



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA

I. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura:	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE EXPORTACIÓN
1.2	Código:	CE 509-EG 12E
1.3	Condición:	Electivo
1.4	Pre – requisito:	CE 402
1.5	N° de horas de clase:	04 (02 T; 02 P)
1.6	N° de créditos:	03
1.7	Ciclo:	Noveno
1.8	Semestre Académico:	2022-B
1.9	Duración:	17 semanas
1.10	Profesor(a):	Mag. Pedro alberto Jave Chávez.

II. SUMILLA

El curso es de naturaleza teórico – práctico, que pretende desarrollar habilidades y aptitudes para formular y evaluar íntegramente proyectos de Comercio Exterior. Revisar las diversas rutas metodológicas para la formulación y evaluación de proyectos de exportación, desde su fase analítica: diagnóstico, factibilidad y pronóstico, hasta la secuencia de confección: competitividad, mercado, adecuación técnica y evaluación técnica financiera.

UNIDAD I.- Formulación de Proyectos de Exportación

UNIDAD II.- Evaluación de Proyectos de Exportación

III. COMPETENCIAS

Competencia General:

Formula y evalúa un proyecto de negocios, que nace de las necesidades existentes en el mercado y las aprovecha, mejorando la situación de su empresa, según las estructuras académicamente convenidas.

Competencias de la asignatura:

1. Identifica oportunidades de inversión, incorporando herramientas de recolección de datos que les permitan identificar las oportunidades de inversión en los mercados.
2. Construye flujos y analiza, desde la perspectiva de: medición de rentabilidad del negocio; medición de rentabilidad de los proyectos de exportación con financiamiento y la capacidad de pago.
3. Entiende el concepto de la incertidumbre y calcula los indicadores de evaluación de los proyectos de exportación para determinar el tamaño óptimo, que permite apoyar la decisión de inversión.

COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA	CAPACIDADES	ACTITUDES
Identifica oportunidades de inversión, incorporando herramientas de recolección de datos que les permitan identificar las oportunidades de inversión en los mercados de exportación.	1.- Analiza los criterios económicos básicos para elaborar proyectos de exportación 2.- Analiza la demanda mundial elaborando estudio de mercado y presentando un Plan de Marketing. 3.- Estudia y define la oferta para el mercado seleccionado que corresponde a su proyecto de exportación	Pondera el aporte de las teorías aprendidas contrastándolas con los resultados de estudios empíricos de la realidad.
Construye flujos y analiza, desde la perspectiva de: medición de rentabilidad del negocio; medición de rentabilidad de los proyectos con financiamiento y la capacidad de pago.	1.- Elabora estructura de costos para exportación e importación. 2.- Elabora el proceso de operación y organización de exportación. Estructura del plan de marketing y logístico. 3.- Calcula y analiza el costo efectivo de las tasas de interés.	Aprecia integrar los saberes del análisis económico con los métodos cuantitativos.
Entiende el concepto de la incertidumbre y calcula los indicadores de evaluación de los proyectos de exportación para determinar el tamaño óptimo, que permite apoyar la decisión de inversión.	1.- Elabora un plan económico financiero. Emplea los diferentes índices de liquidez para mostrar el nivel de solvencia financiera. 2.- Elabora los flujos de caja correspondientes de acuerdo a la estructura de financiamiento de las inversiones, y determina la rentabilidad respectiva. 3.- Determina la tasa de descuento para el flujo correspondiente.	Valora la aplicación de la teoría económica financiera en la evaluación de impacto de la política económica.

IV. PROGRAMACIÓN POR UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad N°1: Formulación de Proyectos de Exportación				
Duración: 8 semanas				
Fecha de inicio: 27.03.2017			Fecha de término:20.05.2017	
Capacidades de la unidad	C E-A	1.- Identifica los fundamentos determinantes de la demanda y oferta de exportación, utilizando las teorías principales de la demanda y oferta agregada del mercado de exportación. 2.- Aplica los modelos de demanda y oferta agregada del mercado internacional en la solución de casos.		
	C IF	3.- Revisa estudios empíricos sobre los determinantes de la demanda y oferta agregada.		
PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS				
SEM	CONTENIDO CONCEPTUAL	CONTENIDO PROCEDIMENTAL	CONTENIDO ACTITUDINAL	INDICADORES de Evaluación
1	<ul style="list-style-type: none"> Examen Diagnóstico El agente de aduana Introducción: Comercio exterior 	Reconoce que las fórmulas utilizadas para exportar por las diversas empresas tienen costos operativos y logísticos según su tamaño y el tipo de exportación que realiza apoyado de la explicación del docente	Valora la utilidad del contenido y la historia de los mercados de exportación.	Reconoce el concepto, campo, historia y medición de los mercados de exportación
2	<ul style="list-style-type: none"> Guía de exportación Tarea de elección de un producto ESTUDIO DE MERCADO 	A partir de material audiovisual compara las teorías de la elección de los mercados internacionales	Justifica la elección correcta con fines de proteger la inversión en el producto	Demuestra las diferencias de las teorías mediante la resolución de un cuestionario.
3	<ul style="list-style-type: none"> Utilización de trademap Utilización e Doing Bussines Utilización de Population Pyramids Utilización página de la sunat 	1.- A partir de material audiovisual conoce las teorías sobre la inversión. 2.- Simula en una hoja de Excel la evaluación de un proyecto de inversión.	Recomienda la inversión para generar empleos de calidad.	Demuestra la aplicación de las teorías mediante el desarrollo de un caso práctico.
4	<ul style="list-style-type: none"> Acceso al mercado Proyecto de exportación. Presentación 	En un modelo analizamos los costos operativos que genera el mercado elegido.	Argumenta a favor de un presupuesto público responsable para que el gobierno atienda por lo menos los	Reconoce los resultados de un costo operativo y sus efectos mediante un caso práctico.
5	<ul style="list-style-type: none"> Forma de seleccionar el mercado 	A partir de material audiovisual conoce las explicaciones sobre la	Recomienda una evaluación consistente en las fases de del	Discrimina entre las diferentes fases del proyecto y las

	DEFINICION DEL PLAN <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración la parte 1 del Plan de Exportación 	evaluación y fases del selección de mercado.	proyecto de exportación	diferentes fases de evaluación.
6	<ul style="list-style-type: none"> • Mercancías prohibidas y restringidas • Incoterms 2020 • Casos de aplicación de los Incoterms 2020 	A partir de un PPT conoce las mercancías restringidas y prohibidas en el proceso de exportación	Argumenta a favor de una metodología en el uso de las mercancías prohibidas y restringidas	A partir de una monografía analiza el impacto de las distintas formas de las restricciones de las mercancías
7	<ul style="list-style-type: none"> • Sustentación del Plan • Actividad Económica • Mercancía a Exportar • Clasificación (HS - CIU) • Perfil del Mercado de Destino • Oferta Exportable Nacional 	A partir de material audiovisual compara y analiza los Incoterms 2020	Valora la comprensión de los Incoterms 2020	Discrimina las la forma de aplicación de los diferentes Incoterms 2020
8	EXAMEN PARCIAL			

Unidad N°2: Evaluación de Proyectos de Exportación y Viabilidad del Proyecto de exportación				
Duración: 3 semanas				
Fecha de inicio: 22.05.2017			Fecha de término: 10.06.2017	
Capacidades de la unidad	C E-A	1.- Correlaciona variables de evaluación de proyectos de exportación en el marco de la economía internacional 2.- Resuelve modelos de viabilidad de proyectos realizando simulaciones con ejercicios y problemas.		
	C IF	3.- Recopila datos de variables de evaluación y viabilidad de proyectos de exportación mide la relación entre ellas para estudios de caso.		
PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS				
SEM	CONTENIDO CONCEPTUAL	CONTENIDO PROCEDIMENTAL	CONTENIDO ACTITUDINAL	INDICADORES
9	PLAN ADMINISTRATIVO <ul style="list-style-type: none"> • Constitución y Organización • Requisitos de funcionamiento • Aspectos Administrativos y Legales • Aspectos Tributarios • Análisis FODA del Plan 	A partir de un modelo en Excel conoce la relación entre las variables relevantes en una empresa de exportación.	Aprecia establecer relaciones funcionales en la constitución de una empresa con fines de exportación	Reconoce las variables y parámetros que ayudan a explicar

	<ul style="list-style-type: none"> Planeamiento estratégico 			
10	MARKETING INTERNACIONAL <ul style="list-style-type: none"> Investigación del Mercado Objetivo Oferta y la Demanda Precios y Cotizaciones Estrategias de Ventas y Distribución Estrategias de Promoción Pronóstico de Exportaciones 	A partir de un modelo conoce la relación entre las variables relevantes de un investigación mercado internacional con fines de exportación	Aprecia establecer relaciones funcionales y graficarlos en la investigación del mercado de exportación	Reconoce las variables y parámetros que ayudan a explicar el mercado elegido para la exportación
11	PLAN DE OPERACIONES <ul style="list-style-type: none"> Tamaño y Localización del Negocio Maquinaria y Tecnología Aplicada Producción Almacenaje y Distribución Local Comercialización Sistema de Calidad 	A partir de material audiovisual analizamos los principales enfoques de determinación del tamaño y localización del negocio.	Valora el análisis de mercados globales y la interrelación de sus principales variables.	Reconoce las variables y parámetros que ayudan a explicar el mercado internacional
12	PLAN DE COMERCIO EXTERIOR <ul style="list-style-type: none"> Contrato de Exportaciones Incoterms Medio de Pago Régimen Aduanero Gestión del Despacho Flujograma de Exportación 	A partir de material audiovisual analizamos los principales enfoques de determinación de contratos de exportación y medios de pago.	Valora el análisis de mercados globales y la interrelación de sus principales variables.	Reconoce las variables y parámetros que ayudan a explicar el mercado internacional
13	PLAN DE LOGÍSTICA INTERNACIONAL <ul style="list-style-type: none"> Envases, Empaques y Embalajes Rotulado y Marcado Unitarización y Cubicaje de la Carga 	A partir de material audiovisual recopila información en todo lo referente a envases y embalajes	Aprecia establecer relaciones entre los diversos empaques y embalajes	Reconoce las variables y parámetros que ayudan a explicar el mercado internacional
14	<ul style="list-style-type: none"> Fijación del Flete Internacional Póliza de Seguros DFI de Exportación 	A partir de material recopila información sobre fletes y seguros	Valora el análisis de mercados globales en la fijación de fletes	Reconoce las variables y parámetros que ayudan a explicar los fletes
15	PLAN ECONOMICO Y FINANCIERO <ul style="list-style-type: none"> Costos y Punto de Equilibrio Presupuesto del Plan Elección de Líneas de Financiamiento 	A partir de material recopila información para establecer el punto de equilibrio y hacer la evaluación del proyecto	Valora el análisis de mercados globales y la interrelación de sus principales variables.	Reconoce las variables y parámetros que ayudan a explicar el mercado internacional

	<ul style="list-style-type: none"> • Tributación de la Exportación • Estados Financieros del Plan • Evaluación de la Inversión 			
16	EXAMEN FINAL			
17	Examen sustitutorio			

V. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

1. Estrategia didáctica:
 - a. Exposición
 - b. Aprendizaje colaborativo
 - c. Pregunta
 - d. Debate y discusión
 - e. Simulación
 - f. Aprendizaje basado en problemas
 - g. Contrato de aprendizaje

2. Estrategia de transferencia:
 - a. Análisis o comparación de teorías.
 - b. Trabajo individual y grupal.
 - c. Debate de problemas concretos.
 - d. Resolución individual de ejercicios y problemas.

3. Estrategia participativa de grupo:
 - a. Inicio: Aclarar objetivos, usar analogías y lluvia de ideas.
 - b. Desarrollo: Usar evidencia empírica que integre el aprendizaje total, estimular la reflexión crítica.
 - c. Cierre: Motivar a hacer y responder preguntas, ofrecer soluciones múltiples, o hacer resumen.

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

Los materiales y recursos didácticos que se utilizan en el desarrollo de la asignatura son:

MEDIOS INFORMÁTICOS	MATERIALES EDUCATIVOS IMPRESOS	MATERIALES DIGITALES
a. Computadora b. Retroproyector c. Multimedia d. Software estadístico e. Internet f. Correo electrónico	a. Libros de texto. b. Separatas c. Artículos científicos d. Documentos de trabajo. e. Compendios estadísticos.	a. Texto digital b. Videos c. Imágenes d. Tutoriales e. Página web f. Laboratorio virtual. g. Diapositivas

VII. EVALUACIÓN

ASPECTOS	CRITERIOS	INSTRUMENTOS
CONCEPTUALES	Asimila y apropia definiciones, conceptos, símbolos, etc. para analizar los datos y resultados de un modelo macroeconómico.	1.- Prueba objetiva de respuesta combinada 2.- Mapa conceptual 3.- Prueba escrita.

		4.- Monografía
PROCEDIMENTALES	Sabe cómo formular y resolver un modelo macroeconómico de oferta y demanda agregada.	1.- Análisis de los problemas y ejercicios realizados en los exámenes. 2.- Observación directa de trabajos en aula. 3.- Análisis de estudios de casos.. 4.- Prácticas dirigida y calificada.
ACTITUDINALES	Valora la utilidad de los modelos de oferta y demanda agregada para analizar el impacto de las políticas fiscal y monetaria.	1.- Registro de anécdotas, incidentes o sucesos interesantes. 2.- Evaluación participativa del grupo. 3.- Observar cambios de conducta.

Promedio de Nota Final

EVALUACIONES	PESOS Y COEFICIENTES
Examen Parcial (EP)	20%
Examen Final (EF)	20%
Participación en Clase y Actitud (P.A)	10%
Proyecto Final de Exportación (PFE)	50%

$$NF = 0.20EP + 0.2EF + 0.10PA + 0.50PFE$$

XVI. BIBLIOGRAFIA

BASICA

- 1.- Sapag, N. (2011). *Proyectos de Inversión: formulación y evaluación*. México D.F: Pearson Educación.
- 2.- Quispe, R. (2002). *Formulación, Evaluación, Ejecución y Administración de Proyectos de Inversión*. Lima: Instituto de Investigación El Pacífico.
- 3.- Collazos, J. (2003). *Manual de Proyectos de Inversión para el nuevo milenio*. Lima: Editorial San Marcos.
- 4.- Don Séller/ Michael Clements (1998). *Desarrollo de Productos de Exportación*. Ginebra: Centro de Comercio Internacional ITC/UNCTAD.
- 5.- Michael R. Czinkota (1996). *Marketing Internacional, Cuarta edición*. Madrid: Mc Graw –Hill.

- 6.- Philip R Cateora (1997). Marketing Internacional. Octava Edición. México: Editorial IRWIN.
- 7.- MINCETUR (2004). Plan Estratégico Nacional Exportador PENX. Lima: MINCETUR.
- 8.- Juan B. García Sordo (2001). Marketing Internacional, primera edición. México: Mc Graw – Hill.

ELECTRONICA

- 1.- COFIDE (2016). *Líneas de Financiamiento para Comercio Exterior*. Disponible en: www.cofide.com.pe/líneas_de_financiamiento.
- 2.- MINCETUR (2016). *Planes Operativos de Exportación (PENX: 2025)*. Disponible en: www.mincetur.gob.pe/PENX.
- 3.- INTRACEN (2016). *Herramientas de competitividad/trademap* [en línea]. Disponible en: www.intracen.org/herramientas/trademap.
4. - SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS Y DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA <http://www.sunat.gob.pe/SUNAT>
5. - SUPERINTENDENCIA DE BANCA Y SEGUROS <http://www.sbs.gob.pe/SBS>
6. - BANCO CENTRALÑ DE RESERVA DEL PERÚ <http://www.bcrp.gob.pe/>
7. - BCRPINSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA <http://www.inei.gob.pe/INEI>
8. - ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES DEL PERÚ <http://www.adexperu.org.pe/>
9. - ADEXSOCIEDAD DE COMERCIO EXTERIOR DEL PERÚ <http://www.comexperu.org.pe/COMEX>