

COMPETITIVIDAD Y MERCADOS INTERNACIONALES



PROGRAMA DE CURSO



UCI
Universidad para la
Cooperación Internacional

Descripción general

Las dinámicas propias de la globalización, que se han acelerado de forma notoria en la última década, han traído consigo nuevos retos, tanto para los países como para las empresas, para ser competitivos. Desde esta perspectiva, se comprende que las empresas no son las únicas que deben formular estrategias para ser más competitivas en los mercados locales e internacionales, sino que, los países también enfrentan el mismo reto, lo que implica la formulación de políticas públicas con miras a generar un entorno propicio para que las empresas puedan operar.

Lo anterior supone que, la competitividad en mercados internacionales surge de la relación de codependencia entre los países y sus empresas. Una empresa -nacional o de inversión extranjera- no puede competir a nivel global si su entorno próximo no le brinda las condiciones para crecer y ser competitiva. Por su parte, los países no pueden ser competitivos -con respecto a otros países- si el tipo de industria interna es adversa a innovar, incorporar nuevas tecnologías y contar con estrategias de crecimiento y expansión.

Adicionalmente a lo ya mencionado, los retos de la humanidad para enfrentar el calentamiento global, el agotamiento y destrucción de los recursos naturales y desarrollo de la vida humana, suscitan la necesidad de abordar el tema de desarrollo regenerativo -que incluye las dimensiones ambientales y sociales- no solo como un "tema importante", sino como un eje transversal en la forma como las empresas y países participan en las dinámicas globales al mismo tiempo que buscan ser más competitivos.

Así las cosas, este curso desarrolla los tópicos atinentes a la competitividad y mercados extranjeros al mismo tiempo que incorpora su relación con el desarrollo regenerativo, brindando herramientas que permitan a los profesionales proponer estrategias de mejora o tomar decisiones informadas a retos actuales que enfrentan las organizaciones donde laboran.

Objetivo general

Reorientar la concepción tradicional de competitividad hacia un concepto integral y comprensivo que incorpore como un elemento fundamental las nuevas tendencias y dinámica de la demanda en los mercados internacionales, incluyendo las variables ambiental y social para el desarrollo sostenible.

Objetivos específicos

El estudiante será capaz de:

- a) Analizar el rol de la competitividad en el desempeño organizacional.
- b) Definir los elementos críticos de la nueva competitividad.
- c) Identificar y caracterizar factores comerciales, ambientales y sociales que actúan dentro del concepto de la nueva competitividad.
- d) Estudiar la dinámica de los mercados internacionales por bienes y servicios convencionales y ambientales.
- e) Conocer técnicas para el diseño de estrategias competitivas y de posicionamiento en mercados internacionales.

Presentación del facilitador

Prof. Jorge Rafael Solano Ruíz

Especialista en comercio internacional y actualmente investigador del Centro Internacional de Política Económica (CINPE) de la Universidad Nacional (UNA), en el núcleo de globalización y comercio. Académico de la Escuela de Economía de la Universidad Nacional (UNA) y de la Universidad Internacional de las Américas (UIA).

Cuenta con una maestría en comercio internacional y una especialización en ciencia de datos. Su trabajo se ha centrado en la investigación y producción intelectual en temas sobre política comercial, integración regional, acuerdos comerciales, análisis de datos, desarrollo de indicadores de comercio internacional, competitividad y desarrollo territorial.

También ha fungido como consultor para organizaciones públicas y privadas en el análisis de mercados internacionales y en la evaluación de acciones de política pública.





Contenido programático

Objetivos Generales	Objetivos Específicos	Contenido programático
<p>Reorientar la concepción tradicional de competitividad hacia un concepto integral y comprensivo que incorpore como un elemento fundamental las nuevas tendencias y dinámica de la demanda en los mercados internacionales, incluyendo las variables ambiental y social para el desarrollo sostenible.</p>	<p>Analizar el rol de la competitividad en el desempeño organizacional.</p>	<p>UNIDAD DE APRENDIZAJE I: Globalización y competitividad El concepto de comercio internacional y como se interrelaciona con el tema de competitividad. Aspectos teóricos y conceptuales de la competitividad, en este caso se estudiará desde el enfoque de competitividad sistémica que aborda las dimensiones empresariales, gubernamentales -política- y sociales. Finalmente, se realizará una revisión general de los aspectos teóricos y prácticos de la competitividad empresarial.</p>
	<p>Definir los elementos críticos de la nueva competitividad.</p>	<p>UNIDAD DE APRENDIZAJE II: La competitividad y sus dimensiones Para entender el contexto en que compiten las organizaciones es importante contextualizar la situación actual de la economía y el comercio mundial, los cuales, gracias a la pandemia del COVID-19 han sufrido notorio deterioro y plantean nuevos retos no solo para los gobiernos y las empresas sino, para la humanidad entera. Todo lo anterior, nos recuerda que la salud y el ambiente son elementos claves para el desarrollo e incluso somos propensos a sus efectos, por eso a lo largo de la unidad se partirá de la premisa de que el ambiental es un elemento generador de competitividad y no una barrera de crecimiento. No está de más, reconocer que argumentos que ponen el ambiente como limitante de procesos productivos especialmente en sectores agrícolas y de extracción de materia prima, pero, lo cierto es que, las regulaciones y políticas que han implementado los países -para garantizar la vida de las especies- deberían ser un incentivo suficiente para que las organizaciones competitivas generen cambios e innovaciones para seguir funcionando y, aquellas que no lo son, desaparezcan. También comprenderá que el tema ambiental no corresponde solo a las personas y las organizaciones, sino que los países juegan un rol fundamental, pero en foros como la Organización Mundial del Comercio (OMC) no han logrado ponerse de acuerdo en cómo seguir promoviendo el libre comercio sin mermar las ya deterioradas condiciones medioambientales, que al fin de cuentas han sido devastadas por el mismo comercio. En síntesis, el tema es amplio y se puede tener distintas perspectivas, por esa razón esta unidad más que centrarse en aspectos meramente teóricos, se abocará a la discusión de distintos escenarios en el ámbito internacional, crecimiento económico y las organizaciones.</p>

Objetivos Generales	Objetivos Específicos	Contenido programático
<p>Reorientar la concepción tradicional de competitividad hacia un concepto integral y comprensivo que incorpore como un elemento fundamental las nuevas tendencias y dinámica de la demanda en los mercados internacionales, incluyendo las variables ambiental y social para el desarrollo sostenible.</p>	<p>Identificar y caracterizar factores comerciales, ambientales y sociales que actúan dentro del concepto de la nueva competitividad.</p> <p>Estudiar la dinámica de los mercados internacionales por bienes y servicios convencionales y ambientales.</p>	<p>UNIDAD DE APRENDIZAJE III: La competitividad en el contexto nacional e internacional De la forma como lo explica la descripción de la unidad, el eje central será el de abordar los incentivos para la sostenibilidad en el comercio internacional y las empresas, que toman fuerza en momentos de cambio de la humanidad y los retos de alcanzar los ODS. A pesar de que el enfoque es demostrar los incentivos, esto no excluye la necesidad de hacer un recuento del impacto -negativo- del comercio internacional en los procesos de desarrollo sostenible, porque sin ello, no es posible justificar la importancia del cambio. En tiempos de cambio, abordar con mayor fuerza cómo las organizaciones pueden ser competitivas incorporando metas de responsabilidad ambiental es una oportunidad trascendental para avanzar de mejor forma hacia el desarrollo sostenible y aún mejor, poder hablar con más claridad de desarrollo regenerativo, competitividad y mercados internacionales.</p> <p>UNIDAD DE APRENDIZAJE IV: La organización dentro de la dinámica de los mercados internacionales El estudio de la temática de gestión de la innovación y la competitividad es sumamente extenso por la diversidad de áreas donde se presente y por su misma naturaleza, es cambiante. La unidad hará un breve repaso a nivel macro de los llamados Sistemas Nacionales de Innovación y se pasará al nivel micro, con el estudio de los procesos de gestión de la innovación dentro de las organizaciones. Como ya fue mencionado, el enfoque será a nivel de las organizaciones, pero también, en el marco de las actividades de intercambio de ideas y experiencias se incorporará la discusión de cómo la innovación afecta el ámbito social, ambiental y humano.</p>

Objetivos Generales	Objetivos Específicos	Contenido programático
<p>Reorientar la concepción tradicional de competitividad hacia un concepto integral y comprensivo que incorpore como un elemento fundamental las nuevas tendencias y dinámica de la demanda en los mercados internacionales, incluyendo las variables ambiental y social para el desarrollo sostenible.</p>	<p>Conocer técnicas para el diseño de estrategias competitivas y de posicionamiento en mercados internacionales.</p>	<p>UNIDAD DE APRENDIZAJE V: Estrategias para elevar la competitividad Las certificaciones ambientales forman parte de las herramientas disponibles para las empresas para garantizar que toman medidas destinadas a mitigar o reducir su impacto en el ambiente. Este ha sido un tema que ha tomado fuerza en los últimos años a razón de los retos de la humanidad para -cuanto menos- mitigar su impacto en el ambiente y, como se ha visto a lo largo del curso, las dinámicas comerciales han sido de las que más han agravado el problema. La particularidad de las certificaciones es que se puede considerar en la mayoría de los casos, que son soluciones del sector privado para el sector privado, lo que nos lleva a la discusión de que si siempre será necesario que las regulaciones y buenas prácticas sean impuestas por políticas gubernamentales o de foros internacionales. Hay que tener claro, que los objetivos para optar por una certificación no siempre surgen desde la conciencia, sino que se desprenden de otros intereses como mejorar la imagen o de meramente marketing. No obstante, a pesar de los pros y contras que pueden surgir de este tema, lo que sí es importante, es evaluar si las organizaciones donde labora cada estudiante podrían optar o no por una certificación para ser competitivas local e internacionalmente.</p>

Metodología de enseñanza

El procedimiento para la ejecución académica del curso es virtual, a través de la plataforma de la UCI basada en el software Moodle. La interacción entre el estudiante y el profesor se realizará por diversos medios y mecanismos, entre ellos, mediante la síntesis y el análisis de conceptos teóricos de forma crítica y práctica, haciendo un uso intensivo de los recursos de comunicación que provee la plataforma virtual UCI.

La UCI promueve el espacio de aprendizaje mediante el campus virtual con prácticamente todos los servicios de un campus universitario presencial: bibliografía, salas de discusión virtuales, espacios de interacción y retroalimentación estudiante / profesor-tutor y servicios de comunicación vía correo electrónico o chat. De esta forma, el campus virtual permite un mayor alcance y muestra mayores potencialidades que un campus real, ya que no tiene las limitaciones de tiempo y espacio del campus presencial.

Los estudiantes recibirán al comenzar el curso una guía académica especificando los objetivos de aprendizaje, las lecturas recomendadas para cada objetivo, el contenido de las lecturas, actividades y la propuesta de evaluación de los aprendizajes para cada tema del curso; así como las lecturas que estarán disponibles en cada curso y los recursos asequibles vía web. Asimismo, una guía orientadora para cada sesión les permitirá ser más efectivo en la revisión de la bibliografía disponible y en las consultas al tutor del curso.

El o la asistente del curso estará permanentemente atendiendo el aula virtual para facilitar el proceso de interacción entre el tutor y los estudiantes, así como evacuar dudas procedimentales o prácticas durante el mismo.

Para cada unidad se cuenta con la información y guía requerida para la obtención de los productos y objetivos planteados de parte del profesor y de la asistencia académica en la parte administrativa y de manejo de la plataforma virtual.

Se plantea una mediación sincrónica y asincrónica en el que el docente procure a través de videoconferencias, foros, presentaciones, lecturas y videos acercar el contenido al discente de manera dinámica, utilizando tecnologías de información y comunicación.

Recursos educativos

Al ser un programa virtual, todos los cursos estarán configurados en la plataforma Moodle (<http://www.ucipfg.com>), la cual cuenta con diferentes herramientas tecnológicas (foros, correo interno, chats, entre otros) para coordinar y realizar las actividades que se les soliciten, además con la ventaja de que la plataforma está habilitada las 24 horas del día, los 7 días de la semana. De igual manera, si surgen consultas tienen habilitado un foro de consultas, mismo que revisan periódicamente el profesor y la asistente académica.

En cada unidad del curso tiene disponible la bibliografía obligatoria y complementaria que requieren para completar las actividades.

Estrategias de aprendizaje

Para alcanzar los objetivos dispuestos para el curso y con el propósito de que los mismos estudiantes puedan autorregular su proceso de aprendizaje con la guía del profesor, el curso plantea las siguientes estrategias y sus medios de aprendizaje.

Webinar semanal: clases sincrónicas que se realizan a través de la plataforma ZOOM y con una duración de 3 horas por sesión. Durante estas sesiones se realizan actividades tales como presentaciones de materia, ejercicios individuales y grupales, así como repaso de las actividades de la semana y aclaración de dudas de la materia.

Análisis de casos y tareas individuales: en estos espacios se realizan análisis de estudios de caso con el fin de que los estudiantes pongan en práctica los avances de la materia y apliquen los contenidos de las lecturas.

Foros de discusión: estos espacios serán habilitados semanalmente, y se enfocarán en la construcción conjunta de conocimiento tomando en cuenta los objetivos de cada una de las semanas.

Se espera aportes regulares de cada estudiante, a partir de la experiencia personal, el material compartido e interactuando con el resto del grupo

Proyecto final: el proyecto final tiene como objetivo hacer una valoración general de la competitividad frente a la globalización de las organizaciones donde labora de cada estudiante. Esta valoración no solo se lleva a cabo desde la perspectiva externa -nacional e internacional- sino que además aborda su respectiva autoevaluación de los factores internos.

Evaluación

La evaluación del curso se hará con base en el desarrollo de las actividades grupales e individuales asignadas para cada unidad y un proyecto final de curso con su respectiva presentación. La rubrica de evaluación se detalla seguidamente:

Actividades	Porcentaje
Análisis de caso grupales y foros (5)	20% (4% c/u)
Trabajos individuales (4)	56% (14% c/u)
Documento del proyecto final	14%
Presentación del proyecto final	10%
Total	100%

Cronograma

Unidad	Contenido programático	Actividades de aprendizaje
Unidad de aprendizaje I	<p>Globalización y competitividad</p> <p>El concepto de comercio internacional y como se interrelaciona con el tema de competitividad. Aspectos teóricos y conceptuales de la competitividad, en este caso se estudiará desde el enfoque de competitividad sistémica que aborda las dimensiones empresariales, gubernamentales -política- y sociales.</p> <p>Finalmente, se realizará una revisión general de los aspectos teóricos y prácticos de la competitividad empresarial.</p>	<p>Una vez que se han detallado la descripción, objetivos, contenidos y actividades de la unidad, se procederá a detallar la ruta de aprendizaje planificada:</p> <p>Clase 1 -virtual sincrónica: Se desarrolla una clase magistral impartida por el académico y se promueven espacios para la discusión y consultas.</p> <p>Estudio individual: Se brinda el material didáctico a los estudiantes para el estudio de los temas que se desarrollan en la unidad.</p> <p>Actividad 1 – Foro: Esta es una actividad grupal que tiene como fin la creación de un “marco teórico” en equipo sobre globalización y competitividad.</p> <p>Actividad 2 – Trabajo individual: La actividad tiene como objetivo poner llevar a la práctica los contenidos desarrollados en la unidad, para esto el estudiante hace una evaluación de Costa Rica usando para ello el enfoque de competitividad sistémica y empresarial.</p> <p>Indicaciones del proyecto final.</p>

Unidad	Contenido programático	Actividades de aprendizaje
Unidad de aprendizaje II	<p>La competitividad y sus dimensiones</p> <p>Para entender el contexto en que compiten las organizaciones es importante contextualizar la situación actual de la economía y el comercio mundial, los cuales, gracias a la pandemia del COVID-19 han sufrido notorio deterioro y plantean nuevos retos no solo para los gobiernos y las empresas sino, para la humanidad entera.</p> <p>Todo lo anterior, nos recuerda que la salud y el ambiente son elementos claves para el desarrollo e incluso somos propensos a sus efectos, por eso a lo largo de la unidad se partirá de la premisa de que el ambiental es un elemento generador de competitividad y no una barrera de crecimiento. No está de más, reconocer que argumentos que ponen el ambiente como limitante de procesos productivos especialmente en sectores agrícolas y de extracción de materia prima, pero, lo cierto es que, las regulaciones y políticas que han implementado los países -para garantizar la vida de las especies- deberían ser un incentivo suficiente para que las organizaciones competitivas generen cambios e innovaciones para seguir funcionando y, aquellas que no lo son, desaparezcan.</p> <p>También comprenderá que el tema ambiental no corresponde solo a las personas y las organizaciones, sino que los países juegan un rol fundamental, pero en foros como la Organización Mundial del Comercio (OMC) no han logrado ponerse de acuerdo en cómo seguir promoviendo el libre comercio sin mermar las ya deterioradas condiciones medioambientales, que al fin de cuentas han sido devastadas por el mismo comercio.</p> <p>En síntesis, el tema es amplio y se puede tener distintas perspectivas, por esa razón esta unidad más que centrarse en aspectos meramente teóricos, se abocará a la discusión de distintos escenarios en el ámbito internacional, crecimiento económico y las organizaciones.</p>	<p>El tema de competitividad, comercio y ambiente, tal cual se ha indicado, es amplio y abarca bastante información, pero esto no es una limitante para formular un proceso de aprendizaje que permita tener las nociones generales e incluso incentive realizar un estudio más profundo más adelante. Por esta razón la ruta de aprendizaje se ha organizado de la siguiente forma:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estudio individual: Se brinda el material didáctico a los estudiantes para el estudio de los temas que se desarrollarán en la unidad. Es recomendable consultar el material didáctico antes de la clase sincrónica para que durante el desarrollo de la misma se puedan discutir perspectivas y realizar consultas. 2. Clase 2 -virtual sincrónica: Se desarrolla una clase magistral impartida por el académico y se promueven espacios para la discusión y consultas. 3. Actividad 1 – Foro: Esta es una actividad grupal que tiene como conocer la postura de las personas estudiantes ante argumentos teóricos. 4. Actividad 2 – Trabajo individual: La actividad tiene como objetivo poner llevar a la práctica los contenidos desarrollados en la unidad, en este caso, los estudiantes realizarán un análisis de cómo se desarrolla el tema ambiental a lo interno de la organización donde laboran.



Unidad	Contenido programático	Actividades de aprendizaje
Unidad de aprendizaje III	<p>La competitividad en el contexto nacional e internacional</p> <p>De la forma como lo explica la descripción de la unidad, el eje central será el de abordar los incentivos para la sostenibilidad en el comercio internacional y las empresas, que toman fuerza en momentos de cambio de la humanidad y los retos de alcanzar los ODS. A pesar de que el enfoque es demostrar los incentivos, esto no excluye la necesidad de hacer un recuento del impacto -negativo- del comercio internacional en los procesos de desarrollo sostenible, porque sin ello, no es posible justificar la importancia del cambio.</p> <p>En tiempos de cambio, abordar con mayor fuerza cómo las organizaciones pueden ser competitivas incorporando metas de responsabilidad ambiental es una oportunidad trascendental para avanzar de mejor forma hacia el desarrollo sostenible y aún mejor, poder hablar con más claridad de desarrollo regenerativo, competitividad y mercados internacionales.</p>	<p>Los objetivos de esta unidad buscan evidenciar la incidencia, tanto positiva como negativa, de las organizaciones en el desarrollo sostenible con miras a justificar la importancia de tomar medidas para ser agentes activos en la solución de los retos globales. Se recapitula lo que se hace a nivel global y los acuerdos internacionales en los que participan los gobiernos así como los incentivos que dan a las organizaciones para que puedan ser competitivas sin necesidad de tener impactos negativos en el ambiente y la sociedad.</p> <p>El punto el punto focal son las acciones adoptadas por las organizaciones articuladas a los objetivos globales o nacionales, pero tal vez lo más importante, la creación de indicadores que permitan evidenciar en qué medida incide sus acciones en el cumplimiento de los objetivos mencionados. Para alcanzar los objetivos de la unidad, las actividades se han organizado de la siguiente forma:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Estudio individual: Se brinda el material didáctico a los estudiantes para el estudio de los temas que se desarrollarán en la unidad. Es recomendable consultar el material didáctico antes de la clase sincrónica para que durante el desarrollo de la misma se puedan discutir perspectivas y realizar consultas.2. Clase 3 -virtual sincrónica: Se desarrolla una clase magistral impartida por el académico y se promueven espacios para la discusión y consultas.3. Actividad 1 – Foro: Esta es una actividad grupal se buscará fortalecer entre todos los participantes el concepto de Cadenas de Valor.4. Actividad 2 – Trabajo individual: es una actividad que se enfoca en proponer un índice de sostenibilidad organizacional para las organizaciones donde laboran los profesionales.



Unidad	Contenido programático	Actividades de aprendizaje
Unidad de aprendizaje IV	<p>La organización dentro de la dinámica de los mercados internacionales</p> <p>El estudio de la temática de gestión de la innovación y la competitividad es sumamente extenso por la diversidad de áreas donde se presente y por su misma naturaleza, es cambiante. La unidad hará un breve repaso a nivel macro de los llamados Sistemas Nacionales de Innovación y se pasará al nivel micro, con el estudio de los procesos de gestión de la innovación dentro de las organizaciones.</p> <p>Como ya fue mencionado, el enfoque será a nivel de las organizaciones, pero también, en el marco de las actividades de intercambio de ideas y experiencias se incorporará la discusión de cómo la innovación afecta el ámbito social, ambiental y humano.</p>	<p>El abordaje del tema de la innovación nos ayuda a comprender que el proceso de competitividad va más allá de los recursos económicos y físicos disponibles o los productos comercializados, sino que alcanza ámbitos como intangible. Las ideas, habilidades, destrezas, creatividad y el conocimiento pasan a tener un rol fundamental en la era de la economía del conocimiento; por tanto, las organizaciones que desean ser competitivas frente a lo que será -o es- la industria 5.0 y ciudades inteligentes, no pueden perder de vista el fomento de la cultura de la innovación.</p> <p>Se comprenderá que la innovación no siempre tiene como resultado nuevos productos o servicios y tampoco siempre tiene que ser algo revolucionario, al contrario, puede darse en distintos escenarios y su novedad es relativa al contexto. Para desarrollar todo el tema la ruta de aprendizaje de esta unidad se ordena de esta forma:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Estudio individual: Se brinda literatura y material audiovisual seleccionado cuidadosamente para el estudio del tema de innovación. Es recomendable consultar el material brindado antes de la clase sincrónica para que durante el desarrollo de la misma se puedan discutir perspectivas y realizar consultas.2. Clase 4 -virtual sincrónica: Se desarrolla una clase magistral impartida por el académico y se promueven espacios para la discusión y consultas. Esta clase contará con un experto invitado que desarrollará el tema de Sistemas Nacionales de Innovación.3. Actividad 1 – Foro: Esta es una actividad grupal que abre espacios para compartir opiniones y experiencias y aprender de las del resto de participantes.4. Actividad 2 – Trabajo individual: es una actividad que busca la autoevaluación de los procesos de gestión del conocimiento e innovación dentro de las organizaciones donde laboran los participantes.



Unidad	Contenido programático	Actividades de aprendizaje
Unidad de aprendizaje V	<p>Estrategias para elevar la competitividad</p> <p>Las certificaciones ambientales forman parte de las herramientas disponibles para las empresas para garantizar que toman medidas destinadas a mitigar o reducir su impacto en el ambiente. Este ha sido un tema que ha tomado fuerza en los últimos años a razón de los retos de la humanidad para -cuanto menos- mitigar su impacto en el ambiente y, como se ha visto a lo largo del curso, las dinámicas comerciales han sido de las que más han agravado el problema. La particularidad de las certificaciones es que se puede considerar en la mayoría de los casos, que son soluciones del sector privado para el sector privado, lo que nos lleva a la discusión de que sí siempre será necesario que las regulaciones y buenas prácticas sean impuestas por políticas gubernamentales o de foros internacionales.</p> <p>Hay que tener claro, que los objetivos para optar por una certificación no siempre surgen desde la conciencia, sino que se desprenden de otros intereses como mejorar la imagen o de meramente marketing. No obstante, a pesar de los pros y contras que pueden surgir de este tema, lo que sí es importante, es evaluar si las organizaciones donde labora cada estudiante podrían optar o no por una certificación para ser competitivas local e internacionalmente.</p>	<p>El tema final del curso se centra en las herramientas que tienen las organizaciones para formalizar sus compromisos para mitigar el impacto en el ambiente y se buscará identificar si estas herramientas permiten que las organizaciones puedan asumir compromisos ambientales sin perder la competitividad e incluso mejorarla. Para lograr este objetivo la unidad se esquematiza de esta forma:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Estudio individual: Se brinda el material didáctico a los estudiantes para el estudio de los temas que se desarrollarán en la unidad. Es recomendable consultar el material didáctico antes de la clase sincrónica para que durante el desarrollo de la misma se puedan discutir perspectivas y realizar consultas.2. Clase 5 -virtual sincrónica: Se desarrolla una clase magistral impartida por el académico y se promueven espacios para la discusión y consultas.3. Presentaciones del proyecto final: los estudiantes harán una presentación de los resultados preliminares de su proyecto final.4. Actividad 1 – Foro: La actividad grupal tiene como objetivo conocer como los participantes comprenden los planteamientos teóricos e incluso estar en desacuerdo.5. Actividad 2 – Trabajo individual: actividad enfoca a identificar que tanta importancia le dan las organizaciones a las certificaciones y si estas forman parte de la estrategia competitiva o solo se cumple por requisito.6. Espacio de calificación de la presentación del trabajo final.

Bibliografía

Bibliografía obligatoria-clásica

Anderson, N., Potočnik, K., & Zhou, J. (2014). Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/539699bf7ddf7af92c1f10cc6250a08f.pdf>

Cepal. (2020). La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe 2020. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/d1caace9142b76787951c4a8a11efd6d.pdf>

CEPAL. (2020). Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/16f7cf9895fd069484d67af6c9fd366e.pdf>

Cepal. (2020). Presentación de nuevo libro de la Cepal sobre Cambio Climático. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=n2OgZzSRtHM>

Castro, E. (2010). La estrategia competitiva y su importancia en la buena gestión de las empresas. Ciencias Económicas, 28(1), pp. 247-276. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/download/7073/6758/0>

Cerda, A. (2003). Empresa, competitividad y medio ambiente. Panorama Socioeconómico, 26(1). <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/3232dbc256965eb50a784e27ddccb061.pdf>

De León, G. G. (s/f). Competitividad Sistémica. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/2c90a62393201f81c11f8f92105f9a94.pdf>

De Oslo, M. (2007). DIRECTRICES PARA LA RECOGIDA E INTERPRETACIÓN DE INFORMACIÓN RELATIVA A INNOVACIÓN. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/2c13d7269ad1a9c4c1943d33079e036d.pdf>

Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/00b8d5479fce2731916a05e12f692782.pdf>

Foster, C., & Heeks, R. (2013). Conceptualising Inclusive Innovation: Modifying Systems of Innovation Frameworks to Understand Diffusion of New Technology to Low-Income Consumers. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/4231d72878f2f7406adcc7c64c396d7a.pdf>

Frohmann, A., Mulder, N., & Olmos, X. (2020). Incentivos a la sostenibilidad en el comercio internacional. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/ef8a7fefefd7ce531081ba2f8cfce6b6.pdf>

General, A. (2017). Labor de la Comisión de Estadística en relación con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/83d1f43b1dc364c9db9be72ac135ca65.pdf>

Guillemín, G. (2015). La Innovación y sus ingredientes. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UszEN9SqJ-E>

Heras, I., Arana, G., de Junguitu, A. D., Espí, M., & Molina, J. F. (2008). Los Sistemas de Gestión Medioambiental y la competitividad de las empresas de la CAPV. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/e3466886836c9a2391723dd69b467038.pdf>

Hitt, M.; Hoskisson, R.; y Ireland, R. (2015). Administración estratégica "Competitividad y globalización: conceptos y casos". Boston: Cengage Learning Inc. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/4213ff93f7a608793f305f2c7a3d3b54.pdf>

Moreno, A., Narváez, D., & Sancho, S. (2016). Documento técnico de integración monetaria y financiera regional. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/800bf4bac360bae5048f227a7295af3d.pdf>

Murillo, C. (s/f). Comercio y ambiente: retos para la competitividad <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/0b24fa9ac2b479d463ac30c6296a3d5a.pdf>

Navarro, M. (2001). Los Sistemas Nacionales de Innovación: Una Revisión de la Literatura. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/1acc7438a817c52912834b948490da8a.pdf>

Organización de las Naciones Unidas. (s/f). THE UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT WORKS WITH BUSINESSES IN THE REALMS OF HUMAN RIGHTS, LABOUR, ENVIRONMENT AND ANTI-CORRUPTION TO TRANSFORM OUR WORLD. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/96401b0a09d79ea7382dc094a2c81f54.pdf>

Orozco, J., Ruiz, K., & Corrales, R. (2015). Manual para la Gestión de la Innovación. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/63a244b9991421c2c88eac45c391bc58.pdf>

Porter, M. E. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/ac8147d7fc21a172424ab7351c1456eb.pdf>

Ruiz, J. S. (s/f-a). Gestión de la innovación y la competitividad. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/cffa4e7fa3c8e37aeaaaa06c263bf817.pdf>

Rock, ES. (2016). ¿Quieres innovar? YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=GvoQMbnZ610>

Bibliografía complementaria

El Desarrollo Sostenible, I. I. P. (s/f). Manual de comercio y economía verde. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/5dc79fc85f45d5361d856a1f97b61199.pdf>

Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/c985e4324d0d1662f02595251741c206.pdf>

Grupo de Investigación en Responsabilidad Social Ambiental GIRSA. (2006). MEDIO AMBIENTE FACTOR DE COMPETITIVIDAD. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, II(3), 39-65. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/6944f4fbbc896a5a01ef5609583c0335.pdf>

Guasca, M y Buitrago, L.A. (2012). Elucidación del término “competitividad nacional” y análisis de su medición. Documento de investigación. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/e26dcddc12a741e1c680e2ae5b2142af.pdf>

Martínez, A. M. C., López, P. A. L., & Méndez, C. R. (2011). La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/7f1d50c913ee3ce40a5ded5cff593b33.pdf>

Masanell, R. C., & Ricart, J. E. (2009). COMPANY STRATEGY: BUSINESS MODEL RECONFIGURATION FOR INNOVATION AND INTERNATIONALIZATION. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/9a1be71623e67d73076449e9f1df23f2.pdf>

Ortega, A. (2019). Sociedad 5.0: el concepto japonés para una sociedad superinteligente. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/72625a46d93c5172fee6256c19f05f2e.pdf>

Ranjith, V. K. (2016a). Business Models and Competitive Advantage. ELSEVIER, 203-207. https://www.researchgate.net/publication/301508190_Business_Models_and_Competitive_Advantage

Remacha, M. (2017). Medioambiente: desafíos y oportunidades para las empresas. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/c5ed6048ff767755854eedcb31d3fe03.pdf>

Soler, J. A. P., Delgado, F. M., Sanjuán, A. B., & Nicado, M. (2018). Modelos para evaluar la sostenibilidad de las organizaciones. Universidad ICESI, 63-73. https://www.researchgate.net/publication/324371325_Modelos_para_evaluar_la_sostenibilidad_de_las_organizaciones

Paternoster, A. (s/f). Herramientas para medir la sostenibilidad corporativa. <https://omeka.campusuci2.com/biblioteca/files/original/83d43c26beb999bb0f80b246b798bfdc.pdf>