

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA

CARRERA: Comercio Internacional Y Negocios Electrónicos	ASIGNATURA: Plan de Negocios.
UNIDAD 1: El Espíritu Emprendedor y la Creatividad.	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: " Desarrollo de un Plan de Negocios " .	
Objetivos: Fomentar el pensamiento estratégico y la innovación.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 15 horas	
<p>1. FUNDAMENTOS:</p> <p>El emprendimiento es un proceso que impulsa el desarrollo económico y social mediante la creación de nuevas oportunidades de negocio, empleo e innovación. Fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes permite formar profesionales con iniciativa, visión estratégica y capacidad para enfrentar los desafíos del entorno competitivo actual.</p> <p>Esta unidad busca que los participantes reconozcan sus potencialidades personales y profesionales, identifiquen oportunidades en el mercado y fortalezcan su creatividad como herramienta para generar soluciones innovadoras. Se promueve la comprensión de la importancia del pensamiento creativo en la gestión de ideas que puedan transformarse en proyectos sostenibles y rentables, contribuyendo al desarrollo local y nacional.</p>	
<p>2. OBJETIVOS A ALCANZAR:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollar habilidades creativas y estratégicas para identificar oportunidades en el mercado internacional. ● Realizar análisis de entorno y mercado para fundamentar decisiones empresariales. ● Diseñar un plan de negocios estructurado que incluya estrategias de marketing, operaciones y finanzas. 	
<p>3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Habilidades de Pensamiento: <ul style="list-style-type: none"> ○ Análisis crítico: Evaluar información de mercado y tomar decisiones informadas. ○ Creatividad: Generar ideas innovadoras que respondan a las demandas del mercado. ○ Toma de decisiones estratégicas: Diseñar propuestas viables basadas en el análisis del entorno. ● Destrezas Sensoriales: <ul style="list-style-type: none"> ○ Observación: Identificar oportunidades y necesidades del mercado a través de la investigación. ● Destrezas Motoras: 	

- Redacción y presentación: Elaborar y defender un plan de negocios profesional.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

Se evaluará mediante:

- Análisis de entorno: Identificación de oportunidades y amenazas en el mercado.
- Diseño del modelo de negocio: Uso del CANVAS como herramienta estructural.
- Presentación del plan: Exposición clara y fundamentada de las estrategias planteadas.
- Participación activa: Aporte en la discusión grupal y retroalimentación entre equipos.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

El estudiante deberá realizar la lectura previa de:

Moreno Castro, T. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Ril Editores.

Posteriormente, elaborará un resumen sobre los conceptos de emprendimiento, creatividad y características del emprendedor. Además, identificará un caso ecuatoriano exitoso que ejemplifique la aplicación de la creatividad en los negocios.

Se recomienda también realizar una observación directa del entorno (barrio, ciudad o comunidad) para detectar necesidades o problemas que puedan transformarse en oportunidades de negocio.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

Ejercicio Práctico: Desarrollo Integral de un Plan de Negocios para el Mercado Internacional

Introducción al Caso Práctico

Planteamiento inicial:

El docente presentará un caso ficticio:

Un grupo de estudiantes ha identificado una oportunidad en el mercado internacional para exportar productos ecológicos de Ecuador, como empaques biodegradables hechos a base de bagazo de caña de azúcar.

El reto consiste en desarrollar un plan de negocios completo, considerando la investigación de mercado, propuesta de valor, estrategias de marketing y plan financiero, que permita posicionar el producto en mercados europeos.

Objetivos del Caso Práctico:

1. Identificar habilidades y conocimientos del equipo para desarrollar un plan de negocios.
2. Diseñar un modelo de negocio viable utilizando herramientas estratégicas como el Modelo CANVAS.
3. Elaborar estrategias de marketing y proyecciones financieras para garantizar la rentabilidad del proyecto.

Fase 1: Análisis de Capacidades y Entorno

1. Taller Grupal:

- Cada equipo realizará una lluvia de ideas para identificar habilidades creativas individuales y colectivas que puedan contribuir al desarrollo del proyecto.
Ejemplo: capacidades en diseño, habilidades para el análisis de mercado o experiencia previa en marketing.

2. Investigación de Mercado:

- Los estudiantes recopilarán información sobre:
 - **Tendencias:** Aumento de la demanda de productos sostenibles en Europa.
 - **Competencia:** Identificar competidores en mercados objetivos como Alemania y Países Bajos.
 - **Demanda:** Análisis de consumidores interesados en productos ecológicos.

3. Análisis DAFO:

- Cada grupo elaborará un análisis DAFO para evaluar:
 - Fortalezas: Innovación del producto y compromiso del equipo.
 - Debilidades: Desconocimiento inicial del mercado internacional.
 - Oportunidades: Creciente interés por productos sostenibles.
 - Amenazas: Competencia establecida y costos logísticos.

Fase 2: Diseño de la Propuesta de Valor y Modelo CANVAS

1. Propuesta de Valor:

- Definir el problema que resuelve el producto: Reducir la contaminación causada por plásticos de un solo uso en envases.
- Beneficios ofrecidos: Material sostenible, 100% biodegradable y adaptable a múltiples usos comerciales.

2. Modelo CANVAS:

- Completar los 9 bloques, destacando:
 - **Propuesta de valor:** Empaques biodegradables de calidad exportable.

- **Segmento de clientes:** Empresas de alimentos y consumidores conscientes en Europa.
- **Canales:** Distribución a través de distribuidores locales y e-commerce.
- **Estructura de costos:** Producción, logística, y marketing.
- **Fuentes de ingreso:** Venta directa y contratos con empresas.

3. Validación Simulada:

- Probar la viabilidad de la propuesta a través de entrevistas ficticias con clientes simulados (representados por otros estudiantes).
- Recopilar retroalimentación sobre el atractivo del producto y las barreras de compra.

Fase 3: Estrategias de Marketing y Finanzas

1. Estrategias de Marketing:

- Diseñar un plan promocional:
 - **Campañas digitales:** Publicidad en redes sociales y Google Ads.
 - **Participación en ferias:** Asistencia a eventos como ferias de sostenibilidad en Europa.
- Definir canales de distribución:
 - A través de distribuidores locales en los mercados objetivo.
 - Venta directa en plataformas de e-commerce.
- Estrategia de fijación de precios:
 - Precios competitivos alineados con el mercado, considerando márgenes de ganancia.

2. Plan Financiero:

- Proyección de costos:
 - Costo de producción por unidad: \$0.30.
 - Costo de exportación por lote: \$500.
- Fuentes de financiamiento:
 - Fondos propios.
 - Créditos verdes para iniciativas sostenibles.
- Proyección de ingresos:
 - Margen de ganancia esperado del 30% sobre el costo de producción.

3. Cronograma Operativo:

- Detallar las fases y tiempos del proyecto, por ejemplo:
 - **Mes 1-2:** Investigación de mercado y diseño del plan.

- **Mes 3:** Inicio de producción y lanzamiento de estrategias de marketing.
- **Mes 4-6:** Inicio de ventas y evaluación de resultados.

Elaboración del Informe Final

Estructura del Informe:

1. **Introducción:** Contexto del proyecto y objetivos del análisis.
2. **Desarrollo:** Propuesta de valor, Modelo CANVAS, estrategias de marketing y análisis financiero.
3. **Conclusiones:** Reflexión sobre el aprendizaje obtenido y viabilidad del negocio.
4. **Recomendaciones:** Propuestas para mejorar la competitividad y asegurar la sostenibilidad del proyecto.

Integración Visual:

- Diagramas del Modelo CANVAS.
- Tablas con análisis financiero y cronogramas operativos.
- Gráficos que representen la investigación de mercado.

Presentación Grupal y Discusión

Exposición de Resultados:

- Los grupos presentarán:
 - El plan de negocios completo.
 - Gráficos y tablas que respaldan sus decisiones.
 - Estrategias de marketing y proyecciones financieras.

Retroalimentación:

- El docente y los compañeros evaluarán:
 - Creatividad y viabilidad del modelo de negocio.
 - Impacto de las estrategias propuestas en el mercado internacional.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

Seguridad: La seguridad es primordial. Los ambientes de práctica deben cumplir con regulaciones de seguridad y salud en el trabajo. Esto incluye la identificación de riesgos potenciales, la provisión de equipo de protección personal cuando sea necesario y la implementación de protocolos de seguridad.

Supervisión: Los estudiantes en prácticas suelen requerir supervisión adecuada para asegurarse de que están realizando las tareas de manera segura y correcta. Los docentes han de asumir la función de supervisores, por lo que deben estar disponibles para responder

preguntas, proporcionar orientación y evaluar el progreso del estudiante.

Además, se deben de considerar:

- ✓ **Confidencialidad:** Proteger la información desarrollada en las propuestas de negocio.
- ✓ **Uso ético de recursos:** Garantizar la originalidad de las ideas y respetar los derechos de autor.
- ✓ **Ambiente de respeto:** Fomentar el trabajo en equipo y la participación constructiva.

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.

Durante el progreso de la asignatura de Plan de Negocios, los estudiantes fortalecerán su espíritu reflexivo, orientado hacia el trabajo en equipo en la elaboración de proyectos empresariales, la solución de conflictos que puedan surgir en la planificación estratégica, el respeto por las ideas y aportaciones de los demás, y la solidaridad en el desarrollo de propuestas conjuntas.

Este ejercicio promueve valores como la responsabilidad, ética y trabajo en equipo. Los estudiantes desarrollarán habilidades como liderazgo, comunicación efectiva y resolución de conflictos, esenciales para el emprendimiento y la gestión empresarial.

9. CONCLUSIONES:

El desarrollo de este plan de negocios permitirá a los estudiantes comprender la importancia de la creatividad y el análisis estratégico en el diseño de propuestas empresariales. Además, fomenta el pensamiento crítico y la toma de decisiones basadas en datos. Este ejercicio es una base práctica para futuros proyectos que conecten la teoría con la acción en el comercio internacional.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda a los estudiantes:

- Continuar practicando el análisis de mercado y desarrollo de ideas en diferentes escenarios para fortalecer las habilidades creativas.
- Investigar constantemente sobre tendencias globales y herramientas de emprendimiento.
- Incorporar tecnología para optimizar el diseño y validación de planes de negocios.



GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA

CARRERA: Comercio Internacional Y Negocios Electrónicos	ASIGNATURA: Plan de Negocios.
--	--------------------------------------

UNIDAD 2: Planificación Estratégica de Negocios.

TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: " Desarrollo de un Plan Estratégico y de Mercadeo " .

Objetivos: Identificar problemas complejos en la planificación empresarial y proponer soluciones basadas en análisis estratégicos.

TIEMPO DE DURACIÓN: 15 horas

1.FUNDAMENTOS:

La planificación estratégica es la base del éxito empresarial, ya que permite anticipar escenarios, definir metas claras y diseñar estrategias efectivas.

En esta unidad, el estudiante aplicará los principios de la planificación estratégica y del marketing, integrando el análisis del entorno, la segmentación del mercado, la formulación de misión y visión, y la elaboración de estrategias de promoción y distribución.

A través del trabajo individual y el uso de herramientas digitales, el estudiante desarrollará una visión analítica y proactiva para proponer soluciones viables a los desafíos empresariales en el ámbito del comercio internacional.

OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Evaluar el entorno empresarial para detectar oportunidades de mercado.
- Diseñar estrategias que integren aspectos como misión, visión, objetivos y actividades clave.
- Estimar la demanda del mercado objetivo a través de pronósticos basados en datos relevantes.
- Elaborar un plan de mercadeo que contemple estrategias de promoción, precios y distribución.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

- **Habilidades de pensamiento:**
 - Análisis crítico: Identificar factores clave en la planificación empresarial.
 - Resolución de problemas: Diseñar soluciones innovadoras para retos estratégicos.
 - Toma de decisiones: Seleccionar estrategias de mercadeo basadas en datos reales.

- **Destrezas sensoriales:**
 - Observación: Reconocer patrones y tendencias en datos de mercado.
- **Destrezas motoras:**
 - Redacción de documentos estratégicos: Preparar planes estratégicos y de mercadeo.
 - Presentación de resultados: Exponer hallazgos y estrategias propuestas.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

Se evaluará mediante:

- Elaboración de un plan estratégico que incluya misión, visión y análisis de mercado.
- Diseño de un plan de mercadeo con estrategias detalladas de promoción y distribución.
- Presentación grupal del trabajo final y defensa de las estrategias propuestas.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Antes de iniciar la práctica, el estudiante deberá:

- Revisar los contenidos del PEA sobre planificación estratégica, investigación de mercado y análisis FODA.
- Leer el texto de referencia:
 - *Echeverri Cañas, Lina María (2023). Plan estratégico de marketing. Universidad del Rosario.*
- Investigar sobre casos de éxito de empresas ecuatorianas que hayan aplicado una planificación estratégica efectiva.
- Explorar herramientas digitales como Google Forms, Sheets o PowerPoint, para diseñar encuestas, organizar datos o presentar informes.
- Elaborar un breve resumen (una cuartilla) sobre la importancia del análisis estratégico en la gestión empresarial.

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

Ejercicio práctico: Desarrollo de un Plan Estratégico y de Mercadeo

Fase 1: Análisis Estratégico

1. **Definición de misión y visión:**
 - **Actividad inicial:** Cada grupo elegirá el sector o industria en la que se centrará su empresa ficticia (por ejemplo, tecnología, alimentos, logística).

- **Redacción guiada:** Los estudiantes identificarán el propósito de la empresa, enfocándose en cómo quieren que su negocio sea percibido por clientes y socios. Esto incluirá:
 - **Misión:** Enunciar el propósito de la empresa, su razón de ser y cómo contribuye a resolver problemas de sus clientes.
 - **Visión:** Describir el futuro deseado de la empresa, enfatizando objetivos a largo plazo como sostenibilidad o liderazgo de mercado.
- 2. **Investigación de mercado:**
 - **Técnicas de investigación:**
 - Identificar y analizar tendencias globales relacionadas con el sector elegido.
 - Investigar datos sobre la competencia, sus estrategias y cuotas de mercado.
 - Realizar encuestas ficticias o focus groups simulados para recopilar información sobre las necesidades y preferencias del cliente objetivo.
 - **Herramientas sugeridas:** Utilizar simulaciones de bases de datos (por ejemplo, datos ficticios de mercado en Excel o Google Sheets).
- 3. **Pronósticos de mercado:**
 - **Cálculo de la demanda:** Los estudiantes usarán datos simulados para estimar el tamaño del mercado objetivo. Esto incluirá:
 - Segmentación del mercado.
 - Identificación de patrones estacionales de consumo.
 - **Proyección de tendencias:** Cada grupo elaborará gráficos para mostrar el comportamiento esperado del mercado en los próximos años. Esto servirá para justificar la viabilidad de sus estrategias.

Fase 2: Diseño del Plan Estratégico y de Mercadeo

1. **Estructuración del plan estratégico:**
 - **Definición de objetivos:** Los grupos determinarán objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con límite de tiempo (SMART). Ejemplo: Aumentar las ventas un 15% en un año.
 - **Estrategias clave:** Cada grupo desarrollará estrategias relacionadas con expansión de mercado, diferenciación de producto o mejora de procesos internos.
 - **Métricas de evaluación:** Proponer indicadores clave de desempeño (KPI), como:

- Tasa de conversión de clientes.
- Crecimiento de ventas trimestrales.
- Participación en el mercado.

2. Diseño del plan de mercadeo:

- **Estrategias promocionales:** Diseñar campañas de publicidad en medios digitales, sociales o tradicionales.
- **Canales de distribución:** Seleccionar los canales más efectivos para llegar al cliente objetivo, como plataformas en línea, distribuidores o tiendas físicas.
- **Fijación de precios:** Establecer estrategias de precios considerando factores como costos, competencia y percepción del cliente.

3. Validación:

- **Simulación de reuniones:** Cada grupo presentará sus propuestas ante un cliente ficticio (interpretado por otros estudiantes o el docente), respondiendo preguntas como:
 - ¿Cómo garantiza la empresa la entrega de valor al cliente?
 - ¿Qué riesgos anticipan y cómo planean mitigarlos?

Fase 3: Presentación y Ajustes

1. Elaboración del documento final:

- El informe incluirá:
 - **Introducción:** Contexto y objetivos del proyecto.
 - **Análisis de mercado:** Resumen de la investigación, tendencias identificadas y proyecciones.
 - **Plan estratégico:** Objetivos, estrategias clave y métricas propuestas.
 - **Plan de mercadeo:** Estrategias promocionales, canales y estructura de precios.
 - **Cronograma operativo:** Detalle de actividades, responsables y tiempos estimados para la implementación.

2. Presentación grupal:

- **Formato:** Cada grupo utilizará herramientas como PowerPoint o Canva para estructurar su presentación.
- **Contenido:**
 - Descripción de su misión, visión y objetivos.

- Principales hallazgos del análisis de mercado.
- Resumen del plan de mercadeo y las proyecciones de impacto.
- **Discusión:** Los grupos recibirán retroalimentación del docente y los compañeros sobre áreas de mejora en la claridad, viabilidad y efectividad de sus planes.

Resultados Esperados:

- Integración de habilidades creativas y estratégicas en la planificación empresarial.
- Diseño de planes estratégicos y de mercadeo viables, aplicables a contextos empresariales reales.
- Desarrollo de competencias comunicativas y argumentativas durante la presentación grupal.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

Seguridad: La seguridad es primordial. Los ambientes de práctica deben cumplir con regulaciones de seguridad y salud en el trabajo. Esto incluye la identificación de riesgos potenciales, la provisión de equipo de protección personal cuando sea necesario y la implementación de protocolos de seguridad.

Supervisión: Los estudiantes en prácticas suelen requerir supervisión adecuada para asegurarse de que están realizando las tareas de manera segura y correcta. Los docentes han de asumir la función de supervisores, por lo que deben estar disponibles para responder preguntas, proporcionar orientación y evaluar el progreso del estudiante.

Además, se deben de considerar:

- ✓ Respetar las normas de confidencialidad al utilizar datos empresariales ficticios.
- ✓ Asegurar un ambiente de trabajo respetuoso y colaborativo durante las discusiones grupales.

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.

Durante el progreso de la asignatura de Plan de Negocios, los estudiantes fortalecerán su espíritu reflexivo, orientado hacia el trabajo en equipo en la elaboración de proyectos empresariales, la solución de conflictos que puedan surgir en la planificación estratégica, el respeto por las ideas y aportaciones de los demás, y la solidaridad en el desarrollo de propuestas conjuntas.

Durante la actividad, los estudiantes fortalecerán:

- **Ética profesional:** Diseñar planes transparentes y viables.
- **Trabajo en equipo:** Colaborar de manera efectiva con sus compañeros.
- **Liderazgo:** Coordinar actividades grupales y motivar la participación activa.
- **Resolución de conflictos:** Manejar desacuerdos de manera constructiva.

9. CONCLUSIONES:

Este ejercicio permitirá a los estudiantes integrar conceptos de planificación estratégica y mercadeo, desarrollando habilidades prácticas aplicables al comercio exterior. Al realizar análisis de mercado y estructurar planes detallados, los estudiantes comprenderán la importancia de la investigación y la creatividad en la toma de decisiones empresariales. Además, la presentación de los resultados fomentará su capacidad de comunicación y argumentación.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda a los estudiantes:

- Continuar practicando con casos reales para fortalecer habilidades en planificación estratégica y mercadeo.
- Realizar análisis de mercado periódicos para identificar tendencias y anticipar cambios en la demanda.
- Investigar herramientas digitales que optimicen el diseño de estrategias de mercadeo.
- Mantenerse actualizados sobre técnicas de fijación de precios y promoción en mercados internacionales.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA

CARRERA: Comercio Internacional Y Negocios Electrónicos	ASIGNATURA: Plan de Negocios.
--	--------------------------------------

UNIDAD 3: Desarrollo de la Idea de Negocio.

TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: " Desarrollo de un Modelo de Negocios Canvas " .

Objetivos: Conocer las herramientas tecnológicas y de investigación necesarias para la elaboración de planes de negocios exitosos.

TIEMPO DE DURACIÓN: 15 horas

1.FUNDAMENTOS:

El Modelo de Negocios Canvas es una herramienta estratégica que permite visualizar y estructurar los elementos clave de un negocio. Este modelo facilita la toma de decisiones estratégicas al detallar la propuesta de valor, los segmentos de clientes, los recursos y actividades clave, y la estructura de costos. Esta práctica permitirá a los estudiantes integrar conceptos financieros, técnicos y operativos para diseñar proyectos sostenibles en el comercio internacional.

2,OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Diseñar un Modelo de Negocios Canvas adaptado a un proyecto de comercio exterior.
- Analizar la estructura de costos y recursos necesarios para implementar un proyecto.
- Proponer estrategias financieras y operativas para garantizar la viabilidad del modelo.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

- **Habilidades de Pensamiento:**
 - Análisis crítico: Identificar y evaluar los elementos esenciales del modelo Canvas.
 - Toma de decisiones: Seleccionar estrategias financieras y operativas óptimas.
 - Resolución de problemas: Proponer soluciones para garantizar la viabilidad del negocio.
- **Destrezas Técnicas:**
 - Elaboración de presupuestos.
 - Análisis de viabilidad financiera.
 - Presentación visual del modelo Canvas.
- **Habilidades Blandas:**
 - Trabajo en equipo para el diseño colaborativo.
 - Comunicación efectiva para exponer y justificar propuestas.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

Se evaluará mediante:

- Diseño de un Modelo de Negocios Canvas completo y estructurado.
- Presentación grupal del modelo, destacando su viabilidad financiera y técnica.
- Participación en discusiones y retroalimentación grupal.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Antes de realizar la práctica, el estudiante deberá:

- Revisar los capítulos relacionados con la elaboración de planes de negocio en la bibliografía básica del PEA.
- Consultar casos de éxito de emprendimientos digitales nacionales e internacionales.
- Familiarizarse con el uso de herramientas digitales como Canva, PowerPoint, Google Sheets, y simuladores financieros, para la elaboración de secciones visuales y de análisis numérico.
- Analizar la estructura de un plan de negocio (resumen ejecutivo, análisis de mercado, marketing mix, estructura operativa y proyección financiera).
- Preparar una idea de negocio original que responda a una necesidad del entorno o un nicho del comercio electrónico..

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

Ejercicio Práctico: Desarrollo de un Modelo de Negocios Canvas

Título: Creación de una Solución Innovadora para la Exportación de Productos Artesanales Sostenibles

Fase 1: Análisis de Capacidades y Entorno

Introducción al Caso Práctico

Contexto:

Una cooperativa de artesanos ecuatorianos desea expandir su alcance al mercado internacional ofreciendo productos sostenibles como artesanías de tagua y palo santo. Actualmente, enfrentan desafíos en la estructura del modelo de negocio, la identificación de mercados clave y la optimización de recursos para la exportación.

Objetivo del Caso:

Diseñar un Modelo Canvas para la exportación de productos sostenibles, considerando estrategias comerciales y financieras específicas para el comercio exterior.

Fase 1: Definición y Análisis

Propuesta de Valor:

1. Identificar necesidades clave en el mercado internacional:
 - Alta demanda de productos sostenibles y éticos.
 - Preferencia por productos únicos con valor cultural.
2. Herramientas:
 - Utilizar un **mapa de empatía** para identificar motivaciones y expectativas de los compradores internacionales.
 - Definir cómo las artesanías aportan valor al mercado objetivo.

Análisis de Mercado:

1. **Investigación de tendencias internacionales:**
 - Análisis de mercados clave como Estados Unidos y Europa.
 - Evaluación de preferencias de consumo relacionadas con la sostenibilidad.
2. **Competencia internacional:**
 - Identificar competidores que ofrezcan productos similares y evaluar sus estrategias.
3. **Estimaciones de demanda:**
 - Proyectar ingresos potenciales considerando volumen de exportaciones y precios unitarios.

Estructura de Costos:

1. **Identificación de costos asociados a la exportación:**
 - Fijos: Producción, embalaje ecológico y certificaciones internacionales (como Fair Trade).
 - Variables: Transporte, almacenamiento y tarifas aduaneras.
2. **Estrategias de optimización:**
 - Reducir costos de transporte mediante consolidación de envíos.
 - Utilizar materiales locales y sostenibles para reducir costos operativos.

Fase 2: Diseño del Modelo Canvas Construcción del Modelo:

1. Los estudiantes completarán los 9 bloques:
 - **Propuesta de valor:** Artesanías sostenibles, certificadas, con impacto cultural y ambiental positivo.
 - **Segmentos de clientes:** Importadores internacionales, tiendas de productos sostenibles y plataformas de comercio electrónico.
 - **Canales de distribución:** Exportación directa, acuerdos con distribuidores y comercio electrónico.

- **Relación con clientes:** Atención personalizada, campañas educativas sobre sostenibilidad y soporte postventa.
- **Fuentes de ingresos:** Venta directa, programas de membresía y venta por volumen a distribuidores.
- **Recursos clave:** Redes de producción, certificaciones internacionales y logística de exportación.
- **Actividades clave:** Gestión de exportaciones, promoción en ferias internacionales y acuerdos con socios logísticos.
- **Socios clave:** Agentes de exportación, asociaciones artesanales y ONGs.
- **Estructura de costos:** Certificaciones, transporte internacional, marketing y promoción.

Validación Simulada:

1. Simulación de reuniones internacionales:

- Negociación ficticia con un importador europeo interesado en las artesanías.
- Evaluación de posibles acuerdos con distribuidores estadounidenses.

2. Retroalimentación ficticia:

- Simulación de respuestas de los socios internacionales sobre precios, calidad y tiempos de entrega.

Fase 3: Presentación y Retroalimentación

Elaboración del Documento Final:

1. Contenido:

- Introducción al problema y propuesta de valor.
- Resultados del análisis de mercado y estructura del modelo Canvas.
- Estrategias financieras y cronograma operativo.

Presentación Grupal:

1. Formato:

- Cada grupo presentará su propuesta utilizando PowerPoint o Canva.
- Incluirán gráficos y tablas que expliquen las estrategias y viabilidad.

2. Preguntas y respuestas:

- Responderán inquietudes del docente y los compañeros sobre la estructura financiera y operativa.

Resultados Esperados del Ejercicio

- Un Modelo Canvas viable y enfocado en la exportación de productos sostenibles.
- Propuestas que demuestren creatividad, análisis estratégico y habilidades financieras.

- Reflexión sobre la importancia de un enfoque sostenible y comercial en el comercio exterior.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

Seguridad: La seguridad es primordial. Los ambientes de práctica deben cumplir con regulaciones de seguridad y salud en el trabajo. Esto incluye la identificación de riesgos potenciales, la provisión de equipo de protección personal cuando sea necesario y la implementación de protocolos de seguridad.

Supervisión: Los estudiantes en prácticas suelen requerir supervisión adecuada para asegurarse de que están realizando las tareas de manera segura y correcta. Los docentes han de asumir la función de supervisores, por lo que deben estar disponibles para responder preguntas, proporcionar orientación y evaluar el progreso del estudiante.

Además, se deben de considerar:

- ✓ Garantizar la privacidad de la información y los datos utilizados en los ejercicios.
- ✓ Mantener un ambiente de respeto y colaboración en las discusiones grupales.

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.

Durante el progreso de la asignatura de Plan de Negocios, los estudiantes fortalecerán su espíritu reflexivo, orientado hacia el trabajo en equipo en la elaboración de proyectos empresariales, la solución de conflictos que puedan surgir en la planificación estratégica, el respeto por las ideas y aportaciones de los demás, y la solidaridad en el desarrollo de propuestas conjuntas.

Esta actividad promueve:

- **Ética profesional:** Diseñar modelos de negocio transparentes y sostenibles.
- **Trabajo en equipo:** Colaborar de manera efectiva en la creación de propuestas innovadoras.
- **Innovación:** Desarrollar soluciones creativas y viables para enfrentar desafíos empresariales.

9. CONCLUSIONES:

El ejercicio permitirá a los estudiantes comprender la importancia del Modelo Canvas como herramienta estratégica en la planificación de negocios. El diseño de propuestas claras y estructuradas fortalecerá sus capacidades analíticas y de resolución de problemas, esenciales

en entornos empresariales dinámicos. Además, la validación de propuestas a través de simulaciones proporcionará una visión práctica de los desafíos del mundo real.

10. RECOMENDACIONES:

Se recomienda a los estudiantes:

- Continuar practicando la aplicación del Modelo Canvas en diferentes industrias para adquirir una perspectiva amplia.
- Investigar casos exitosos de implementación del modelo en el comercio exterior para enriquecer su comprensión.
- Fortalecer habilidades de análisis financiero para garantizar la viabilidad económica de futuros proyectos.