**Formato de guión para interactividad**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Fecha:** | Febrero 2018 | **Docente:** | ENOE LEANDRA SANCHEZ M |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Programa:** | CONTADURIA PUBLICA A DISTANCIA  | **Materia:** | NEG. INTERNACIONALES |
| **Tema:** | PLAN EXPORTADOR  | **Tipo de interactividad ubicados en el manual de autor página 7.5:** | Estrategias para organizar la información y el diseño de textos académicos - X Items |

|  |
| --- |
| **Describa la idea principal de la interactividad** |
| **Por favor diseñar interactividad de acuerdo con la referencia:** **Título: Componentes del plan de negocio exportador.****Instrucción:** Haga clic sobre cada ícono para conocer los componentes del plan de negocio exportador.**Contenido de los íconos:*** **El resumen ejecutivo**, es el primer componente de la estructura de un plan de negocio exportador, el cual debe elaborarse una vez se haya estructurado el plan de negocios como tal. En este resumen ejecutivo deben establecerse los diferentes temas desarrollados del plan de negocios, debe ser redactado de una manera muy concreta y objetiva que permita despertar el interés de inversionistas, socios y entidades financieras, y debe quedar claramente establecida la idea de negocio, la importancia del mercado al cual se orienta la estrategia exportadora, el equipo de dirección que componen la empresa, la operación de la logística de suministros, fabricación y distribución internacional, la identificación de los posibles riesgos y el plan para mitigarlos, así como los principales indicadores financieros en términos de inversión, rentabilidad e impacto para la empresa exportadora. En otras palabras, un buen resumen ejecutivo es aquel que presenta la radiografía de manera sintética y coherente, el contenido del plan de negocios propuesto, su alcance, objetivos e importancia estratégica para la compañía. (Stutely y Toraya, 2000).
* **Descripción del negocio**, corresponde al segundo ítem del plan de negocios cuyo objetivo presentar la empresa, su direccionamiento estratégico en términos de visión, misión, principios y valores y estrategias, describir el **sector económico** en el que se inscribe el producto o servicio a exportar, los antecedentes históricos no sólo de la empresa sino también de la configuración de la idea de negocio, las diferentes estrategias para penetrar en el mercado seleccionado, las ventajas comparativas y competitivas de los productos objeto de exportación, así como las posibilidades de investigación y desarrollo de los mismos para ser más competitivos en el contexto internacional. En otras palabras, la descripción del negocio busca presentar la empresa, la naturaleza de los productos objeto de exportación, de exponer los compromisos en el corto mediano y largo plazo el desarrollo del negocio y las demás ventajas comparativas, competitivas, tecnológicas y de rentabilidad que justifican llevarlo a cabo, dependiendo de la naturaleza económica y jurídico-legal de la organización o compañía que desee incursionar en el mercado internacional. (Stutely y Toraya, 2000).
* **Análisis del mercado**, es un componente muy importante en el Plan de negocios por cuanto aquí se definirá si el producto o servicio tendrá demanda o acogida en el mercado internacional, que sumado a otros factores de contexto geográfico, cultural y social del destino objeto del plan de negocios, se hace necesario establecer. El análisis del mercado debe incorporar la descripción de la región o país en el cual se va incursionar, destacando las consideraciones políticas y jurídicas legales, culturales y sociales que favorecen o se convierten en barreras para la penetración de los diferentes nichos de mercado. El mercado objetivo debe quedar muy bien definido en cuanto a características de los consumidores, volumen de venta, precios, canales de distribución, estrategias de promoción, distribución y posicionamiento del producto y de marca, entre otros aspectos relacionados con producto, precio, distribución y promoción, flujo de información que puede ser obtenida mediante fuentes secundarias o fuentes primarias cuando es posible realizar la investigación o inteligencia de mercados. El análisis del mercado también incluye considerar cuál es la competencia a nivel interno del país de destino, pero también la competencia a nivel de otros países con los cuales dicho país mantiene relaciones comerciales, que fácilmente pueden constituirse en una barrera de penetración por calidad, precios y posicionamiento de imagen país. (Segovia, 2014).
* **Equipo de dirección**, el cual hace referencia en primera instancia a la estructura organizacional de la empresa, pero ante todo la descripción de la unidad y del perfil de las personas que integran el equipo emprendedor que serán responsables de la gestión y las operaciones inherentes al plan exportador. Es importante escribir cuáles eran sus funciones y responsabilidades, la experiencia requerida, tipo de remuneración y los costos que demanda la creación o adecuación de la infraestructura física y tecnológica de carácter directivo, administrativo y operativo relacionada con el plan de negocios exportador.
* **Operaciones/estrategias de entrada**, corresponden a la definición de la logística de suministros de materias primas, insumos y materiales para la logística de producción y de distribución física nacional e internacional. En este aspecto es importante establecer cuáles son las estrategias para su implementación, relacionando los costos que implica cada una de las operaciones, la infraestructura física, técnica y tecnológica requerida, así como la preparación de los despachos en términos de producto, movilidad interna, tránsito internacional, llegada al país de destino, etc., definiendo cada una de las etapas en cuanto a los diversos trámites y documentación requerida para enfrentar las operaciones de exportación o importación en el mercado internacional. Todo esto incluye la definición de los procesos internos del país de origen, los procesos que demanda el tránsito internacional, y los procesos inherentes a la llegada de la mercancía, su nacionalización y demás aspectos determinantes dependiendo de la negociación bajo términos Incoterms.

Dentro de este componente del plan de negocio exportador, también es importante definir el soporte que se brindará al cliente extranjero, así como los diferentes planes para investigación y desarrollo de los productos con miras a ser competitivos y perdurar en el tiempo bajo principios de crecimiento y posicionamiento competitivo.* **Riesgos críticos**, como componente de un Plan de negocio exportador, se tiene la necesidad de establecer las principales variables de orden exógeno que pueden afectar el éxito del plan exportador, es decir, analizar las variables de carácter político, económico, social y cultural del país de destino, que pueden generar inestabilidad para conectar la confianza por constituir riesgos no controlables que redundan en la negociación internacional. También es importante considerar los riesgos de carácter interno en materia de política económica tales como impuestos, tasas de cambio, inflación, recesión, entre otros.
* **Proyecciones financieras**, como todo negocio, en un Plan exportador el análisis de las proyecciones financieras, los principales estados financieros a partir de datos históricos y los pronósticos futuros, son importantes para la toma de decisiones sobre la factibilidad del plan de negocios. El flujo de caja, el balance general, el estado resultados, los cambios en la ecuación patrimonial, etc., constituyen la base sobre la cual se justifica tomar decisiones con respecto a la implementación del Plan de negocio exportador. Dichos estados financieros deben ser calculados de manera mensual, para el primer año y para un horizonte de cinco años, donde se contemplen datos históricos, datos presentes y pronósticos futuros, que permitan establecer el punto de equilibrio y los indicadores de liquidez, rentabilidad, solvencia, endeudamiento y actividad, no sólo en la moneda doméstica, sino también en dólares según la tasa de cambio oficial para la cual se analiza la situación financiera de la empresa. (Padilla, 2015).
 |
| Describa el propósito de aprendizaje de la interactividad  |
| ***Relacionar cada componente que integra un documento de plan exportador.***  |