



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

SÍLABO

ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

I. DATOS GENERALES

1. Departamento Académico	: Ciencias Administrativas y Recursos Humanos
2. Escuela Profesional	: Administración de Negocios Internacionales.
3. Programa	: Pregrado
4. Semestre Académico	: 2025 – I
5. Tipo de asignatura	: Obligatoria
6. Modalidad de asignatura	: Presencial
7. Código de asignatura	: 02505308030
8. Ciclo	: Octavo
9. Créditos	: 3
10. Horas semanales totales	: 5.5
Horas lectivas de teoría	: 2
Horas lectivas de práctica	: 2
Horas lectivas totales	: 4
Horas no lectivas de teoría	: -
Horas no lectivas de práctica	: -
Horas no lectivas totales	: -
Horas de Trabajo Independiente	: 1.5
11. Requisito	: Oferta Exportable
12. Docentes	: María Olivares Solorzano / Patricia Martínez Albuquerque

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de estudios especializados, tiene como propósito desarrollar etapas y estrategias de internacionalización de las organizaciones, considerando las inversiones, flujo de capitales y globalización de la economía peruana.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Dirección de empresas multinacionales y el entorno de globalización. 2. Procesos de internacionalización. 3. Estrategias de internacionalización. 4. Diagnóstico y factibilidad de las empresas peruanas en proceso de internacionalización.

La asignatura exige del estudiante la elaboración y presentación de un informe sobre el proceso de internacionalización de un producto o servicio hacia un mercado específico

III. COMPETENCIA Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA

3.1. Competencia

Internacionalización

Desarrolla actividades empresariales globales orientadas a la implantación de filiales, sucursales productivas y comerciales en el exterior, considerando las políticas y regulaciones de los mercados de destino.

3.2. Componentes

Capacidades

- Identifica oportunidades comerciales para la oferta exportable peruana de bienes y servicios en los mercados del exterior, considerando el proceso actual de globalización.
- Desarrolla productos o servicios que puedan acceder a mercados específicos, considerando etapas y estrategias de internacionalización.
- Evalúa resultados de las estrategias comerciales para acceso a los mercados internacionales, considerando los gustos y regulaciones del mercado de destino.
- Elabora un plan de internacionalización de las organizaciones a los mercados del exterior, considerando las políticas del Estado peruano y del país anfitrión.

Actitudes y valores

- Liderazgo (académico, tecnológico y otros).
- Actitud innovadora y emprendedora.
- Conservación ambiental.
- Compromiso con el desarrollo del país.

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD 1								
DIRECCIÓN DE EMPRESAS MULTINACIONALES Y EL ENTORNO DE GLOBALIZACIÓN								
CAPACIDAD: Identifica oportunidades comerciales para la oferta exportable peruana de bienes y servicios en los mercados del exterior, considerando el proceso actual de globalización.								
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS		HORAS NO LECTIVAS		HTI
				HT	HP	HT	HP	
1	<ul style="list-style-type: none"> Globalización de las organizaciones: evolución, fundamentos, dimensiones económicas, geopolíticas y comerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> Comprende los alcances del silabo: Competencia, capacidades y contenidos, así como las normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes. Comprende la importancia de las estrategias de internacionalización como medio para el logro de la competencia internacionalización de las organizaciones. Utilizando una herramienta IA evalúa la importancia de la globalización y su impacto en la internacionalización. (CPC: a, f). 	<p>Sesión No. 1 Evaluación diagnóstica Orientaciones académicas Uso de Gemini u otra</p>	2	2	-	-	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> Actividad 1: Visionado de video ¿Cómo evaluar y seleccionar mi mercado de exportación? de PROMPERU. https://www.youtube.com/watch?v=KwbXwliOwZw (CPC: h). 	<p>Sesión No 2 Recensión sobre el visionado del video</p>					
2	<ul style="list-style-type: none"> Teoría de la internacionalización de las organizaciones desde la perspectiva económica y de procesos La inversión extranjera directa (IED) y su contribución a la internacionalización. 	<ul style="list-style-type: none"> Analiza la política comercial de cada país en el portal de la Organización Mundial del Comercio (OMC) https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/tp_rep_s.htm (CPC: a, j). 	<p>Sesión No 3 Exposición dialogada Explora plataforma web</p>	2	2	-	-	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> Actividad 2: Presenta la Guía para el Desarrollo de la Investigación Formativa (informe sobre el proceso de internacionalización de un producto o servicio hacia un mercado específico). (CPC: h). 	<p>Sesión No 4 Técnica de la pregunta sobre la lectura</p>					
3	<ul style="list-style-type: none"> Política comercial internacional del Perú y experiencias exitosas en otros países. 	<ul style="list-style-type: none"> Demuestra y sustenta el empleo de las herramientas sobre investigación de mercados para obtener información que facilite tomar decisiones comerciales: https://www.trademap.org/Index.aspx (CPC: a, j). 	<p>Sesión No 5 Exposición dialogada Explora plataforma web</p>	2	2	-	-	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> Actividad 3: Visionado de video: ¿Por qué Crocs Cierra sus Fábricas? Caso Crocs https://www.youtube.com/watch?v=lv7SgvuYEc4 Tutoría Monitoreo I - Plan Investigación Formativa (CPC: m). 	<p>Sesión No 6 Técnica de la pregunta sobre el video Tutoría</p>					
4	<ul style="list-style-type: none"> Modelos de dirección estratégica para la internacionalización de las organizaciones. Indicadores para la medición del grado de internacionalización. 	<ul style="list-style-type: none"> Elabora indicadores de internacionalización de empresas (KPI) (CPC: a, f, j). 	<p>Sesión No 7 Exposición dialogada</p>	2	2	-	-	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> Actividad 4: Analiza experiencias peruanas de internacionalización de empresas a través de los programas de Estado (PAI, Ruta productiva exportadora, OCEX). (CPC: h). 	<p>Sesión No 8 Presentación efectiva</p>					

UNIDAD 2
PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN

CAPACIDAD:

Desarrolla productos o servicios que puedan acceder a mercados específicos, considerando etapas y estrategias de internacionalización.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS		HORAS NO LECTIVAS		HTI
				HT	HP	HT	HP	
5	<ul style="list-style-type: none"> • La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: marco teórico, definición y delimitación conceptual. • Teorías de internacionalización: Teoría de redes, Teoría Born Global, modelo UPSALA. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elabora un cuadro comparativo de las teorías de internacionalización. (CPC: a, h). 	Sesión No 9 Exposición dialogada Cuadro comparativo	2	2	-	-	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> • Actividad 5: Presenta propuesta de valor y modelo de negocio basado en el modelo UPSALA (CPC: f). 	Sesión No 10 Trabajo en equipo					
6	<ul style="list-style-type: none"> • Internacionalización de las empresas: ventajas y requisitos; etapas y estrategias de internacionalización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza las ventajas de los procesos de internacionalización. (CPC: a, j). 	Sesión No 11 Exposición dialogada Trabajo en equipo	2	2	-	-	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> • Actividad 6: Dilema ético: Riesgos de inestabilidad política en el mercado objetivo que dificulta la operación y la repatriación de las utilidades. • Reflexión sobre los valores institucionales de la USMP. (CPC: g). 	Sesión No 12 Discusión de dilema y valores institucionales USMP Reporte					
7	<ul style="list-style-type: none"> • Implantación de una empresa en el exterior: tipología de implantación en el exterior, modalidades de operación directa, franquicia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Propone estrategias y tácticas comerciales hacia los canales intermediarios que deben usar los emprendedores, tomando como ejemplo los modelos de grandes empresas (CPC: a, e). 	Sesión No 13 Exposición dialogada	2	2	-	-	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> • Actividad 7: Plantea un emprendimiento y desarrolla estrategias de internacionalización con marcas extranjeras (franquicia) o marca propia • Monitoreo II: Presenta el reporte de la recopilación y análisis de la información, a tomarse en cuenta en la elaboración del informe de investigación. • Tutoría: Absuelve consultas, orienta y revisa avances de registro y análisis de información, a grupos asignados. (CPC: m). 	Sesión No 14 Estudio de casos Tutoría					
8	<ul style="list-style-type: none"> • Formulación del proceso de internacionalización de una empresa: etapas, ámbito, modalidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizando una herramienta IA elabora y sustenta, estrategias de internacionalización (filial y sucursal), según políticas y regulaciones de los mercados anfitriones • Actividad 8: Identifica y explica las fases del proceso de internacionalización de una empresa. (CPC: a, e). 	Sesión No 15 Exposición dialogada Uso de Gemini u otra	2	2	-	-	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación parcial: Evalúa las capacidades de la primera y segunda unidad de aprendizaje. (CPC: m). 	Sesión No 16 Evaluación					

**UNIDAD 3
ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN**

CAPACIDAD:

Evalúa resultados de las estrategias comerciales para acceso a los mercados internacionales, considerando los gustos y regulaciones del mercado de destino.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS		HORAS NO LECTIVAS		HTI
				HT	HP	HT	HP	
9	<ul style="list-style-type: none"> Estrategias de entrada y operación: exportación directa; acuerdos de cooperación estratégica; Joint venture; Alianza contractual internacional; Contrato de agencia, suministro y distribución internacional 	<ul style="list-style-type: none"> Analiza los modelos de contratos de internacionalización de las empresas. (CPC: a, e). 	Sesión No 17 Exposición dialogada Estudio de casos	2	2	-	-	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> Actividad 9: Lectura de Internacionalización de PYMES de CEPAL – ONU (pág. 31 a 67). Innovación para exportar. (CPC: f, h). 	Sesión No 18 Técnica de la pregunta sobre la lectura					
10	<ul style="list-style-type: none"> Análisis sectorial en el mercado de destino: productivo, servicios, financiero, comercial, gastronomía. Análisis operacional en el mercado destino: legal, fiscal, laboral, societario, contractual, repatriación de utilidades. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica oportunidades comerciales en diversos mercados para un producto o servicio. (CPC: a, h). 	Sesión No 19 Exposición dialogada	2	2	-	-	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> Actividad 10: Visionado de video: "Mi experiencia en la Agroexportación" MBA Carlos Escárte Yovera Gerente General de Algarrobo Orgánicos del Perú SAC https://www.youtube.com/watch?v=klaoCusYZwo (CPC: j). 	Sesión No 20 Visionado de video Discusión grupal					
11	<ul style="list-style-type: none"> XVIII Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios. 	<ul style="list-style-type: none"> Actividad 11: Elabora reportes de participación en la XVIII Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios. (CPC: m). 	Sesión N° 21 Seminarios de discusión Reportes	2	2	-	-	1.5
			Sesión N° 22 Seminarios de discusión Reportes					
12	<ul style="list-style-type: none"> Preparación de la empresa para el proceso de internacionalización. 	<ul style="list-style-type: none"> Analiza los procesos de internacionalización con uso de la plataforma de PAI de MINCETUR. https://www.pai.pe/index.html (CPC: a, h). 	Sesión No 23 Exposición dialogada	2	2	-	-	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> Actividad 12: Lectura de texto "La dinámica de internacionalización de PYMES – texto de OMC", https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/wtr16-3_s.pdf (pág. 68 a 87). Monitoreo III: Esquema de redacción del informe final. Tutoría: Absuelve consultas, orienta y revisa avances del esquema del trabajo del informe final de investigación, a grupos asignados. (CPC: m). 	Sesión No 24 Recensión de lectura Avance de investigación Tutoría					

UNIDAD 4
DIAGNÓSTICO Y FACTIBILIDAD DE LAS EMPRESAS PERUANAS EN PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN

CAPACIDAD:

Elabora el plan de internacionalización de las organizaciones, considerando las políticas del Estado peruano y país anfitrión.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS		HORAS NO LECTIVAS		HTI
				HT	HP	HT	HP	
13	<ul style="list-style-type: none"> Información de oportunidades de negocios para productos y servicios peruanos en los mercados internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica oportunidades comerciales en el exterior para la ampliación de los productos y servicios ofertados. (CPC: a, f). 	Sesión No 25 Exposición dialogada Estudio de casos	2	2	-	-	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> Actividad No 13: Explora los servicios de otras instituciones de promoción para identificar oportunidades comerciales: CBI, TFOC, ASDI, SWISSCONTACT. https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp#ancla. (CPC: j). 	Sesión No 26 Discusión en grupos sobre las plataformas					
14	<ul style="list-style-type: none"> Resultados de las experiencias de internacionalización de empresas peruanas por sectores. 	<ul style="list-style-type: none"> Elabora estrategias de comercialización internacional para dirigir una organización de ventas considerando los indicadores de gestión (KPI) Identifica, analiza y describe los efectos positivos y negativos de las decisiones comerciales en la empresa. (CPC: a, d). 	Sesión No 27 Exposición dialogada Estudio de casos	2	2	-	-	1.5
		<ul style="list-style-type: none"> Actividad No 14: Analiza los estudios de mercados y los POM de diversos mercados internacionales, con uso de plataforma de EXPORTEMOS. https://exportemos.pe/inteligencia-para-exportar/estudios-de-mercado. (CPC: j). Presenta fortalezas y debilidades de los informes finales de investigación Informe final de Investigación Formativa. 	Sesión No 28 Presentación efectiva Tutoría					
15	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación de experiencias investigativas en la elaboración del trabajo de investigación formativa. 	<ul style="list-style-type: none"> Realiza exposiciones interactivas sobre aspectos cognitivos, procedimentales y actitudinales manifestados en la elaboración del trabajo de investigación formativa, informe sobre el proceso de internacionalización. (CPC: i). 	Sesión No. 29 Presentaciones efectivas Realimentación del docente	2	2	-	-	1.5
			Sesión No. 30 Presentaciones efectivas Realimentación del docente					
16	<ul style="list-style-type: none"> Examen final: Tiene carácter integrador, evalúa la competencia de la asignatura y las capacidades de las cuatro unidades de aprendizaje. (CPC: i, m). 		Sesión No. 31 Evaluación	2	2	-	-	1.5-
			Sesión No. 32 Reporte					

V. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- La actividad docente en las sesiones y experiencias independientes de aprendizaje se orienta al desarrollo de capacidades y logro de la competencia del perfil profesional de los graduados, en correspondencia al modelo educativo y enfoque pedagógico asumido por la USMP. Ello supone que la adquisición de conocimientos por el estudiante no es resultante de la transmisión de la información por el docente, sino que es una construcción individual del propio estudiante en un contexto social en el que se relacionan, de manera activa, las estructuras cognitivas ya existentes con los nuevos contenidos por aprender; aplicables en distintos contextos de desempeño personal y social, por lo que el estudiante es considerado el actor principal de su aprendizaje y el profesor un mediador, organizador y orientador de experiencias de aprendizaje que los estudiantes han de vivir, a lo largo de su formación.
- Según la naturaleza de la asignatura, el profesor podrá utilizar las estrategias de aprendizaje y enseñanza basado en problemas, las técnicas de la problematización y la contextualización de los contenidos educativos, el estudio de casos; la lectura comprensiva de textos impresos, visuales y audiovisuales (recensión), sesiones en línea, diversos tipos de foros; plataformas web para simulaciones y el análisis de información, así como diversas formas de comunicación educativa sincrónica, entre otras. Especial mención merece la aplicación del método investigativo orientado a la búsqueda creadora de información, que propicia en el estudiante un mayor nivel de independencia cognoscitiva y pensamiento crítico, acorde con las exigencias de la sociedad actual, caracterizada por el valor del conocimiento y su aplicación práctica en la solución de problemas que nos plantea la realidad y el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

VI. RECURSOS DIDÁCTICOS

- Libros digitales, portafolios, videos tutoriales, blogs, e-books, videos explicativos, organizadores visuales, presentaciones multimedia, herramientas de IA, entre otros.

VII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación del aprendizaje comprende:

- **Evaluación diagnóstica.** Se realiza al inicio de la asignatura y de las sesiones de aprendizaje, para conocer los saberes que los estudiantes poseen al emprender el estudio de los contenidos educativos programados y sirve al profesor para adoptar las decisiones académicas pertinentes. Su aplicación es de responsabilidad profesional en su función docente.
- **Evaluación de proceso (EP).** Se realiza a través de la observación progresiva del desempeño del estudiante en la realización de la exigencia académica de la asignatura y las actividades de aprendizaje significativo previstas en el sílabo. **Evalúa preferentemente el saber hacer y las actitudes** de las capacidades demostradas por los estudiantes. Se consolida y reporta mensualmente al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, en las fechas programadas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las evaluaciones mensuales que corresponde al desempeño académico del estudiante: $EP = (EP1 \times 0.25) + (EP2 \times 0.25) + (EP3 \times 0.25) + (EP4 \times 0.25)$.
- **Evaluación de resultados (ER).** Se realiza mediante la aplicación de un examen parcial (Ep) y otro examen final (Ef), elaborados técnicamente por el profesor, considerando los siguientes dominios de aprendizaje: a) conocimiento (manejo de información), b) comprensión, c) aplicación, d) análisis, e) síntesis y f) evaluación (juicio de valor), **examinándose preferentemente el saber conceptual y el saber hacer.** Los resultados son reportados al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, dos veces durante el semestre, en las fechas establecidas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las dos evaluaciones escritas programadas: $ER = (Ep \times 0.4) + (Ef \times 0.6)$.

El **Promedio final (PF)** resulta de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$PF = \frac{EP+ER}{2}$$

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

8.1. Bibliográficas

- Boronat, G. y Leotescu, R. (2017) *Guía práctica para la internacionalización de empresas*. España: Wolters Kluwer
- CEPAL (ONU), Naciones Unidas. (2002) *Globalización y desarrollo*.
- Krugman, P. y Obstfeld, M. (2006). *Economía Internacional*. (7a. Ed.). España: Pearson Educación S.A.
- Llamazares, O. (2017) *Plan de Internacionalización para empresas*. España: Global Marketing Estrategies.
- Ramos, V. (2020) *Las teorías del proceso de internacionalización de la empresa. Una revisión de la literatura*. Chile: Universidad Tecnológica de Santiago
- Villarreal, O. (2005). *La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea*. (Cuadernos de Gestión, vol. 5. Núm. 2). España: Universidad del País Vasco

8.3. Electrónicas:

- EXPORTEMOS (2025). Herramientas digitales. Disponible en: <https://exportemos.pe/servicios-digitales/herramientas-digitales>
- PAI (2025). *Estrategias y etapas de internacionalización*. Disponible en: <http://pai.org.pe/es/>.
- INTRACEN (2025). *MACMAP*. Recuperado de: <https://beta.macmap.org> (previo registro)
- MINCETUR (2020). *Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) 2025*, <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/21903-plan-estrategico-nacional-exportador-2025>

Cobertura del Componente Profesional Común (CPC) por áreas (expresadas en horas durante el semestre)

a) Marketing	b) Finanzas	c) Contabilidad	d) Gestión	e) A. Legal	f) Economía	g) Ética	h) D. Global	i) Comunicación en Negocios	j) Sis. Información	k) Cuantitativo	l) Política	m) Integradora	Carga total del estudiante
43	0	0	1	2.5	3.5	2	6.5	9	5	0	0	15.5	88

Sistematizado por: Arbués Pérez Espinoza

Fecha: 30 de enero de 2025

Revisión pedagógica: René Del Águila Riva