



**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ
CARRIÓN**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

SILABO POR COMPETENCIAS

CURSO:

INGENIERÍA DE LA EXPORTACIÓN

DOCENTE:

ESPINOZA MORE CARLA MILAGROS

SEMESTRE ACADEMICO

2026-I

SÍLABO DE INGENIERÍA DE LA EXPORTACIÓN

I. DATOS GENERALES

Línea de Carrera	LC2 – Comercio Internacional
Curso	Ingeniería de la exportación
Código del Curso	45502
Horas Semanales	Hrs. Totales: 05 Teóricas: 03 Practicas: 02
Ciclo	IX – A

II. SUMILLA

La asignatura de ingeniería de la exportación es de naturaleza teórico – práctica. Pertenece al grupo de conocimientos formativos de la especialidad, tiene como finalidad propiciar en los estudiantes el cómo abordar profesionalmente la internacionalización utilizando las estrategias más modernas y seguras para realizar las exportaciones, previo un estudio del mercado. La asignatura proporcionará éstas habilidades bajo el desarrollo de los siguientes temas:

El plan de internacionalización y el apoyo con orientación para la exportación. Importancia de la información para internacionalizar su empresa. Importancia de la información para internacionalizar su empresa. La marca y calidad de producción La gestión del comercio exterior en la empresa.

COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Conoce, analiza y aplica los documentos normativos de la exportación, teniendo en cuenta todo los pasos que deben seguirse teniendo en cuenta las normas de los países donde se hace la exportación.

Unidad I: El plan de internacionalización y el apoyo con orientación para la exportación.

Unidad II: Importancia de la información para internacionalizar su empresa.

Unidad III: La marca y calidad de producción

Unidad IV: La gestión del comercio exterior en la empresa

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	SEMANAS
UNIDAD I	Identificar las fases clave en el proceso de internacionalización de la empresa, y aplicar estrategias de exportación según los mercados objetivo y características del negocio.	EL PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN Y EL APOYO CON ORIENTACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN.	1-4
UNIDAD II	Analizar las fuentes de información relevantes para la internacionalización, evaluando el entorno económico y normativo de los mercados internacionales.	IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN PARA INTERNACIONALIZAR SU EMPRESA	5-8
UNIDAD III	Desarrollar estrategias para posicionar la marca en mercados internacionales, garantizando los estándares de calidad en la producción para competir globalmente.	LA MARCA Y CALIDAD DE PRODUCCIÓN	9-12
UNIDAD IV	Implementar técnicas y herramientas de gestión aduanera, logística y normativa en el comercio exterior, optimizando los procesos de exportación e importación.	LA GESTIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR EN LA EMPRESA	13-16

IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

N°	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	Analiza el panorama de la agroexportación mundial y nacional identificando oportunidades de negocio.
2	Explica las fases del proceso de exportación y diferencia productos con potencial exportador.
3	Diseña un modelo de negocio orientado a la exportación con enfoque de mercado internacional.
4	Identifica los actores de la cadena logística y utiliza herramientas de promoción de exportaciones.
5	Utiliza herramientas de inteligencia comercial para identificar mercados potenciales.
6	Describe los documentos requeridos en una operación de exportación.
7	Completa correctamente documentos de exportación para transporte marítimo y aéreo.
8	Calcula los costos asociados al proceso de exportación.
9	Explica la logística de comercialización en agroexportaciones.
10	Determina el tipo de envase y embalaje según el producto y mercado.
11	Identifica los principales puertos del mundo y tipos de buques de carga.
12	Aplica técnicas de almacenamiento y manipulación de carga.
13	Explica el funcionamiento de los medios de pago internacionales.
14	Identifica certificaciones necesarias para exportar productos.
15	Diseña estrategias de promoción para mercados internacionales.
16	Calcula correctamente el beneficio del drawback en exportaciones.

V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS:

UNIDAD DIDÁCTICA I: EL PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN Y EL APOYO CON ORIENTACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: Identificar las fases clave en el proceso de internacionalización de la empresa, y aplicar estrategias de exportación según los mercados objetivo y características del negocio.					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	1	Introducción a la ingeniería de la exportación. Panorama mundial y nacional de la agroexportación. Importancia de las exportaciones en el desarrollo económico.	Analiza estadísticas de exportación y tendencias de la agroexportación peruana.	Valora el rol de las exportaciones en el desarrollo económico del país.	Clase magistral, análisis de reportes de comercio internacional, discusión guiada.	Analiza el panorama de la agroexportación mundial y nacional identificando oportunidades de negocio.
	2	Planificación estratégica de exportaciones. Tipos, fases y procedimientos del proceso exportador. Atributos y diferenciación del producto exportable.	Identifica mercados potenciales y propone productos con ventajas competitivas.	Participa activamente en el análisis estratégico de exportaciones.	Exposición docente, trabajo colaborativo, análisis de casos.	Explica las fases del proceso de exportación y diferencia productos con potencial exportador.
	3	Plan de negocios para exportación utilizando el modelo CANVAS. Estudio de mercado internacional.	Diseña un modelo de negocio exportador utilizando la metodología CANVAS.	Demuestra iniciativa en la formulación de proyectos exportadores.	Taller práctico, trabajo grupal, exposición de propuestas.	Diseña un modelo de negocio orientado a la exportación con enfoque de mercado internacional.
	4	Cadena logística de exportación. Identificación de socios estratégicos (modelo 5C). Plataforma PROMPERÚ y herramientas de promoción.	Elabora un esquema de la cadena logística exportadora identificando actores clave.	Demuestra actitud analítica en la identificación de socios comerciales.	Estudio de casos, simulaciones y taller de plan exportador.	Identifica los actores de la cadena logística y utiliza herramientas de promoción de exportaciones.
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none"> Estudios de Casos Cuestionarios 		<ul style="list-style-type: none"> Trabajos individuales y/o grupales Soluciones a Ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> Participación de clase. 	

UNIDAD DIDÁCTICA II: IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN PARA INTERNACIONALIZAR SU EMPRESA	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: Analizar las fuentes de información relevantes para la internacionalización, evaluando el entorno económico y normativo de los mercados internacionales.					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	1	Herramientas de inteligencia de mercado. Requisitos técnicos de acceso a mercados internacionales para productos agrícolas.	Utiliza bases de datos de comercio exterior para identificar oportunidades de mercado.	Demuestra responsabilidad en el análisis de información comercial.	Clase expositiva, análisis de bases de datos, foros virtuales.	Utiliza herramientas de inteligencia comercial para identificar mercados potenciales.
	2	Documentos de exportación. Factura comercial, packing list, certificado de origen, documentos aduaneros.	Elabora un flujograma de la trazabilidad documentaria del proceso exportador.	Valora la importancia de la transparencia documental.	Taller práctico y simulación documental.	Describe los documentos requeridos en una operación de exportación.
	3	Llenado de documentación marítima y aérea. Contrato de compraventa internacional, conocimiento de embarque (Bill of Lading), guía aérea.	Simula el llenado de documentos de exportación en operaciones marítimas y aéreas.	Demuestra precisión y responsabilidad en la gestión documental.	Taller de simulación documental.	Completa correctamente documentos de exportación para transporte marítimo y aéreo.
	4	Costos de producción y costos internacionales de exportación. Elaboración de flujogramas de costos.	Calcula costos de producción y costos logísticos de exportación.	Desarrolla actitud analítica en la evaluación de costos.	Resolución de ejercicios y casos prácticos.	Calcula los costos asociados al proceso de exportación.
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO		
<ul style="list-style-type: none"> Estudios de Casos Cuestionarios 		<ul style="list-style-type: none"> Trabajos individuales y/o grupales Soluciones a Ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> Participación de clase. 		

UNIDAD DIDÁCTICA III: LA MARCA Y CALIDAD DE PRODUCCIÓN	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Desarrollar estrategias para posicionar la marca en mercados internacionales, garantizando los estándares de calidad en la producción para competir globalmente.					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	1	Logística y comercialización de productos de agroexportación. Cadena de suministro internacional.	Analiza la cadena logística de productos agroexportables.	Reconoce la importancia de la logística eficiente.	Clase magistral y análisis de casos.	Explica la logística de comercialización en agroexportaciones.
	2	Envases y embalajes en comercio internacional. Normas y estándares internacionales.	Selecciona envases y embalajes adecuados para productos exportables.	Demuestra responsabilidad en la protección del producto.	Taller aplicado.	Determina el tipo de envase y embalaje según el producto y mercado.
	3	Transporte internacional. Siglas clave en embarques marítimos, buques de carga comerciales y principales puertos del mundo.	Identifica tipos de buques, rutas marítimas y puertos estratégicos.	Muestra interés por la dinámica del transporte internacional.	Análisis de videos, estudio de rutas comerciales.	Identifica los principales puertos del mundo y tipos de buques de carga.
	4	Gestión de inventarios y almacenamiento. Picking, packing y manipulación de carga. Visita de campo	Aplica técnicas de manipulación de inventarios en almacenes logísticos.	Valora la eficiencia en la gestión logística.	Taller práctico y visita de campo.	Aplica técnicas de almacenamiento y manipulación de carga.
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de Casos • Cuestionarios 		<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos individuales y/o grupales • Soluciones a Ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> • Participación de clase. 	

UNIDAD DIDÁCTICA IV: LA GESTIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR EN LA EMPRESA	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: Implementar técnicas y herramientas de gestión aduanera, logística y normativa en el comercio exterior, optimizando los procesos de exportación e importación.					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	1	Operaciones bancarias en exportaciones. Medios de pago internacionales y financiamiento.	Simula operaciones de pago internacional utilizando instrumentos financieros.	Demuestra responsabilidad en operaciones financieras.	Taller y simulaciones.	Explica el funcionamiento de los medios de pago internacionales.
	2	Certificaciones internacionales para exportar. ISO, GlobalGAP, certificaciones de calidad.	Analiza requisitos para la obtención de certificaciones internacionales.	Valora la calidad como factor de competitividad.	Estudio de casos.	Identifica certificaciones necesarias para exportar productos.
	3	Promoción comercial internacional. Ferias internacionales y estrategias de marketing exportador.	Diseña estrategias de promoción comercial internacional.	Participa activamente en la promoción de productos.	Simulación de ferias internacionales.	Diseña estrategias de promoción para mercados internacionales.
	4	Aplicación del Drawback en exportaciones. Normativa y cálculo del beneficio.	Aplica casos prácticos para calcular la restitución de derechos arancelarios.	Demuestra criterio técnico en la aplicación normativa.	Análisis de casos.	Calcula correctamente el beneficio del drawback en exportaciones.
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de Casos • Cuestionarios 		<ul style="list-style-type: none"> • Trabajos individuales y/o grupales • Soluciones a Ejercicios propuestos 		<ul style="list-style-type: none"> • Participación de clase. 	

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

1. MEDIOS ESCRITOS

- Casos prácticos
- Lecturas
- Revistas empresariales
- Plumones /notas adhesivas/pizarra

2. MEDIOS VISUALES Y ELECTRONICOS

- Plataforma de exportemos.pe
- Proyector
- Videos y documentales:
- Infografías

3. MEDIOS INFORMATICOS

- Aplicaciones móviles (Tarde map, global trade)

VII. EVALUACIÓN:

La Evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

1. Evidencias de Conocimiento.

La Evaluación será a través de pruebas escritas y orales para el análisis y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver como identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y llega a conclusiones) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc.

En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante reconozca sus debilidades y fortalezas para corregir o mejorar.

Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.

2. Evidencia de Desempeño.

Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles.

La evaluación de desempeño se evalúa ponderando como el estudiante se hace investigador aplicando los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

3. Evidencia de Producto.

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto, no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto de evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales y el trabajo final.

Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación.

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS
Evaluación de Conocimiento	20 %	El ciclo académico comprende 4
Evaluación de Producto	40%	
Evaluación de Desempeño	40 %	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4)

$$PF = \frac{PM1 + PM2 + PM3 + PM4}{4}$$

VIII. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

UNIDAD DIDACTICA I:

- Minervini, Nicola. (2024) Ingeniería de la Exportación. La ruta para internacionalizar su empresa.
- Hector Hugo Juarez Allende (2024). La organización mundial de aduanas. Pasado Presente y futuro.
- Juan Antonio Marco. (2021). Logística 5.0. Transporte tu logística al mundo digital.

UNIDAD DIDACTICA II:

- Alberto García Trius. Guía documental para exportar e importar. Los 12 documentos clave. Marge Books
- <http://www.sunat.gob.pe/>
- <https://www.adexperu.org.pe/>
- <https://exportemos.pe/>
- <https://www.macmap.org/>
- <https://servicios.senasa.gob.pe/consultaRequisitos/consultarRequisitos.action>
- <https://www.latintrade.com>
- <https://www.prompex.gob.pe>
- <https://www.mincetur.gob.pe>

UNIDAD DIDACTICA III:

- Jose Escudero Serrano (2019). Logística de Almacenamiento . https://www.google.com/books/edition/Log%C3%ADstica_de_almacenamiento_2_%C2%AA_edici/vcSPDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=ALMACENAMIENTO+PACKING&pg=PA204&printsec=frontcover
- Cristina Rodríguez Fischer. Reinventar Cajas, envases y embalajes. 2017
- Pablo Dorta Gonzalez. Transporte y logística internacional. Aulamagna Proyecto Clave
- Servicios al exportador (2024), Codigos de conducta. Responsabilidad social empresarial en pymes exportadoras.

UNIDAD DIDACTICA IV:

- Minervini, Nicola. (2024) Ingeniería de la Exportación. La ruta para internacionalizar su empresa.
- Rivera Nahrworld. (2022) Nuevas regulaciones ambientales internacionales: una oportunidad para la sostenibilidad y la competitividad.
- Fernando Casana Merino. La Aplicación de los tributos en la importación y exportación de mercancías.
- Tratado de Aduanas e Impuestos Especiales. Benjamí Masco 2013.
- <https://repositorio.promperu.gob.pe/>
- <https://www.wto.org>

IX. PROBLEMAS QUE EL ESTUDIANTE RESOLVERÀ AL FINALIZAR EL CURSO

MAGNITUD CAUSAL OBJETO DEL PROBLEMA	ACCIÓN METRICA DE VINCULACIÓN	CONSECUENCIA METRICA VINCULANTE DE LA ACCIÓN
Falta de planificación estratégica en la internacionalización de la empresa.	Aplicación de herramientas de análisis de mercados internacionales y estrategias de entrada.	Incremento en la tasa de éxito de internacionalización en un 30%.
Deficiencia en el acceso a información relevante sobre mercados exteriores.	Implementación de estudios de mercado y fuentes de inteligencia comercial.	Reducción del 20% en la incertidumbre del mercado objetivo.
Baja percepción de la marca y falta de diferenciación en mercados internacionales.	Desarrollo de estrategias de branding internacional y certificaciones de calidad.	Aumento del 25% en el reconocimiento de marca en el mercado objetivo.
Falta de conocimiento sobre regulaciones y normativas internacionales.	Implementación de estándares internacionales (ISO, FDA, HACCP).	Disminución del 40% en rechazos de productos en aduanas extranjeras.
Desconocimiento de costos logísticos y su impacto en la rentabilidad.	Evaluación de costos logísticos y estrategias de optimización en la cadena de suministro.	Reducción del 15% en costos operativos y mejora en tiempos de entrega.
Falta de financiamiento para la internacionalización de la empresa.	Gestión de créditos de exportación y programas de incentivos gubernamentales.	Incremento del 35% en la obtención de financiamiento para exportaciones.
Ineficiencia en la gestión de riesgos asociados a exportaciones.	Aplicación de estrategias de cobertura cambiaria y seguros de exportación.	Reducción del 30% en pérdidas por fluctuaciones cambiarias y riesgos comerciales.

Huacho, marzo, 2026

M(o). CARLA MILAGROS ESPINOZA MORE
DOCENTE