

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA  
DEL MAR Y LA SIERRA



# UPMYS

*"Sit Vivorum Studere"*

## ***Análisis de la Situación del Trabajo Negocios Internacionales 21 de Agosto de 2015***



La Cruz de Elota, Sinaloa, Agosto de 2015



Subsistema de **Universidades  
Politécnicas**

## Contenido

<b>EQUIPO DE PRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>REPRESENTANTES DEL SECTOR PRODUCTIVO.....</b>	<b>3</b>
<b>Observadores, Universidad Politécnica del Mar y la Sierra .....</b>	<b>4</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>5</b>
<b>1.- Descripción General .....</b>	<b>7</b>
<b>1.1.- Definición.....</b>	<b>7</b>
<b>1.2.- Datos Generales de la Profesión .....</b>	<b>8</b>
<b>1.2.1.- Naturaleza del Trabajo .....</b>	<b>8</b>
<b>1.2.2.- Condiciones de Trabajo .....</b>	<b>8</b>
<b>1.2.3.- Perspectiva de empleo .....</b>	<b>9</b>
<b>1.2.4.- Organización en el trabajo .....</b>	<b>10</b>
<b>1.2.5.- Factores de Estrés .....</b>	<b>10</b>
<b>1.2.6.- Características Psicomotoras.....</b>	<b>10</b>
<b>1.2.7.- Facultades Perceptivas .....</b>	<b>11</b>
<b>1.2.8.- Remuneración Esperada .....</b>	<b>11</b>
<b>1.2.9.- Cualidades personales buscadas.....</b>	<b>11</b>
<b>2.- Aspectos Relacionados a las Funciones y al Proceso de Trabajo.....</b>	<b>12</b>
<b>2.1.- Propósito General .....</b>	<b>12</b>
<b>2.2.- Funciones y Sub-funciones.....</b>	<b>13</b>
<b>2.3.- Tareas, operaciones, materiales, herramientas, equipo, condiciones para la realización de las funciones y conocimientos requeridos.....</b>	<b>13</b>
<b>3.- Habilidades Transferibles y Comportamientos Socio – Afectivos .....</b>	<b>22</b>
<b>3.1.- Habilidades cognitivas transferibles .....</b>	<b>22</b>
<b>3.1.1.- Conocimiento de ciencias exactas:.....</b>	<b>23</b>
<b>3.1.2.- Aplicación de nociones o principios de las ciencias humanas .....</b>	<b>23</b>
<b>3.1.3.- Técnicas para solucionar problemas.....</b>	<b>23</b>
<b>3.1.3.- Técnicas para tomar decisiones .....</b>	<b>23</b>
<b>3.1.4.- Utilización de las TIC.....</b>	<b>24</b>
<b>4.- Sugerencias Relativas a la Formación.....</b>	<b>25</b>
<b>5.- Conclusiones .....</b>	<b>26</b>

## EQUIPO DE PRODUCCIÓN

**Dirección:**

**M.C. Jorge Luis Guevara Reynaga**

Rector

Universidad Politécnica del Mar y la Sierra

**Animador:**

**M.C. José Alberto Monarrez Ramírez**

Jefe de Planeación

Universidad Politécnica del Mar y la Sierra

**Coordinador General:**

**Lic. Ruben Burgos Mejia**

Secretario Académico

Universidad Politécnica del Mar y la Sierra

## REPRESENTANTES DEL SECTOR PRODUCTIVO.

**Lic. Perla Adriana Galván Martínez**

Directora General

CANACO SERVYTUR Sinaloa Sur

**Lic. Nelba Osorio Porras**

Coordinadora de Vinculación Académica

Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Sinaloa

**Lic. Christian Aldama**

Director de Comercio Exterior

Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Sinaloa

**Ing. Javier Olguín Luna**

Director de PROMÉXICO en Sinaloa

**Lic. Roberto Vega Montes**

Coordinador Administrativo

Secretaría de Economía Delegación Sinaloa

**Dr. Joel Medina Loya**

Green Lemon La Cruz

**Lic. Juan Alonso Martínez Muñoz.**

Jefe de Exportaciones

Grupo ZUCARMEX

**Lic. Mari Osuna Hernández**

Director General

Conseja Consultoría Empresarial

**Lic. Javier Alejandro Muñoz Cerda**

Jefe de Departamento de Recursos Humanos

Coordinación General de Puertos y Marina Mercante de Mazatlán

**Lic. Ivonne Azuara González**

Gerente General de Grupo Miner

## **Observadores, Universidad Politécnica del Mar y la Sierra.**

**Lic. Anabella Karen Hernández Molina**

Encargada De Vinculación, Estancias Y Estadías

**Lic. Grecia Nataly Campaña Martínez**

Encargada De Oficina De Contabilidad.

**M.C. Irene Patricia García Berumen**

Asistente de Secretaria Académica

**Lic. Rosario Guadalupe Enríquez Gutiérrez**

Jefa De Oficina De Control Escolar

**M.C. Karina Adalessa Bañuelos Torrontegui**

Profesor De Tiempo Completo

**Lic. Ángel Javier Nieblas Quiñonez**

Jefe De Recursos Materiales Y Servicios Generales

## Introducción

En el presente documento se muestra el resultado del Análisis Situacional del Trabajo (AST) del sector empresarial relacionado con actividades del área de Negocios Internacionales en el municipio de Elota, Sinaloa, cuyo propósito es identificar las funciones, tareas y operaciones de profesionales en el área de Negocios internacionales. Este análisis se basa de la información obtenida en el taller realizado en las instalaciones de la Universidad Politécnica del Mar y la Sierra, el 21 de agosto de 2015.

Para la recolección de la información, se empleó la metodología para la elaboración de planes de estudios basados en competencias, adaptada en 1998 por el Ministerio de Educación de Quebec, así como la metodología DACUM (Developing a Curriculum), técnica desarrollada en 1960 en Canadá, como un medio rápido y efectivo para los diseños curriculares, el cual se ha utilizado ampliamente en Australia dentro de la educación superior para identificar las áreas de práctica, tareas y competencias en sus programas de estudio, así como en Estados Unidos a través del Centro de Educación y Formación para el empleo de la Universidad del Estado de Ohio.

Esta metodología se ha enriquecido por medio de la experiencia obtenida de su aplicación en diversos contextos y sectores del país, de tal forma que se pueden identificar, entre otros aspectos, todas aquellas habilidades psicomotoras, cognoscitivas y socio-afectivas, necesarias para ejercer una función productiva bajo criterios y estándares de desempeño.

El propósito de la aplicación de esta metodología es alinear los planes de estudio o programas de formación a los requerimientos y expectativas de los diferentes sectores productivos del Estado de Sinaloa y en su caso del país, lo que permitirá desarrollar los conocimientos, comportamientos, habilidades y destrezas acordes a las necesidades reales del entorno.

Para la obtención de la información, objeto de este análisis, se contó con el siguiente equipo de producción:

- ◆ Animador, quien tuvo la responsabilidad central de generar la dinámica de la reunión y aplicar los mecanismos de recolección de información, así como de realizar el análisis de toda la información
- ◆ Especialistas del sector, quienes proporcionaron la información necesaria para definir los requerimientos que se deben cumplir, a fin de satisfacer las necesidades del sector bajo estudio, como potenciales contratantes de este profesional.
- ◆ Observadores, quienes apoyaron en la recolección de toda la información.

Cabe hacer mención que el reporte generado a partir de éste análisis, ha sido validado por las personalidades que participaron en el taller.

## 1.- Descripción General

### 1.1.- Definición

El perfil del profesionista del área de Negocios Internacionales tiene funciones que le exigen el trabajo en equipo de manera colaborativa con las diversas áreas de una institución, ya que este será el encargado de fungir como vínculo entre la misma y el beneficiario final de los bienes o servicios producidos.

La para lograr dicha vinculación, el especialista en negocios internacionales tendrá funciones en las cuales le permitirán Planear los procesos para optimizar la comercialización en los mercados nacionales e internacionales, a través de herramientas y habilidades que le permitan establecer oportunidades comerciales y financiera. Entre las cuales se destaca:

- Comercializar productos y servicios a diversos escenarios.
- Ubicar oportunidades comerciales en mercados nacionales e internacionales.
- Establecer precio de exportación e importación.
- Elaborar cotizaciones.
- Seleccionar canales de distribución en el extranjero.
- Determinar las formas de entrada a los mercados en el extranjero.
- Desarrollar programas de servicio al cliente, elaborar proyecciones comerciales y financieras.
- Adaptar productos y servicios a diversos mercados.
- Diseñar y elaborar un portafolio corporativo.
- Desarrollar programas promocionales en mercados internacionales.
- Certificar los procesos para la exportación e importación.
- Analizar riesgos políticos y económicos para las empresas.

## 1.2.- Datos Generales de la Profesión

### 1.2.1.- Naturaleza del Trabajo

El perfil del profesionista le permitirá ocupar puestos donde pueda plantear, coordinar y dirigir procesos comerciales, buscando incidir en el desarrollo e innovación de la institución en la que se encuentra inserto, a través de procesos de gestión y dirección empresarial, que permitan planificar las mejoras de la misma, por lo que a su vez podrá:

- **Coordinar y dirigir procesos comerciales con la posibilidad de plantear planes a diversos plazos**
- **Establecer canales de distribución que permitan la expansión de la institución y/o empresa**
- **Crear proyecciones comerciales que permitan aprovechar el contexto global.**
- **Establecer Procesos de exportación e importación**

### 1.2.2.- Condiciones de Trabajo

El profesionista especializado en el área de los negocios internacionales será el responsable directo de Planear los procesos para optimizar la comercialización en los mercados nacionales e internacionales, a través de herramientas y habilidades que le permitan establecer oportunidades comerciales y financieras. Por lo que este, deberá de poder establecer relaciones con todos los miembros de una organización, así como ser el vínculo de esta con el usuario final del producto de dicha organización

Para lograr sus funciones, su medio de trabajo se prevé que sea muy dinámico, en el cual dedicara una parte de su tiempo en actividades de oficina que le permitan hacer los procesos de planeación y proyecciones de trabajo, pero a su vez, dicha actividad se deberá de ver complementada por la actividad en el campo, teniéndose que trasladar a los espacios de producción y puntos finales de la comercialización en los momentos culminantes de sus procesos comerciales. Para esto deberá de contar con capacidad para adaptarse a diferentes escenarios.

Dicho profesional deberá de laborar en marcos de trabajo en equipo, manteniendo la iniciativa en los procesos de innovación tanto técnica como administrativa que permita desarrollar los escenarios que permitan llevar a conclusión el trabajo de creación de la organización. Para esto deberá de vincularse en ambientes multidisciplinarios.

Apoyará en los procesos creativos para poder lograr la adaptación de los productos o servicios a los mercados cambiantes, por lo que deberá de desarrollar actividades multiculturales, ya que este será la ventana de la empresa a los nuevos mercados. Deberá de mantener una visión macro de la empresa, ya que esto le permitirá ubicar los puntos de innovación y así lograr hacer más fluidos los procesos internos y externos de la misma. Deberá de mostrar flexibilidad para adaptarse a escenarios cambiantes de trabajo, ya que tendrá relación a la vez, con empresas y personas ajenas a su organización con las cuales buscara establecer los procesos de vinculación.

### 1.2.3.- Perspectiva de Empleo

La labor de un profesionista en esta área, exige cierto grado de especialización de las empresas receptoras, ya que se tiene la visión de que solo funcionan como agentes vinculados al proceso de la exportación, por lo que será trabajo del área, y del interesado en su momento de promocionar las diversas habilidades que le

permitan ser un potenciador de las capacidades futuras de la empresa. Para esto, sus habilidades deben estar centradas a ser capaz de planear cuales son las perspectivas generales de crecimiento de la organización donde se inserte. Si se mantiene en esta visión, su perspectiva de empleo profesional será de nivel intermedio en la región centro sur del estado de Sinaloa e intermedia – alta a nivel estatal.

#### **1.2.4.- Organización en el Trabajo**

Se considera que la jornada de trabajo será completa, ya que exige por lo menos 8 horas por día, pero estas deberán de ser de carácter flexible, ya que los tiempos de labor dependerán de la rama a la que esté vinculado. Su trabajo estará vinculado a los procesos de comercialización, así que tendrá temporadas de comercialización alta, que serán exigentes (trabajo bajo presión) y algunas con menos actividad.

#### **1.2.5.- Factores de Estrés**

El profesionista trabajara con altos niveles de presión, debido a que la labor de su trabajo estará vinculada con el último proceso de la organización, el de la llevada del producto o servicio al cliente externo. A su vez, se encontrara eb largos procesos de vinculación con agentes de diversos escenarios, lo cual exigirá la adaptación a los mismos.

#### **1.2.6.- Características Psicomotoras**

En relación al esfuerzo físico: este tendera a ser del tipo bajo, ya que mucha de su labor requerirá pocas actividades físicas, las cuales deberán de ser trasladadas a áreas especializadas en las mismas áreas.

Aptitud manual: mediana por su necesidad de poder hacer análisis cercano al producto final, cuando es de las áreas de servicio, este podrá ser bajo.

Coordinación motriz: mediana, ya que requerirá coordinación para adaptación a diversos medios

Grado de atención y concentración: Máximo ya que sus actividades serán de planeador e innovador de procesos.

### 1.2.7.- Facultades Perceptivas

Sera muy importante su percepción a través de sus sentidos, pero especialmente del oído y la vista ya que requerirá el hacer análisis de altos compendios de información por estos medios para poder realizar los procesos de planeación.

### 1.2.8.- Remuneración Esperada

La remuneración esperada mensual para este profesional es muy variable, ya que dependerá en mayor medida del tipo de actividad que muestre, puede ir desde los 9 mil pesos para puestos como auxiliares o ventas, 12 mil a 24 mil para jefes de proyecto, gerentes de proyecto, planeadores y hasta 40 mil pesos o más para Gerentes Generales y negociadores internacionales.

### 1.2.9.- Cualidades Personales Buscadas

- Liderazgo
- Toma de decisión
- Trabajo en equipo
- Manejo de conflictos
- Autonomía

- Uso correcto del lenguaje
- Iniciativa
- Motivación
- Honestidad
- Ética
- Responsabilidad
- Juicio
- Identificación y promoción de valores
- Tolerancia
- Habilidad para comunicarse correctamente
- Razonamiento Inductivo
- Razonamiento deductivo
- Razonamiento hipotético
- Razonamiento analógico
- 

## 2.- Aspectos Relacionados a las Funciones y al Proceso de Trabajo

### 2.1.- Propósito General

El propósito general que se definió y que se obtuvo con base en las funciones esenciales es:

“Planear los procesos para optimizar la comercialización en los mercados nacionales e internacionales, a través de herramientas y habilidades que le permitan establecer oportunidades comerciales y financiera”

## 2.2.- Funciones y Sub-funciones.

FUNCIONES	Sub-funciones			
<b>1.0</b>	<b>1.1</b>	<b>1.2</b>	<b>1.3</b>	
Coordinar y dirigir procesos comerciales	Administrar procesos internos de terminación de productos	Coordinación logística de producción / venta	Establecer planes comerciales a diversos plazos	
<b>2.0</b>	<b>2.1</b>	<b>2.2</b>	<b>2.3</b>	
Establecer canales de distribución	Identificación de proveedores y distribuidores	Análisis de Mercados y receptores	Establecer contratos o convenios con distribuidores	
<b>3.0</b>	<b>3.1</b>	<b>3.2</b>	<b>3.3</b>	<b>3.4.</b>
Crear proyecciones comerciales	Crear base de datos de información comercial	Hacer análisis nacional e internacional de mercados	Establecer planes de crecimiento y expansión de marcas, productos e industriales	Crear proyecciones y ajustes de planes de producción
<b>4.0</b>	<b>4.1</b>	<b>4.2</b>	<b>4.3</b>	
Establecer procesos de exportación e importación	Adaptar los productos al mercado receptor	Adaptar sistemas de calidad con los procesos de importación/exportación	Establecer convenios de compra venta de productos	Establecer convenios con comprador final

## 2.3.- Tareas, operaciones, materiales, herramientas, equipo, condiciones para la realización de las funciones y conocimientos requeridos.

Función 1.0: Coordinar y dirigir procesos comerciales				
TAREAS	OPERACIONES	MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO	CONDICIONES PARA LA REALIZACIÓN DE LA FUNCIÓN	CONOCIMIENTOS REQUERIDOS PARA REALIZAR LA FUNCIÓN
1.1.- Administrar procesos internos de terminación de productos Frecuencia: Media Importancia: Máxima Dificultad: Máxima	1.1.1.- Establecer metas de producción. 1.1.2.- Hacer análisis históricos de producción. 1.1.3.- Establecer plan de acción para eficiente producción. 1.1.4.- Establecer metas para logro de plan y distribuirla en miembros del equipo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo de cómputo.</li> <li>Impresora</li> <li>Papelería</li> <li>Carpetas</li> <li>Material para capacitación</li> <li>Normas internas e institución y/o empresa.</li> <li>Histograma de ventas y personal.</li> <li>Diagramas de flujo</li> </ul>	Trabajo en oficina y centros de reuniones, área iluminada, ventilada, con cierto nivel de aislamiento de ruidos para procesos de planeación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimientos de áreas de la empresa (general)</li> <li>Habilidades de planeación y prospectiva</li> <li>Análisis de datos</li> <li>Proyecciones matemáticas</li> <li>Teorías organizacionales y de producción.</li> <li>Principios de procesos de calidad.</li> </ul>

	<p>1.1.5.- Observar la ejecución de equipo de trabajo</p> <p>1.1.6.- Realizar cambios y ajustes para logro de metas.</p>			
<p>1.2.- Coordinación logística de producción / venta.</p> <p>Frecuencia: Media</p> <p>Importancia: Máxima</p> <p>Dificultad: Máxima</p>	<p>1.2.1.- Hacer análisis de producción e histograma de ventas.</p> <p>1.2.2.- Establecer planes de coordinación de venta y stock.</p> <p>1.2.3.- Manejo de inventario empresarial.</p> <p>1.2.4.- Establecer proyección de ventas</p> <p>1.2.5.- Establecer ajustes de producción para disminuir gastos por almacenaje y/o transporte.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo de cómputo.</li> <li>Impresora</li> <li>Papelería</li> <li>Carpetas</li> <li>Material para capacitación</li> <li>Histograma de ventas y personal.</li> <li>Diagramas de flujo</li> </ul>	<p>Trabajo en oficina y centros de reuniones, área iluminada, ventilada, con cierto nivel de aislamiento de ruidos para procesos de planeación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimientos de áreas de la empresa (general)</li> <li>Habilidades de planeación y prospectiva</li> <li>Análisis de datos</li> <li>Proyecciones matemáticas</li> <li>Manejo de inventarios</li> <li>Comunicación corporativa</li> <li>Principios de procesos de calidad.</li> </ul>
<p>1.3.- Establecer planes comerciales a diversos plazos</p> <p>Frecuencia: Variante</p> <p>Importancia: Máxima</p> <p>Dificultad: Máxima</p>	<p>1.3.1- Análisis de ventas y los puntos de venta</p> <p>1.3.2- Comparativo histórico de ventas, con proyección de ciclos económicos</p> <p>1.3.3.- Observar metas a corto plazo y hacer proyecciones a mediano y largo plazo</p> <p>1.3.4.- Retroalimentarse de los resultados de venta.</p> <p>1.3.5.- Establecer ajustes de planes para logro de metas</p> <p>1.3.6.- Capacitar a los puntos de venta para poder aprovechar el producto y aumentar las</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo de cómputo.</li> <li>Impresora</li> <li>Papelería</li> <li>Carpetas</li> <li>Material para capacitación</li> <li>Histograma de ventas y personal.</li> <li>Medios de transporte a puntos de venta</li> <li>Proyector</li> </ul>	<p>Trabajo en oficina y centros de reuniones, área iluminada, ventilada, con cierto nivel de aislamiento de ruidos para procesos de planeación.</p> <p>En campo se estima necesario medidas de seguridad básicas y seguros de viajero</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimientos de áreas de la empresa (general)</li> <li>Habilidades de planeación y prospectiva</li> <li>Análisis de datos</li> <li>Proyecciones matemáticas</li> <li>Manejo de inventarios</li> <li>Comunicación corporativa</li> <li>Principios de procesos de calidad</li> <li>Habilidades de presentación y capacitación</li> <li>Planificación conjunta</li> </ul>

	proyecciones de venta.			
--	------------------------	--	--	--

Función 2.0: Establecer canales de Distribución				
TAREAS	OPERACIONES	MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO	CONDICIONES PARA LA REALIZACIÓN DE LA FUNCIÓN	CONOCIMIENTOS REQUERIDOS PARA REALIZAR LA FUNCIÓN
2.1.- Identificación de proveedores y distribuidores Frecuencia: alta Importancia Máxima Dificultad: Media	2.1.1.-Análisis de insumos para la producción 2.1.2.- Establecer capacidad de provisión de proveedores actuales. 2.1.3.- establecer negociación o renegociación con proveedores 2.1.4.- establecer capacidad de stock en bodega de insumos y producto terminado 2.1.5.- establecer capacidad de distribución con distribuidores actuales 2.1.6 negociar y re negociar con distribuidores capacidad y costo de distribución	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo de cómputo.</li> <li>Impresora</li> <li>Papelería</li> <li>Carpetas</li> <li>Material para capacitación</li> <li>Histograma de ventas.</li> <li>Lista de proveedores y distribuidores</li> </ul>	Trabajo en oficina y centros de reuniones, área iluminada, ventilada, con cierto nivel de aislamiento de ruidos para procesos de planeación. Se debe de contar con medios de comunicación para establecer contacto con proveedores y distribuidores.  Capacidad para moverse a puntos de distribución y/o con proveedores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Habilidades de negociación.</li> <li>Análisis de datos matemáticos</li> <li>Manejo de inventarios</li> <li>Conocimientos de idiomas</li> <li>Manejo de programas informáticos de manejo de datos.</li> <li>Habilidades de comunicación</li> <li>Habilidades organizacionales</li> </ul>
2.2.-Análisis de Mercados receptores Frecuencia: media Importancia Máxima Dificultad: Media	2.2.1.- Establecer capacidad de producción a corto, mediano y largo plazo. 2.2.2.- Plantear posibles mercados de consumo del producto o productos similares 2.2.3.- Análisis FODA de la empresa frente a la entrada a nuevos mercados	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo de cómputo.</li> <li>Impresora</li> <li>Papelería</li> <li>Carpetas</li> <li>Material para capacitación</li> <li>Histograma de ventas</li> </ul>	Trabajo en oficina y centros de reuniones, área iluminada, ventilada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de Mercados</li> <li>Análisis FODA</li> <li>Proyecciones económicas</li> <li>Economía</li> <li>Macro economía</li> <li>Conocimiento de costumbres y culturas variadas (multiculturalismo)</li> </ul>

	2.2.4.-Hacer proyecciones de venta en escenarios variados (ideal, normal, pesimista)			
2.3.-Establecer contratos o convenios con distribuidores. Frecuencia: Baja Importancia Máxima Dificultad: Máxima	2.3.1.- hacer análisis de los resultados de identificación de proveedores y distribuidores 2.3.2.- comparar información de Mercados y medios de distribución 2.3.3- establecer medios de negociación con los posibles distribuidores 2.3.4 hacer comparativo de las posibles alternativas de distribución 2.3.5.- análisis costo beneficio a mediano y largo plazo de distribución. Concretar contratos de distribución	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo de cómputo.</li> <li>Impresora</li> <li>Papelería</li> <li>Carpetas</li> <li>Material para capacitación</li> <li>Histograma de ventas</li> <li>Lista de proveedores y distribuidores</li> <li>Informe de mercados y puntos de venta</li> </ul>	Trabajo en oficina y centros de reuniones, área iluminada, ventilada, con cierto nivel de aislamiento de ruidos para procesos de planeación. Se debe de contar con medios de comunicación para establecer contacto con proveedores y distribuidores.  Capacidad para moverse a puntos de distribución y/o con proveedores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimientos de áreas de la empresa (general)</li> <li>Habilidades de planeación y prospectiva</li> <li>Análisis de datos</li> <li>Proyecciones matemáticas</li> <li>Manejo de inventarios</li> <li>Comunicación corporativa</li> <li>Principios de procesos de calidad</li> <li>Habilidades de presentación y capacitación</li> <li>Planificación conjunta</li> </ul>

### Función 3.0: Crear Proyecciones comerciales

TAREAS	OPERACIONES	MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO	CONDICIONES PARA LA REALIZACIÓN DE LA FUNCIÓN	CONOCIMIENTOS REQUERIDOS PARA REALIZAR LA FUNCIÓN
3.1.- Crear base de datos de información comercial	3.1.1.- Recopilar información de ventas y los puntos de distribución a los que es trasladado el producto y/o servicio. 3.1.2.- obtener información completa de los distribuidores y los	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo de cómputo.</li> <li>Impresora</li> <li>Papelería</li> <li>Carpetas</li> <li>Teléfono</li> <li>Lista de distribuidores</li> <li>Histogramas de ventas</li> </ul>	Trabajo en oficina y centros de reuniones, área iluminada, ventilada, con cierto nivel de aislamiento de ruidos para procesos de planeación. Se debe de contar con medios de	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de datos</li> <li>Proyecciones matemáticas</li> <li>Teorías organizacionales y de producción.</li> <li>Habilidades computacionales</li> <li>Idioma ingles.</li> </ul>

	<p>centros finales del producto. 3.1.3.- capturar y actualizar información de ventas, distribución y personal. 3.1.4.- Crear cuadros informativos, resumidos de la información relevante para la comercialización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lista de proveedores y distribuidores</li> </ul>	<p>comunicación para establecer contacto con proveedores y distribuidores.  Capacidad para trasladarse a puntos de distribución y/o con proveedores.</p>	
3.2.- Hacer análisis nacional e internacional de mercados	<p>3.2.1.- Establecer lista de mercados actuales de distribución, nacionales e internacionales. 3.2.1.- Análisis FODA de los posibles mercados de distribución. 3.2.3.- Establecer los estándares de calidad apropiados para diferentes mercados adecuados a la reglamentación nacional e internacional vigente. 3.2.4.- Hacer proyecciones de ventas en escenarios variados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo de cómputo.</li> <li>• Impresora</li> <li>• Papelería</li> <li>• Carpetas</li> <li>• Teléfono</li> <li>• Lista de distribuidores</li> <li>• Histogramas de ventas</li> <li>• Lista de proveedores y distribuidores</li> <li>• Datos de Proyecciones de ventas de otras áreas.</li> </ul>	<p>Trabajo en oficina y centros de reuniones, área iluminada, ventilada, con cierto nivel de aislamiento de ruidos para procesos de planeación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de Mercados</li> <li>• Análisis FODA</li> <li>• Proyecciones económicas</li> <li>• Economía</li> <li>• Macro economía</li> <li>• Conocimiento de costumbres y culturas variadas (multiculturalismo)</li> <li>• Idioma inglés.</li> <li>• Teorías organizacionales y de producción.</li> </ul>
3.3.- Establecer planes de crecimiento y expansión de marcas, productos e industriales	<p>3.3.1.- Analizar información de Ventas historias. 3.3.2.- Hacer comparativo del histórico de crecimiento y las ventas. 3.3.3.- Establecer los mercados de distribución, actuales y futuros, con su histórico de crecimiento en</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo de cómputo.</li> <li>• Impresora</li> <li>• Papelería</li> <li>• Carpetas</li> <li>• Teléfono</li> <li>• Lista de distribuidores</li> <li>• Histogramas de ventas</li> <li>• Lista de proveedores y distribuidores</li> </ul>	<p>Trabajo en oficina y centros de reuniones, área iluminada, ventilada, con cierto nivel de aislamiento de ruidos para procesos de planeación. Se debe de contar con medios de comunicación para establecer contacto con</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de Mercados</li> <li>• Análisis FODA</li> <li>• Proyecciones económicas</li> <li>• Economía</li> <li>• Macro economía</li> <li>• Conocimiento de costumbres y culturas variadas (multiculturalismo)</li> <li>• Idioma inglés.</li> </ul>

	<p>ventas y distribución. 3.3.4.- Hacer análisis económico de la situación actual de los mercados. 3.3.5.- Hacer proyección por escenarios de las posibles ventas y distribuciones de los productos y marcas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Datos de Proyecciones de ventas de otras áreas.</li> <li>Compendios históricos de análisis de mercados</li> </ul>	<p>proveedores y distribuidores.  Capacidad para trasladarse a puntos de distribución y/o con proveedores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Teorías organizacionales y de producción.</li> <li>Habilidades de presentación y capacitación</li> <li>Planificación conjunta</li> </ul>
<p>3.4.- Crear proyecciones y ajustes de planes de producción</p>	<p>3.4.1.- Hacer análisis Histórico de las Ventas y la producción. 3.4.2.- Hacer Listado Actualizado de Stock y los costos de retención de producto. 3.4.3.- Estudiar las Proyecciones de ventas y hacer comparativo con las capacidades de crecimiento 3.4.4.- Comparativo de depreciación de tecnología actual de producción y los costos de reparación y compras. 3.4.5.- Crear proyecciones de crecimiento en producción y ventas, que permitan tener escenarios de alto almacenaje y bajas ventas o a la inversa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo de cómputo.</li> <li>Impresora</li> <li>Papelería</li> <li>Carpetas</li> <li>Teléfono</li> <li>Lista de distribuidores</li> <li>Histogramas de ventas</li> <li>Lista de proveedores y distribuidores</li> <li>Datos de Proyecciones de ventas de otras áreas.</li> <li>Compendios históricos de análisis de mercados-</li> <li>Listado de Activos Fijos de la Empresa</li> </ul>	<p>Trabajo en oficina y centros de reuniones, área iluminada, ventilada, con cierto nivel de aislamiento de ruidos para procesos de planeación. Se debe de contar con medios de comunicación para establecer contacto con proveedores y distribuidores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de Mercados</li> <li>Análisis FODA</li> <li>Proyecciones económicas</li> <li>Economía</li> <li>Macro economía</li> <li>Conocimiento de costumbres y culturas variadas (multiculturalismo)</li> <li>Idioma inglés.</li> <li>Teorías organizacionales y de producción.</li> <li>Habilidades de presentación y capacitación</li> <li>Planificación conjunta</li> </ul>

**Función 4.0: Establecer Procesos de exportación e importación**

TAREAS	OPERACIONES	MATERIALES, HERRAMIENTAS Y EQUIPO	CONDICIONES PARA LA REALIZACIÓN	CONOCIMIENTOS REQUERIDOS PARA
--------	-------------	-----------------------------------	---------------------------------	-------------------------------

			DE LA FUNCIÓN	REALIZAR LA FUNCIÓN
4.1.- Adaptar los productos al mercado receptor	4.1.1.- Hacer un análisis del producto y sus fines. 4.1.2.- Establecer el mercado objetivo para los productos de la institución. 4.1.3.- Recopilación de datos de consumo del mercado objetivo y gustos y preferencias de su población 4.1.3.- Lluvia de ideas de posibles adaptaciones del producto en estructura, fines y/o mercadotecnia 4.1.4.- trabajo conjunto con áreas de producción y mercadotecnia para aplicación de cambios pertinentes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo de cómputo.</li> <li>Impresora</li> <li>Papelería</li> <li>Carpetas</li> <li>Teléfono</li> <li>Lista de distribuidores</li> <li>Histogramas de ventas</li> <li>Folletos de información de productos de la empresa y competencia.</li> <li>Folletos de información de productos típicos y compendios de información de mercados objetivo.</li> </ul>	Espacios abiertos, con buena ventilación con mesas de trabajo para 5 o más personas que permitan las reuniones y exposiciones de producto.  Espacios de trabajo de producto (ensamblado y desensamblado)  Capacidad para trabajar con equipos de diferentes áreas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Habilidades de presentación y capacitación</li> <li>Planificación conjunta</li> <li>Análisis de Mercados</li> <li>Conocimiento de costumbres y culturas variadas (multiculturalismo)</li> <li>Dominio del idioma Inglés.</li> </ul>
4.2.- Aplicar sistemas de calidad a los procesos de importación/exportación	4.2.1.- Hacer un análisis del estado actual de los procesos de la empresa/Institución. 4.2.2.- Comparar el estado actual de los procesos de la empresa/Institución con los estándares de calidad meta de la misma. 4.2.3.- Establecer mecanismos guiados a elevar o ajustar los estándares de calidad meta. 4.2.4.- Hacer reuniones de	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo de cómputo.</li> <li>Impresora</li> <li>Papelería</li> <li>Carpetas</li> <li>Teléfono</li> <li>Lista de distribuidores</li> <li>Diagramas de flujo de la empresa</li> <li>Diagramas de flujo de procesos</li> <li>Histograma de información de ventas y compras de insumos y bienes</li> </ul>	Espacio con buena iluminación y ventilación, amplio con posibilidad de reuniones de mediana envergadura.  Capacidad de movilidad a espacios de seguimiento Seguro vigente por los traslados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Habilidades de presentación y capacitación</li> <li>Planificación conjunta</li> <li>Análisis de Mercados</li> <li>Conocimiento de costumbres y culturas variadas (multiculturalismo)</li> <li>Dominio del idioma Inglés.</li> <li>Teorías organizacionales</li> <li>Psicología empresarial y social</li> <li>Relaciones sociales</li> </ul>

	<p>trabajo y capacitación para la adopción de los mecanismos de calidad propuestos.</p> <p>4.2.5.- Hacer seguimiento y evaluación de los procesos aplicados y hacer retroalimentación para continuar con la adopción de los mecanismos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuestas de satisfacción aplicadas periódicamente</li> </ul>		<p>Análisis de Datos.</p>
<p>4.3.- crear convenios de compra venta de productos</p>	<p>4.3.1.- hacer análisis de los resultados de identificación de proveedores y distribuidores</p> <p>4.3.2.- Establecer medios de negociación con los posibles distribuidores</p> <p>4.3.3.- Hacer análisis Costo – Beneficio de la mejor alternativa para la compra de insumos</p> <p>4.3.4.- Negociar o re negociar convenios que incrementen o mantengan los beneficios a corto, mediano y/o largo plazo (dependiendo de la meta)</p> <p>4.3.5.- Realizar contratos o convenios de colaboración cuando sea pertinente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo de cómputo.</li> <li>Impresora</li> <li>Papelería</li> <li>Carpetas</li> <li>Material para capacitación</li> <li>Histograma de ventas</li> <li>Lista de proveedores y distribuidores</li> <li>Informe de mercados y puntos de venta</li> </ul>	<p>Trabajo en oficina y centros de reuniones, área iluminada, ventilada, con cierto nivel de aislamiento de ruidos para procesos de planeación. Se debe de contar con medios de comunicación para establecer contacto con proveedores y distribuidores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimientos de áreas de la empresa (general)</li> <li>Habilidades de planeación y prospectiva</li> <li>Análisis de datos</li> <li>Proyecciones matemáticas</li> <li>Manejo de inventarios</li> <li>Comunicación corporativa</li> <li>Principios de procesos de calidad</li> <li>Habilidades de presentación y capacitación</li> <li>Planificación colaborativa</li> </ul>
<p>Establecer convenios con comprador final</p>	<p>4.3.1.- hacer análisis de los resultados de identificación de</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Equipo de cómputo.</li> <li>Impresora</li> <li>Papelería</li> </ul>	<p>Trabajo en oficina y centros de reuniones, área iluminada, ventilada, con</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimientos de áreas de la empresa (general)</li> </ul>

	<p>posibles mercados y compradores 4.3.2.- Establecer medios de negociación con los posibles compradores 4.3.3.- Hacer análisis Costo – Beneficio de la mejor alternativa para la venta, distribución y almacenaje 4.3.4.- Negociar o re negociar convenios que incrementen o mantengan los beneficios a corto, mediano y/o largo plazo (dependiendo de la meta) 4.3.5.- Realizar contratos o convenios de colaboración cuando sea pertinente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carpetas</li> <li>• Material para capacitación</li> <li>• Histograma de ventas</li> <li>• Lista de proveedores y distribuidores</li> <li>• Informe de mercados y puntos de venta</li> </ul>	<p>cierto nivel de aislamiento de ruidos para procesos de planeación. Se debe de contar con medios de comunicación para establecer contacto con proveedores y distribuidores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidades de planeación y prospectiva</li> <li>• Análisis de datos</li> <li>• Proyecciones matemáticas</li> <li>• Manejo de inventarios</li> <li>• Comunicación corporativa</li> <li>• Principios de procesos de calidad</li> <li>• Habilidades de presentación y capacitación</li> <li>• Planificación colaborativa</li> </ul>
--	---	--	---	--

## 3.- Habilidades Transferibles y Comportamientos Socio – Afectivos

### 3.1.- Habilidades cognoscitivas transferibles

Para efecto del análisis e identificación durante la definición de competencias, se han clasificado las habilidades más valoradas. El experto en temas de los negocios internacionales debe de poseer las siguientes habilidades:

- Capacidad de análisis
- Capacidad de planificación
- Capacidad de comunicarse de manera oral y escrita en español
- Capacidad de gestión de información
- Trabajo en contextos internacionales
- Racionamiento crítico
- Compromiso ético
- Autonomía
- Creatividad e innovación
- Iniciativa
- Motivación por la calidad
- Visión
- Capacidad de síntesis
- Capacidad de organización
- Capacidad de comunicarse de manera oral escrita en otro idioma, prioritario inglés, otra opción en chino mandarín
- Resolución de problemas
- Trabajo en equipo
- Habilidad de relacionarse interpersonalmente
- Adaptación al entorno
- Espíritu emprendedor
- Humildad

- Empatía

A su vez, se ubicó que debe tener habilidades insertas en los campos de las ciencias, los cuales se pueden definir de la siguiente forma:

### 3.1.1.- Conocimiento de ciencias exactas:

- Matemáticas.- Pensamientos lógico, aritmética, calculo diferencial e integral, estadística, probabilidad, algebra lineal, e interpretación de datos.

### 3.1.2.- Aplicación de nociones o principios de las ciencias humanas

- Idioma (inglés común y técnico)
- Técnicas de supervisión
- Relaciones humanas
- Presentaciones efectivas
- Administración del tiempo
- Ética
- Teorías de la organización
- Teorías de Liderazgo

### 3.1.3.- Técnicas para solucionar problemas

- Ruta critica
- Control estadístico
- Herramientas de calidad

### 3.1.3.- Técnicas para tomar decisiones

- Evaluación de proyectos
- Análisis FODA
- Técnicas para Negociar
- Análisis Costo Beneficio

### 3.1.4.- Utilización de las TIC

- Procesador de Datos
- Hoja de Calculo
- Gestor de presentaciones
- Uso de plataformas computacionales
- Software especializado (procesadores de datos tipo STATA, SPSS)

## 4.- Sugerencias Relativas a la Formación

Como resultado de la aplicación del AST se pudo recibir sugerencias relativas al área de negocios internacionales y la formación de los futuros egresados.

Los participantes coincidieron que los jóvenes deben de tener escenarios con mayor práctica de los procesos de exportación e importación de los productos, ya que coincidieron en que los jóvenes deben de ser capaces de poder observar todas las medidas reglamentarias, normatividades y aspectos legales de esta área.

A su vez, un área en la que se mostró especial interés es en la falta de humildad de los nuevos egresados, ya que esto les impide el obtener la información necesaria para su desempeño dentro de las empresas. Se mencionó constantemente la humildad, para aceptar entrar a una empresa realizando actividades de asistente y así conocer mejor la empresa, para posteriormente desempeñarse en el área. En este sentido mencionan especial interés en el área de desarrollo humano con temas de esta área.

La enseñanza del segundo idioma fue muy marcado, pero se menciona la necesidad de no solo centrarse en la enseñanza del idioma inglés, sino el chino mandarín, ya que en las empresas de Sinaloa, la exportación a países del pacífico les exige obtener la mayor ventaja en esas tierras, con la finalidad de obtener las mejores ganancias en este sentido.

En este último punto, se menciona el especial interés en la negociación y el conocimiento de culturas de otros países, ya que esto le permitirá a los especialistas en el área incidir de manera positiva frente a las otras empresas, por lo que se insistió en las técnicas de negociación efectiva, las cuales permitieran establecer relaciones de largo plazo con clientes de otras regiones.

## 5.- Conclusiones

Las funciones descritas en el presente documento, buscan reflejar el resultado del taller se análisis de la situación de trabajo, realizado tomando el punto de vista de empresarios y expertos que inciden en el tema de los negocios internacionales y en el sector en general, los cuales han dotado de un punto de vista muy enriquecedor y se ha intentado plasmar en el presente documento.

Como resultado se ha obtenido las 4 funciones que se consideran esenciales del sector en negocios internacionales, los cuales permitirán generar el desarrollo curricular para la implementación de una nueva opción de oferta educativa dentro del subsistema de universidades politécnicas

Con dichos resultados se espera fortalecer el atributo de pertinencia de la educación, permitiendo a su vez estar inserta en el desarrollo de las necesidades del sector. Con esto se acercara más al estudiante al área laboral, permitiendo que a su vez incida en la mejora de la empresa en la que ingresa y la región en la que se asienta, funcionando como agentes de cambio.

En ese sentido, este trabajo tiene como intención servir como base para fundamentar planea y programas de estudio que se buscan generar, dada la viabilidad que es observa para un perfil de egreso como el que se está visualizando, lo cual será sujeto a la validación y autorización de la Coordinación General de Universidades Tecnológicas y Politécnicas.