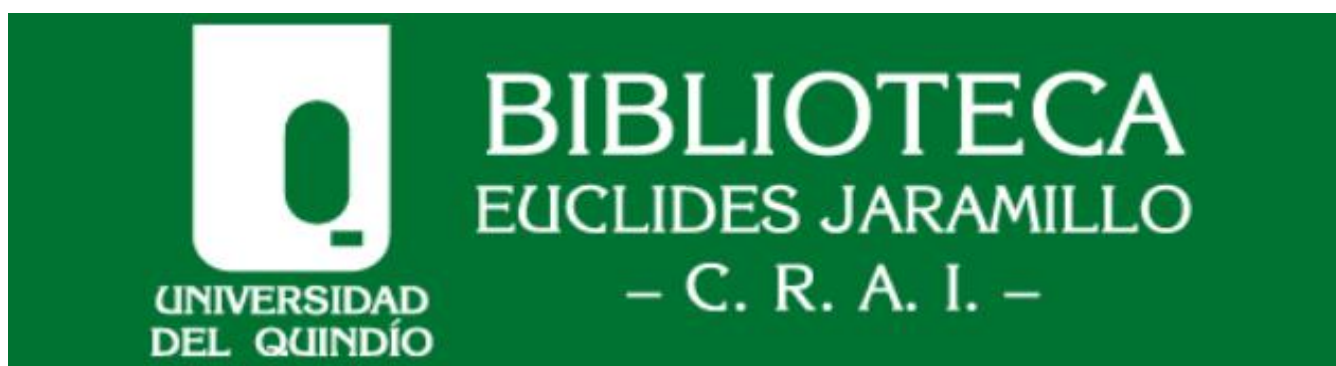
Aspectos a Evaluar	Estrategias	Porcentaje
Evaluación del proyecto final de Gestión Internacional. (Trabajo escrito y sustentación)	Incorporar en una empresa de práctica empresarial, los conceptos de Gestión Internacional o Realización caso general de la Guía.	Determinado por el Docente.
Evaluación de Conceptos	Evaluación escrita u otras formas de evaluación estipuladas por la Universidad.	

XII. BILIOGRAFÍA – WEBGRAFÍA

- **NEGOCIOS INTERNACIONALES FUNDAMENTOS Y ESTRATEGIAS, JAIR LOMBANA COY, SILVIA ROZAS Y OTROS, ECOE EDICIONES.**
- **MARKETING INTERNACIONAL, PHILIP R. CATEORA, MARY C. GILLY, JOHN L. GRAHAM.**
- **DOUGLAS LONG, LOGÍSTICA INTERNACIONAL EDITORIAL PEARSON 2009**
- **ROGELIO PERILLA GUTIERREZ, MANUAL DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES, EDICION 2014.**
- **MERCADO, COMERCIO INTERNACIONAL I Y II EDITORIAL LIMUSA 2006.**
- **LEGIS, ARANCEL ARMONIZADO DE COLOMBIA, EDITORIAL LEGIS 2010**
- **LECOMEX, ARANCEL ARMONIZADO DE COLOMBIA, EDITORIAL LECOMEX 2010.**

OTROS: Consultar bases de datos que se encuentran en

http://www.uniquindio.edu.co/biblioteca/publicaciones/bases_de_datos_pub



Bases adicionales:

www.uniquindio.edu.co/biblioteca/

www.mincomercio.gov.co

www.procolombia.co

www.bancoldex.com.co

www.ica.gov.co

www.invima.gov.co

<https://Comtrade.un.org>

www.Intradebid.org

<https://es.santandertrade.com>

<http://atlas.cid.harvard.edu>

XIII. DATOS DE LOS DOCENTES QUE ORIENTAN LA ASIGNATURA

NOMBRE	FORMACIÓN ACADÉMICA	CORREO ELECTRÓNICO –
--------	---------------------	----------------------

		NÚMERO TELEFÓNICO
Jaime Alberto Osorio Ramírez	Profesional en Comercio internacional	jaosorio@uniquindio.edu.co
Mauricio de Jesús Cardona	Comercio Internacional	mdcardona@uniquindio.edu.co
Nolberto Gutiérrez	Profesional en Relaciones Económicas Internacionales	ngutierrez@uniquindio.edu.co



