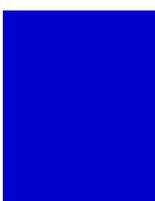


Guía de Trabajo

Plan de Negocios Internacionales

Yuan Salinas Ramos



Guía de Trabajo *Plan de Negocios Internacionales*
Yuan Salinas Ramos

Código: ASUC01464
Plan de Estudios 2018
Material publicado con fines de estudio

Huancayo, 2023

De esta edición

© Universidad Continental, Oficina de Gestión Curricular
Av. San Carlos 1795, Huancayo-Perú
Teléfono: (51 64) 481-430 anexo 7361
Correo electrónico: recursosucvirtual@continental.edu.pe
<http://www.continental.edu.pe/>

Corrección de textos
Roy Vega Jácome

Diseño y diagramación
Edson Quilca Romero

Cuidado de edición
Fondo Editorial y Gestión Curricular

Todos los derechos reservados.

La *Guía de Trabajo*, recurso educativo editado por la Oficina de Gestión Curricular, puede ser impresa para fines de estudio.

Contenido

Presentación	5
Primera Unidad	
Análisis del potencial exportador peruano	7
Semana 1: Sesión 1	
Megatendencias de los negocios internacionales	8
Semana 2: Sesión 2	
Análisis del potencial exportador del país	9
Semana 3: Sesión 3	
Inteligencia de mercados internacionales	10
Semana 4: Sesión 4	
Iniciando una idea de negocio	12
Segunda Unidad	
Plan estratégico y organizacional	13
Semana 5: Sesión 5	
Antecedentes de la empresa. Visión, misión y valores	14
Semana 6: Sesión 6	
Análisis interno y externo de una organización	15
Semana 7: Sesión 7	
Objetivos y estrategias	16
Semana 8: Sesión 8	
Plan organizacional de una empresa	17
Tercera Unidad	
Análisis del producto en el mercado objetivo	19
Semana 9: Sesión 9	
El perfil del mercado objetivo	20
Semana 10: Sesión 10	
Selección del mercado objetivo internacional	22

Semana 11: Sesión 11	
Medición del mercado internacional	24
Semana 12: Sesión 12	
Análisis de la competencia y benchmarking	26
Cuarta Unidad	
Análisis de gestión exportadora y plan financiero	29
Semana 13: Sesión 13	
Plan operacional de una empresa exportadora. Elaboración de estructura de costos y precios de exportación	30
Semana 14: Sesión 14	
Adecuación a normas y requerimientos técnicos internacionales sobre empaque y embalaje	31
Semana 15: Sesión 15	
Implementación de modelo de cotizaciones y contrato de compraventa internacional y manejo documentario. Tipos y formas de pagos internacionales de exportación. Plan financiero	32
Semana 16: Sesión 16	
Evaluación final	33
Referencias	34

Presentación

El material de aprendizaje para los estudiantes es importante para el desarrollo óptimo de la asignatura, ya que se detalla cómo deben desarrollar alguna actividad. Se les orienta y acompaña a través del camino que los lleve al logro de las competencias de la asignatura.

Esta guía se encuentra estructurada teniendo en cuenta las modalidades y las unidades de estudio. ¿Qué contenidos se encontrarán en esta guía? Son los siguientes: análisis del potencial exportador peruano, plan estratégico y organizacional, análisis del producto en el mercado objetivo, análisis de la gestión exportadora y análisis y plan financiero.

Recuerde que esta guía lo acompañará en el logro de su resultado de aprendizaje de la asignatura de Plan de Negocios Internacionales, que apunta a que usted sea capaz de diseñar un plan de negocios internacionales y que formule sus objetivos organizacionales a través de procesos de prospectiva estratégica y aprovechamiento de tecnologías para la innovación y compromiso con el desarrollo sostenible; que establezca estrategias con visión global a través de procesos de prospectiva estratégica y aprovechamiento de tecnologías para la innovación y compromiso con el desarrollo sostenible; que desarrolle ideas de negocios de productos y servicios para mercados internacionales, y que determine la apertura de nuevos mercados de productos y servicios.

Organice su tiempo para que obtenga buenos resultados. La clave está en hallar el equilibrio entre sus actividades personales y las actividades que asuma como estudiante. El estudio requiere constancia; por ello, resulta necesario encontrar la motivación que lo impulse a mejorar cada día. Es importante que revise el contenido teórico antes de desarrollar los trabajos de análisis. Finalmente, recuerde leer detenidamente las indicaciones en cada actividad y emplear diversas fuentes informativas al momento de aportar sus comentarios y productos.

El autor

Primera **Unidad**



Análisis del potencial exportador
peruano

Megatendencias de los negocios internacionales

I. Propósito

El estudiante será capaz de analizar las principales megatendencias de los negocios internacionales.

II. Descripción de la actividad a realizar

- En equipos de dos o, como máximo, cuatro integrantes, lean y resuelvan las preguntas, en forma individual, de la lectura presentada por el docente: Pereyra, M. (2018). *Megatendencias. Las 5 tendencias globales que están cambiando la forma como vivimos y hacemos negocios*. PwC. <https://n9.cl/k4wdt>
- Cada estudiante analizará y responderá las preguntas planteadas de la lectura.
- El líder de cada equipo explicará la resolución de las preguntas planteadas a toda la clase para efectuar el análisis común dando apertura a diversas opiniones.

III. Preguntas

1. ¿Qué es una megatendencia?

2. ¿Cuáles son las principales megatendencias de los negocios internacionales?

3. ¿Cómo cree que influye una megatendencia al momento de hacer negocios internacionales?

4. Busque un video corto en YouTube que muestre una megatendencia de los negocios internacionales.

Análisis del potencial exportador del país

I. Propósito

El estudiante será capaz de analizar la oferta exportable del país.

II. Descripción de la actividad a realizar

1. Explique a través de una presentación sobre la oferta exportable de la región asignada. Deberá realizar esta actividad utilizando cualquiera de las siguientes herramientas (es opcional; usted puede utilizar otras):

- Canva
- Slidesgo
- Plantillaspower
- Geial.ly

2. El trabajo debe consignar una carátula con los datos de los integrantes y el porcentaje de trabajo de cada integrante (0-100 %).

- Lea las diapositivas de la clase.
- Utilice fuentes confiables para obtener la información de la oferta exportable de las regiones asignadas a cada grupo. Se recomienda, por ejemplo:

Exportemos.pe: <https://n9.cl/ta2q6>
<https://n9.cl/vhvky>

BCRP: <https://n9.cl/dbrpq>

Ministerio de Comercio Exterior: <https://n9.cl/9kalw>

INEI (SIRTOD): <https://n9.cl/mqbrn>

Ojo: son solamente recomendaciones; usted puede utilizar otras.

3. Los puntos a considerar en la presentación son los siguientes:

- Aspectos generales de la región (geografía, demografía, costumbres, etcétera).
- Estadísticas de los principales productos de exportación.
- Principales empresas de la región.
- Otros puntos que usted considere importantes para su presentación.

Inteligencia de mercados internacionales

I. Propósito

El estudiante será capaz de distinguir y analizar las principales herramientas de inteligencia comercial internacional para la toma de decisiones internacionales.

II. Descripción de la actividad a realizar

Los alumnos en equipos de, como máximo, cinco personas desarrollarán las preguntas planteadas haciendo uso de las siguientes herramientas de inteligencia comercial internacional:

- Verytrade (ubicado en el campus virtual): <https://n9.cl/x75to>
- Exportemos.pe: <https://n9.cl/j8nj0>
- Trade Map: <https://n9.cl/nqzo1>
- Market Access Map: <https://n9.cl/kiede>
- Global Trade Help Desk: <https://n9.cl/vr7hn>
- Access2Market: <https://n9.cl/8i4rzi>
- Sunat: <https://n9.cl/rb9cdv>

III. Preguntas

Haciendo uso del portal Trade Map, responda las siguientes preguntas:

1. Señale los diez principales países a los cuales el Perú exportó en el 2021.

2. Señale los diez principales países de los cuales importó el Perú en el 2010.

3. Dentro del comercio bilateral Perú-Japón, ¿cuáles son los diez principales productos que Perú exportó a Japón en el 2021?

Haciendo uso del portal Market Access Map, desarrolla lo siguiente:

4. Elija un producto de su criterio y presente la información respecto al acceso de mercados al país de su preferencia (barreras arancelarias y no arancelarias).

Haciendo uso del portal de la Sunat, Veritrade, Exportemos.pe, Global Trade Help Desk y Access2Market, desarrolla lo siguiente:

5. La empresa peruana Lex Inka Corp S.A.C. desea exportar espárragos a España y alcachofas a China, pero desconoce acerca del mercado. Para ello, se solicita la siguiente información:
- Partida arancelaria de alcachofas y espárragos frescos.
 - Estadísticas de importación de espárragos de España.
 - Estadísticas de importación de alcachofas de China.
 - Requisitos no arancelarios para ingresar con las alcachofas a China y con los espárragos a España.
 - Tributos a pagar al momento de ingresar a China y España con los productos mencionados (alcachofas y espárragos).

Iniciando una idea de negocio

I. Propósito

El estudiante será capaz de investigar y proponer una idea de negocio.

II. Descripción de la actividad a realizar

1. En equipos de dos o, como máximo, cinco integrantes, creen un documento Word Drive compartido en el que deberán colocar sus ideas de negocio para su plan de negocios internacionales. La idea elegida se trabajará para el proyecto final.
2. Aspectos a tener en cuenta para la propuesta de las ideas de negocio:
 - Megatendencias de los negocios internacionales.
 - Pensar en los públicos desatendidos y olvidados, como por ejemplo las personas con algún tipo de discapacidad o las personas del grupo LGTB (lesbianas, gays, trans y bisexuales).
 - Productos de moda sostenible.
 - Productos orgánicos.

Segunda Unidad



Plan estratégico y organizacional

Antecedentes de la empresa. Visión, misión y valores

I. Propósito

El estudiante será capaz de evaluar y proponer los antecedentes de la empresa, la visión, la misión y los valores.

II. Descripción de la actividad a realizar

En equipos de dos o, como máximo, cinco integrantes, sobre el Word Drive creado en la clase anterior, deberán avanzar la primera parte de la estructura del plan de negocios internacionales, correspondiente a los antecedentes de la empresa y el plan estratégico (puntos resaltados):

1. Antecedentes de la empresa

- 1.1 Descripción de la empresa
- 1.2 Historia de la empresa
- 1.3 Idea del plan de negocio
- 1.4 Propuesta del plan de negocio
- 1.5 Logo de la empresa
- 1.6 Financiamiento requerido

2. Plan estratégico y plan organizacional

2.1 Plan estratégico

- 2.1.1 Análisis del sector
- 2.1.2 Análisis del entorno externo: análisis PESTA
- 2.1.3 Matriz FODA
- 2.1.4 Visión
- 2.1.5 Misión
- 2.1.6 Valores
- 2.1.7 Objetivos

Análisis interno y externo de una organización

I. Propósito

El estudiante será capaz de analizar y elaborar una matriz de análisis FODA.

II. Descripción de la actividad a realizar

En equipos de dos o, como máximo, cinco integrantes, sobre el Word Drive, deberán avanzar la segunda parte de la estructura del plan de negocios internacionales, correspondiente al plan estratégico (puntos resaltados):

2. Plan estratégico y plan organizacional

2.1 Plan estratégico

2.1.1 Análisis del sector

2.1.2 Análisis del entorno externo: análisis PESTA

2.1.3 Matriz FODA

2.1.4 Visión

2.1.5 Misión

2.1.6 Valores

2.1.7 Objetivos

Objetivos y estrategias

I. Propósito

El estudiante será capaz de plantear objetivos empresariales para su plan de negocios internacionales.

II. Descripción de la actividad a realizar

En equipos de dos o, como máximo, cinco integrantes, sobre el Word Drive, deberán avanzar la segunda parte de la estructura del plan de negocios internacionales, correspondiente al plan estratégico (puntos resaltados):

2. Plan estratégico y plan organizacional

2.1 Plan estratégico

2.1.1 Análisis del sector

2.1.2 Análisis del entorno externo: análisis PESTA

2.1.3 Matriz FODA

2.1.4 Visión

2.1.5 Misión

2.1.6 Valores

2.1.7 Objetivos

2.1.7.1 Objetivo general

2.1.7.2 Objetivos específicos

Plan organizacional de una empresa

I. Propósito

El estudiante será capaz de elaborar un plan organizacional de una empresa.

II. Descripción de la actividad a realizar

En equipos de dos o, como máximo, cinco integrantes, sobre el Word Drive creado para su plan de negocios internacionales, deberán avanzar la segunda parte de la estructura, correspondiente al plan organizacional (organigrama, tipos de organigrama, equipo Planex-perfil empresarial, plan de recursos humanos y cronograma de actividades):

2. Plan estratégico y plan organizacional

2.1 Plan organizacional

- 2.1.1 Organigrama
- 2.1.2 Equipo Planex - perfil empresarial
- 2.1.3 Plan de recursos humanos
- 2.1.4 Tipos de reclutamiento
- 2.1.5 Tipos de selección
- 2.1.6 Tipos de inducción
- 2.1.7 Tipos de capacitación
- 2.1.8 Cronograma de actividades
- 2.1.9 Diagrama de actividades

Tercera **Unidad**



Análisis del producto en el
mercado objetivo

El perfil del mercado objetivo

I. Propósito

El estudiante será capaz de analizar y elaborar un perfil de mercado.

II. Descripción de la actividad a realizar

En equipos de dos o, como máximo, cinco integrantes, sobre el Word Drive creado para su plan de negocios internacionales, deberán avanzar la tercera parte de la estructura, correspondiente al estudio de mercado internacional y plan de *marketing* (puntos resaltados):

3. Estudio de mercado internacional y plan de *marketing*

3.1 Estudio de mercado internacional

- 3.1.1 Tendencia de consumo de producto o servicio
- 3.1.2 Descripción del producto
- 3.1.3 Clasificación arancelaria
- 3.1.4 Identificación del problema

3.2 Análisis del producto y cartera de productos

- 3.2.1 Ciclo de vida del producto
- 3.2.2 Matriz de crecimiento y participación (BCG)

3.3 Selección del mercado objetivo

- 3.3.1 Matriz de selección del mercado objetivo
- 3.3.2 Ficha país del mercado objetivo

3.4 Análisis de la demanda

- 3.4.1 Descripción del sector
 - 3.4.1.1 Exportaciones del producto
 - 3.4.1.2 Empresas exportadoras del producto

3.4.1.3 Importaciones del producto

3.4.1.4 Empresas importadoras del producto

3.4.2 Análisis PESTA del mercado objetivo

3.4.3 Perfil del consumidor

3.5 Segmentación del mercado

3.5.1 Segmentación demográfica

3.5.2 Segmentación geográfica

3.5.3 Segmentación psicográfica

3.5.4 Segmentación conductual

3.5.6 *Buyer* persona

3.6 *Marketing mix*

3.6.1 Política de producto

3.6.2 Política de precio

3.6.3 Política de promoción

Selección del mercado objetivo internacional

I. Propósito

El estudiante será capaz de analizar y elaborar una matriz de selección de mercados internacionales.

II. Descripción de la actividad a realizar

En equipos de dos o, como máximo, cinco integrantes, sobre el Word Drive creado para su plan de negocios internacionales, deberán avanzar la tercera parte de la estructura, correspondiente al estudio de mercado internacional y plan de *marketing* (puntos resaltados):

3. Estudio de mercado internacional y plan de *marketing*

3.1 Estudio de mercado internacional

- 3.1.1 Tendencia de consumo de producto o servicio
- 3.1.2 Descripción del producto
- 3.1.3 Clasificación arancelaria
- 3.1.4 Identificación del problema

3.2 Análisis del producto y cartera de productos

- 3.2.1 Ciclo de vida del producto
- 3.2.2 Matriz de crecimiento y participación (BCG)

3.3 Selección del mercado objetivo

- 3.3.1 Matriz de selección del mercado objetivo
- 3.3.2 Ficha país del mercado objetivo

3.4 Análisis de la demanda

- 3.4.1 Descripción del sector
 - 3.4.1.1 Exportaciones del producto
 - 3.4.1.2 Empresas exportadoras del producto

3.4.1.3 Importaciones del producto

3.4.1.4 Empresas importadoras del producto

3.4.2 Análisis PESTA del mercado objetivo

3.4.3 Perfil del consumidor

3.5 Segmentación del mercado

3.5.1 Segmentación demográfica

3.5.2 Segmentación geográfica

3.5.3 Segmentación psicográfica

3.5.4 Segmentación conductual

3.5.6 *Buyer* persona

3.6 *Marketing mix*

3.6.1 Política de producto

3.6.2 Política de precio

3.6.3 Política de promoción

Medición del mercado internacional

I. Propósito

El estudiante será capaz de medir el mercado internacional.

II. Descripción de la actividad a realizar

En equipos de dos o, como máximo, cinco integrantes, sobre el Word Drive creado para su plan de negocios internacionales, deberán avanzar la tercera parte de la estructura, correspondiente al estudio de mercado internacional y plan de *marketing* (puntos resaltados):

3. Estudio de mercado internacional y plan de *marketing*

3.1 Estudio de mercado internacional

- 3.1.1 Tendencia de consumo de producto o servicio
- 3.1.2 Descripción del producto
- 3.1.3 Clasificación arancelaria
- 3.1.4 Identificación del problema

3.2 Análisis del producto y cartera de productos

- 3.2.1 Ciclo de vida del producto
- 3.2.2 Matriz de crecimiento y participación (BCG)

3.3 Selección del mercado objetivo

- 3.3.1 Matriz de selección del mercado objetivo
- 3.3.2 Ficha país del mercado objetivo

3.4 Análisis de la demanda

- 3.4.1 Descripción del sector
 - 3.4.1.1 Exportaciones del producto
 - 3.4.1.2 Empresas exportadoras del producto

3.4.1.3 Importaciones del producto

3.4.1.4 Empresas importadoras del producto

3.4.2 Análisis PESTA del mercado objetivo

3.4.3 Perfil del consumidor

3.5 Segmentación del mercado

3.5.1 Segmentación demográfica

3.5.2 Segmentación geográfica

3.5.3 Segmentación psicográfica

3.5.4 Segmentación conductual

3.5.6 *Buyer* persona

3.6 *Marketing mix*

3.6.1 Política de producto

3.6.2 Política de precio

3.6.3 Política de promoción

Análisis de la competencia y *benchmarking*

I. Propósito

El estudiante será capaz de identificar y analizar la competencia internacional.

II. Descripción de la actividad a realizar

En equipos de dos o, como máximo, cinco integrantes, sobre el Word Drive creado para su plan de negocios internacionales, deberán avanzar la tercera parte de la estructura, correspondiente al estudio de mercado internacional y plan de *marketing* (puntos resaltados):

3. Estudio de mercado internacional y plan de *marketing*

3.1 Estudio de mercado internacional

- 3.1.1 Tendencia de consumo de producto o servicio
- 3.1.2 Descripción del producto
- 3.1.3 Clasificación arancelaria
- 3.1.4 Identificación del problema

3.2 Análisis del producto y cartera de productos

- 3.2.1 Ciclo de vida del producto
- 3.2.2 Matriz de crecimiento y participación (BCG)

3.3 Selección del mercado objetivo

- 3.3.1 Matriz de selección del mercado objetivo
- 3.3.2 Ficha país del mercado objetivo

3.4 Análisis de la demanda

- 3.4.1 Descripción del sector
 - 3.4.1.1 Exportaciones del producto
 - 3.4.1.2 Empresas exportadoras del producto

3.4.1.3 Importaciones del producto

3.4.1.4 Empresas importadoras del producto

3.4.2 Análisis PESTA del mercado objetivo

3.4.3 Perfil del consumidor

3.5 Segmentación del mercado

3.5.1 Segmentación demográfica

3.5.2 Segmentación geográfica

3.5.3 Segmentación psicográfica

3.5.4 Segmentación conductual

3.5.6 *Buyer* persona

3.6 *Marketing mix*

3.6.1 Política de producto

3.6.2 Política de precio

3.6.3 Política de promoción

Cuarta Unidad



Análisis de gestión exportadora y
plan financiero

Plan operacional de una empresa exportadora. Elaboración de estructura de costos y precios de exportación

I. Propósito

El estudiante será capaz de elaborar costos de producción y precios de exportación.

II. Descripción de la actividad a realizar

En equipos de dos o, como máximo, cinco integrantes, sobre el Word Drive creado para su plan de negocios internacionales, deberán avanzar la cuarta parte de la estructura correspondiente al plan de operación y gestión exportadora.

4. Plan de operación y gestión exportadora

4.1 Plan de operación

- 4.1.1 Plan de operación
- 4.1.2 Ficha de insumo producto
- 4.1.3 Flujo del proceso productivo
- 4.1.4 Costos de producción
- 4.1.5 Materia prima
- 4.1.6 Mano de obra
- 4.1.7 Gastos de fabricación
- 4.1.8 Costo total de producción
- 4.1.9 Margen de ganancia
- 4.1.10 Punto de equilibrio

Adecuación a normas y requerimientos técnicos internacionales sobre empaque y embalaje

I. Propósito

El estudiante será capaz de adecuar el producto de su plan de negocios internacionales de acuerdo con las normas y los requerimientos técnicos internacionales sobre empaque y embalaje.

II. Descripción de la actividad a realizar

En equipos de dos o, como máximo, cinco integrantes, sobre el Word Drive creado para su plan de negocios internacionales, deberán avanzar la cuarta parte de la estructura, correspondiente al plan de operación y gestión exportadora.

4. Plan de operación y gestión exportadora

4.2 Gestión exportadora

4.2.1 Empaque y embalaje

4.2.1 Distribución física internacional

Implementación de modelo de cotizaciones y contrato de compraventa internacional y manejo documentario. Tipos y formas de pagos internacionales de exportación. Plan financiero

I. Propósito

El estudiante será capaz de elaborar y analizar un contrato de compraventa internacional y un plan financiero.

II. Descripción de la actividad a realizar

En equipos de dos o, como máximo, cinco integrantes, sobre el Word Drive creado para su plan de negocios internacionales, deberán avanzar la quinta parte de la estructura, correspondiente al plan de operación y gestión exportadora. En ese mismo sentido, también deberán avanzar respecto a la última parte, correspondiente a las conclusiones, las referencias bibliográficas y los anexos.

5. Análisis financiero y plan financiero

- 5.1 Balance general o de situación
- 5.2 Estado de resultados
- 5.3 Estado de flujo de efectivo
- 5.4 Estado de cambios en el patrimonio neto
- 5.5 Proyección de ventas futuras
- 5.6 Presupuesto de costos proyectados
- 5.7 Presupuesto de utilidades proyectadas

Conclusiones

Referencias bibliográficas

Anexos

- Carta de presentación
- Cotización empresarial
- Contrato de compraventa internacional

Evaluación final

I. Propósito

El estudiante será capaz de exponer su plan de negocios internacionales.

Referencias

- Centro de Comercio Internacional. (2005). *La clave del comercio: libro de respuestas para las pymes exportadoras* (2.ª ed.). Banco Nacional de Comercio Exterior.
- Comisión para la Promoción de Exportaciones (PROMPEX). (2007). *Guía básica para hacer negocios internacionales*. Comisión para la Promoción de Exportaciones (PROMPEX).
- Daniels, J., Radebauch, L., y Sullivan, D. (2013). *Negocios internacionales. Ambientes y operaciones* (14.ª ed.). Pearson.
- Hill, C. (2011). *Negocios internacionales. Competencia en el mercado global*. (8.ª ed.). Mc Graw Hill.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2015). *PENX. Plan estratégico Nacional Exportador 2025*. <https://n9.cl/8xa4e>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). *Manual Plan de Negocio Exportador*. <https://shorturl.at/rAGT9>
- Morales, C. (2000). *Plan de exportación: lleve sus productos a todo el mundo*. Pearson.
- Pereyra, M. (2018). *Megatendencias. Las 5 tendencias globales que están cambiando la forma como vivimos y hacemos negocios*. PwC. <https://n9.cl/k4wdt>
- Stettinius, W., Wood, D., Doyel, J., y Colley, J. (2009). *Plan de negocios: cómo diseñarlo e implementarlo*. McGraw Hill.

