

PROGRAMA DE ASIGNATURA: Plan de Negocios de Exportación

CLAVE: E-PNE9-3

Propósito de aprendizaje de la Asignatura		El estudiante realizará un plan de negocios de exportación como proyecto de inversión, planeación de un producto o servicio y segmentación de mercados internacionales.			
Competencia a la que contribuye la asignatura		Diseñar proyectos de exportación viables, con base en la normatividad aduanal vigente a través del estudio de las leyes aduaneras, de comercio exterior y sus reglamentos, del impuesto general de importación y exportación y sus referentes internacionales, para el cumplimiento de los requerimientos legales y la toma de decisiones estratégicas.			
Tipo de competencia	Cuatrimestre	Créditos	Modalidad	Horas por semana	Horas Totales
Específica	9	4.68	Escolarizada	5	75

Unidades de Aprendizaje	Horas del Saber	Horas del Saber Hacer	Horas Totales
I.- Análisis de la empresa y producto.	10	15	25
II.- Selección del mercado meta internacional.	8	15	23
III.- Estudio Financiero.	5	12	17
IV.- Integración del plan de negocios de exportación.	5	5	10
Total	28	47	75

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-37.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Funciones	Capacidades	Criterios de Desempeño
Evaluar proyectos a través del análisis interno y externo de la empresa, para la toma de decisiones estratégicas de operaciones logísticas, con la finalidad de establecer relaciones comerciales internacionales.	Elaborar un plan de negocios de exportación considerando las características del mercado meta, aspectos legales de comercio exterior, procesos logísticos de importación y exportación, así como la evaluación del costo-beneficio, para sustentar la toma de decisiones al incursionar en los mercados internacionales.	<p>Realiza un plan de negocios de exportación que contiene:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Investigación del mercado meta (aspectos culturales del mercado meta)- -Descripción del producto (fracción arancelaria, descripción del envase, ficha descriptiva, costing o pricing). -Selección y cotización de canales de distribución o intermediarios (tipo de embalaje, tipo de transporte). -Estrategias de comercialización. -Precio de exportación (costos fijos, variables, incoterms). -Documentos y requisitos para exportar (pedimento, factura comercial, lista de empaque, certificados sanitarios, zoosanitario, certificado de origen, contrato de compraventa, certificados especiales). -Barreras arancelarias y no arancelarias.

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-37.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	I.-Análisis de la empresa y producto.					
Propósito esperado	El estudiante identificará la información relevante sobre los aspectos organizacionales, operativos, productivos y financieros de la empresa. Describirá la situación comercial del negocio contemplando las variables: unidades de negocio y portafolio de productos, mezcla de mercadotecnia, análisis histórico de ventas, participación en el mercado, posicionamiento, perfil del consumidor, mercado, industria, macroambiente.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	10	Horas del Saber Hacer	15	Horas Totales	25

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Constitución legal y antecedentes de la empresa	Explicar los conceptos de constitución legal, antecedentes.	Documentar la constitución legal y antecedentes de la empresa.	Desarrollar la habilidad de trabajo en equipo para realizar las actividades que les permitan alcanzar los objetivos establecidos.
Misión empresarial, estructura administrativa y políticas.	Describir la importancia de la misión empresarial, estructura administrativa y políticas.	Preparar la misión empresarial, estructura administrativa, políticas.	
Instalaciones, tecnología y otros activos.	Explicar los conceptos de Instalaciones, tecnología y otros activos.	Organizar las Instalaciones, tecnología y otros activos.	
Cobertura de riesgos y cumplimiento de obligaciones.	Describir la importancia de cobertura de riesgos y cumplimiento de obligaciones.	Inspeccionar la cobertura de riesgos y cumplimiento de obligaciones.	
Fortalezas y debilidades.	Identificar los elementos de fortalezas y debilidades.	Dianosticar los elementos de Fortalezas y debilidades.	
Descripción del producto, proveeduría, subcontratación y costos de producción.	Explicar el proceso de descripción del producto, proveeduría, subcontratación y costos de producción.	Diagramar los elementos del proceso de descripción del producto, proveeduría, subcontratación y costos de producción.	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-37.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Programas de fomento.	Explicar los programas de fomento.	Formular los tipos de programas de fomento.	
Activos fijos y activos intangibles.	Explicar los conceptos de activos fijos y activos intangibles.	Documentar activos fijos y activos intangibles.	
Inventarios, proceso productivo y control de calidad.	Describir la importancia de Inventarios, proceso productivo y control de calidad.	Organizar los inventarios, proceso productivo y control de calidad.	
Imagen, envase y embalaje.	Explicar los conceptos de imagen, envase y embalaje.	Documentar imagen, envase y embalaje.	
Normas oficiales.	Enlistar las normas oficiales.	Inspeccionar los tipos de las normas oficiales.	
Respaldo del producto e investigación y desarrollo.	Explicar el proceso de respaldo del producto e investigación y desarrollo.	Valorar el proceso de respaldo del producto e investigación y desarrollo.	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	x
Equipos colaborativos Tareas de investigación Análisis de caso	Pintarrón. Plumones para pintarrón. Proyector. Equipo de cómputo. Acceso a Internet. Bibliografía. Aplicaciones tecnológicas (apps, videos, gamificación, you tube).	Laboratorio / Taller	
		Empresa	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-37.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes identifican la información relevante sobre los aspectos organizacionales, operativos, productivos y financieros de la empresa. Describen la situación comercial del negocio contemplando las variables: unidades de negocio y portafolio de productos, mezcla de mercadotecnia, análisis histórico de ventas, participación en el mercado, posicionamiento, perfil del consumidor, mercado, industria, macroambiente.	<p>A partir de una prueba escrita, identificar los principales conceptos y aportaciones fundamentales de la constitución legal, antecedentes, misión empresarial, estructura administrativa, políticas, instalaciones, tecnología y otros activos, cobertura de riesgos y cumplimiento de obligaciones, fortalezas y debilidades, descripción del producto, proveeduría, subcontratación y costos de producción, programas de fomento, activos fijos y activos intangibles, inventarios, proceso productivo y control de calidad, imagen, envase y embalaje, normas oficiales y el respaldo del producto e investigación y desarrollo.</p> <p>A partir de una propuesta de mejora a una empresa de su entorno, aplicar los métodos y herramientas para un plan de negocios de exportación, y lo documenta en un reporte que contiene: la constitución legal, antecedentes, misión empresarial, estructura administrativa, políticas, instalaciones, tecnología y otros activos, cobertura de riesgos y cumplimiento de obligaciones, fortalezas y debilidades, descripción del producto, proveeduría, subcontratación y costos de producción, programas de fomento, activos fijos y activos intangibles, inventarios, proceso productivo y control de calidad, imagen, envase y embalaje , normas oficiales y el respaldo del producto e investigación y desarrollo.</p>	<p>Cuestionario.</p> <p>Lista de verificación.</p>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-37.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Unidad de Aprendizaje	II.-Selección del mercado meta internacional.					
Propósito esperado	El estudiante empleará la matriz de selección del país meta, incluyendo las variables: económicas, demográficas, políticas y culturales. Identificará el mercado meta internacional, a partir del análisis situacional, considerando: estratos, hábitos, usos, costumbres y tendencias del consumo; restricciones y regulaciones arancelarias y no arancelarias del mercado meta y aspectos culturales de la negociación comercial.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	8	Horas del Saber Hacer	15	Horas Totales	23

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Descripción de la industria y participación nacional.	Explicar los conceptos de descripción de la industria y participación nacional.	Documentar la descripción de la industria y participación nacional.	Fomentar la responsabilidad, el liderazgo, el aprendizaje autónomo que permitan alcanzar los objetivos del proyecto a desarrollar.
Selección y medición del mercado meta.	Describir la importancia de la selección y medición del mercado meta.	Proponer la selección y medición del mercado meta.	
Barreras arancelarias y no arancelarias.	Explicar los conceptos de barreras arancelarias y no arancelarias.	Inspeccionar las barreras arancelarias y no arancelarias.	
Segmentación del mercado.	Describir la importancia de segmentación del mercado.	Formular la segmentación del mercado.	
Incoterm y logística.	Identificar y enlistar los elementos de Incoterm y logística.	Determinar el incoterm y logística.	
Precio, margen y distribución.	Explicar el proceso de precio, margen y distribución.	Determinar el precio, margen y distribución.	
Competencia.	Explicar el concepto de competencia.	Diagnosticar la competencia.	
Modalidades de pago y formalización legal de compraventa.	Describir la importancia de modalidades de pago y formalización legal de compraventa.	Determinar y estructurar las modalidades de pago y formalización legal de compraventa.	
Mezcla de mercadotecnia y estrategia de penetración.	Explicar los conceptos de mezcla de mercadotecnia y estrategia de penetración.	Proponer la mezcla de mercadotecnia y estrategia de penetración.	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-37.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Clientes potenciales.	Explicar los clientes potenciales.	Determinar los clientes potenciales.	
Oportunidades y amenazas.	Explicar los conceptos de oportunidades y amenazas.	Diagnosticar los elementos de oportunidades y amenazas.	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	x
Equipos colaborativos Tareas de investigación Análisis de caso	Pintarrón. Plumones para pintarrón. Proyector. Equipo de cómputo. Acceso a Internet. Bibliografía. Aplicaciones tecnológicas (apps, videos, gamificación, you tube).	Laboratorio / Taller	
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes emplean la matriz de selección del país meta, incluyendo las variables: económicas, demográficas, políticas y culturales. Identifican el mercado meta internacional, a partir del análisis situacional, considerando: estratos, hábitos, usos, costumbres y tendencias del consumo; restricciones y regulaciones arancelarias y no arancelarias del mercado meta y aspectos culturales de la negociación comercial.	A partir de una prueba escrita, identificar los principales conceptos y aportaciones fundamentales de la descripción de la industria y participación nacional, selección y medición del mercado meta, barreras arancelarias y no arancelarias, segmentación del mercado, Incoterm y logística, precio, margen y distribución, competencia, modalidades de pago y formalización legal de compraventa, mezcla de mercadotecnia y estrategia de penetración, clientes potenciales, oportunidades y amenazas. A partir de una propuesta de mejora a una empresa de su entorno, aplicar los métodos y herramientas para un plan de negocios de exportación, y lo documenta en un reporte que	Cuestionario. Lista de verificación.

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-37.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

	contiene: la descripción de la industria y participación nacional, selección y medición del mercado meta, barreras arancelarias y no arancelarias, segmentación del mercado, Incoterm y logística, precio, margen y distribución, competencia, modalidades de pago y formalización legal de compraventa, mezcla de mercadotecnia y estrategia de penetración, clientes potenciales, oportunidades y amenazas.	
--	---	--

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-37.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Unidad de Aprendizaje	III.- Estudio Financiero.					
Propósito esperado	El estudiante identificará la información financiera del producto/servicio a exportar para evaluar la viabilidad del plan de exportación y las fuentes de financiamiento nacional e internacional para productos exportables.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	5	Horas del Saber Hacer	12	Horas Totales	17

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Información estadística y cifras relevantes.	Explicar los conceptos de Información estadística y cifras relevantes.	Documentar la Información estadística y cifras relevantes.	Ejercer con honestidad y ética en las actividades y tareas asignadas.
Experiencia crediticia, requerimientos de inversión y fuentes de fondeo.	Describir la importancia de la experiencia crediticia, requerimientos de inversión y fuentes de fondeo.	Verificar la experiencia crediticia, requerimientos de inversión y fuentes de fondeo.	
Comparativos.	Explicar los conceptos de comparativos.	Medir los comparativos.	
Punto de equilibrio y margen de seguridad.	Describir la importancia de punto de equilibrio y margen de seguridad.	Formular el punto de equilibrio y margen de seguridad.	
Flujo de efectivo, estados financieros y plan financiero anual.	Identificar los elementos de flujo de efectivo, estados financieros y plan financiero anual.	Determinar el flujo de efectivo, estados financieros y plan financiero anual.	
Premisas y razones financieras .	Explicar los conceptos de premisas y razones financieras.	Determinar las premisas y razones financieras.	
VPN y TIR.	Describir la importancia de VPN y TIR.	Medir el VPN y la TIR.	
Programa de recompra de acciones.	Explicar los conceptos de programa de recompra de acciones.	Valorar el programa de recompra de acciones.	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-37.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	x
Equipos colaborativos Tareas de investigación Análisis de caso	Pintarrón. Plumones para pintarrón. Proyector. Equipo de cómputo. Acceso a Internet. Bibliografía. Aplicaciones tecnológicas (apps, videos, gamificación, you tube).	Laboratorio / Taller	
		Empresa	

Proceso de Evaluación			
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación	
Los estudiantes identifican la información financiera del producto/servicio a exportar para evaluar la viabilidad del plan de exportación y las fuentes de financiamiento nacional e internacional para productos exportables.	<p>A partir de una prueba escrita, identificar los principales conceptos y aportaciones fundamentales de la Información estadística y cifras relevantes, experiencia crediticia, requerimientos de inversión y fuentes de fondeo, comparativos, punto de equilibrio y margen de seguridad, flujo de efectivo, estados financieros y plan financiero anual, premisas y razones financieras, VPN y TIR y programa de recompra de acciones.</p> <p>A partir de una propuesta de mejora a una empresa de su entorno, aplicar los métodos y herramientas para un plan de negocios de exportación , y lo documenta en un reporte que contiene: la Información estadística y cifras relevantes, experiencia crediticia, requerimientos de inversión y fuentes de fondeo, comparativos, punto de equilibrio y margen de seguridad, flujo de efectivo, estados financieros y plan financiero anual, premisas y razones financieras, VPN y TIR y programa de recompra de acciones.</p>	Cuestionario.	Lista de verificación.

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-37.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Unidad de Aprendizaje	.-Integración del plan de negocios de exportación.					
Propósito esperado	El estudiante establecerá la estrategia de mercadotecnia a seguir en el plan de negocios de exportación con base en objetivos comerciales y financieros. Realizará el Plan de negocios de exportación en carpeta ejecutiva de acuerdo al contenido documental base.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	5	Horas del Saber Hacer	5	Horas Totales	10

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Producto o servicio.	Describir la importancia de producto o servicio.	Demostrar la importancia de producto o servicio.	
Planteamiento global del proyecto.	Identificar los elementos de planteamiento global del proyecto.	Determinar los elementos de planteamiento global del proyecto.	
Mercado meta.	Explicar los conceptos de mercado meta.	Demostrar la importancia de mercado meta.	
Requerimiento y proyecciones financieras.	Describir la importancia de requerimiento y proyecciones financieras.	Demostrar los conceptos de requerimiento y proyecciones financieras.	Fortalecer el liderazgo en las actividades prácticas coordinando las tareas para el buen resultado del proyecto a desarrollar.

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	x
Equipos colaborativos	Pintarrón.		
Tareas de investigación	Plumones para pintarrón.		
Análisis de caso	Proyector.		
	Equipo de cómputo.		
	Acceso a Internet.		
	Bibliografía.		

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-37.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

	Aplicaciones tecnológicas (apps, videos, gamificación, you tube).		
--	---	--	--

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes establecen la estrategia de mercadotecnia a seguir en el plan de negocios de exportación con base en objetivos comerciales y financieros. Realizan el plan de negocios de exportación en carpeta ejecutiva de acuerdo al contenido documental base.	<p>A partir de una prueba escrita, identificar los principales conceptos y aportaciones fundamentales del producto o servicio, planteamiento global del proyecto, mercado meta, requerimiento y proyecciones financieras.</p> <p>A partir de una propuesta de mejora a una empresa de su entorno, aplicar los métodos y herramientas para un plan de negocios de exportación, y lo documenta en un reporte que contiene: los antecedentes, producto o servicio, planteamiento global del proyecto, mercado meta, requerimiento y proyecciones financieras.</p>	<p>Cuestionario.</p> <p>Lista de verificación.</p>

Perfil idóneo del docente		
Formación académica	Formación Pedagógica	Experiencia Profesional
Lic. en Administración, Comercio Internacional, Negocios Internacionales, Relaciones Internacionales o perfil afín.	Diseño en material didáctico Elaboración de planeación didáctica Conocimiento del modelo basado en competencias	Experiencia en actividades o puestos afines al área de Comercio Internacional, Negocios Internacionales, Relaciones Internacionales.
Maestría en Administración, Comercio Internacional, Negocios Internacionales, Relaciones Internacionales o perfil afín.	Conocimiento del modelo educativo de las Universidades del Subsistema Tecnológico. Manejo de grupos	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-37.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

	Manejo de estrategias Interacción docente-alumno	
--	---	--

Referencias bibliográficas					
Autor	Año	Título del documento	Lugar de publicación	Editorial	ISBN
Global Negotiator	2013	Plan de Exportación Guía práctica para empresas		Global Marketing	9788492570908
Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.	2003	Plan de Negocios para Proyectos de Exportación. (PLANEX)	México	BANCOMEXT.	
Carlos Morales Troncoso	2001	Plan de Exportación: Lleve sus productos a todo el Mundo	México	PEARSON	9789701703625
ProMéxico	2015	Decídete a Exportar. Guía Básica	México	PROMÉXICO	
Arias Ranedo Antonio	2013	Planificando la internacionalización: los planes de exportación e importación		Formación Alcalá	9788415708650

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-37.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	

Referencias digitales			
Autor	Fecha de recuperación	Título del documento	Vínculo
SIAVI 5.0 Secretaría de economía	10 de junio 2024	Clasificación arancelaria	http://siavi.economia.gob.mx
International Trade Administration	10 de junio 2024	Clasificación arancelaria	https://www.trade.gov/harmonized-system-hs-codes#:~:text=Among%20industry%20classification%20systems%2C%20Harmonized,method%20of%20classifying%20traded%20products.
Nacional Financiera. Banco de Desarrollo	10 de junio 2024	Razones Financieras	https://www.nafin.com/portalf/files/secciones/capacitacion_asistencia/pdf/Fundamentos%20de%20negocio/Finanzas/finanzas1_2.pdf
Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C. (Bancomext)	10 de junio 2024	Productos y servicios para Exportadores	https://www.bancomext.com/empresas-que-apoyamos/exportadores
Agencia Nacional de Aduanas de México. (ANAM)	10 de junio 2024	Importando y exportando. Guía de importación y exportación	https://anam.gob.mx/guia-de-importacion-y-exportacion/
Secretaría de economía	10 de junio 2024	Pasos para exportar desde México > Desarrollar un plan estratégico para exportar	https://e.economia.gob.mx/guias/desarrollar-un-plan-estrategico-para-exportar/
Servicio Nacional de Información de Comercio Exterior	10 de junio 2024	Aprende a Exportar	https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/comercio.aprende.exportar.html

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-37.1
APROBÓ:	DGUTYP	VIGENTE A PARTIR DE:	SEPTIEMBRE 2024	