



Inter American University of Puerto Rico
LS Small Business Administration

RESUMEN - PLAN DE NEGOCIOS PARA EXPORTACIÓN (EXPORT BUSINESS PLAN OUTLINE)

Definición de Metas

- ☐ Definir metas a largo plazo
- ☐ Definir metas a mediano plazo
- ☐ Definir metas a corto plazo

Propósito de entrar en el Negocio de la Exportación

- ☐ Identificar propósitos del plan de negocios para exportar
- ☐ Definir los propósitos generales del plan de negocios para exportar
- ☐ Identificar metas específicas que apoyen estos propósitos

Trasfondo

- ☐ Describir el trasfondo de la Industria
- ☐ Especificar las fuentes de información de la Industria
- ☐ Definir el rol de negocios del mismo tamaño
- ☐ Describir el origen de su negocio

Métodos de Exportación

- ☐ Identificar ventajas de la Exportación Directa
- ☐ Identificar ventajas de la Exportación Indirecta
- ☐ Decidir si los métodos de Exportación serán Directos o Indirectos

Destrezas Internacionales

- ☐ Identificar personal clave
- ☐ Identificar consultores internacionales
- ☐ Identificar aquellas áreas donde necesitará ayuda
- ☐ Determinar cómo superar las áreas de destreza

Personal

- ☐ Identificar necesidad de empleados
- ☐ Identificar recursos externos requeridos
- ☐ Parear nombres de empleados con tareas asignadas
- ☐ Determinar cuando se desarrollará manual de políticas internas

Productos y Servicios

- ❑ Identificar los productos y servicios a ofrecerse internacionalmente
- ❑ Evaluar los productos a ofrecerse internacionalmente

Identificar los Mercados y Clientes

- ❑ Determinar que mercados ofrecen mejores prospectos para las ventas
- ❑ Determinar la proyección en los niveles de ventas
- ❑ Identificar clientes en los mercados seleccionados
- ❑ Determinar los métodos de distribución

Funciones de Apoyo

- ❑ Identificar lo relacionado al producto
- ❑ Identificar literatura relacionada
- ❑ Identificar lo relacionado a relaciones con la comunidad

Análisis de Competitividad

- ❑ Identificar el competidor principal en cada mercado seleccionado
- ❑ Comparar el negocio con la competencia

Estrategia de Mercadeo

- ❑ Definir la estrategia de precio
- ❑ Definir los términos de venta (INCOTERMS)
- ❑ Definir la estrategia promocional
- ❑ Definir el servicio al cliente

Pronóstico de Ventas

- ❑ Pronosticar ventas en el inicio para determinar proyecciones financieras

Costo de los bienes vendidos

- ❑ Definir las estrategias de precio
- ❑ Definir las alternativas en cuanto a términos de pago

Proyección del Estado de Ingresos (*Income Statement*)

- ❑ Calcular las ganancias o pérdidas
- ❑ Detallar las cifras de ventas
- ❑ Detallar el costo de los bienes vendidos

- ❑ Calcular los márgenes de venta bruta (*gross sales*)
- ❑ Detallar gastos operacionales
- ❑ Calcular la ganancia o pérdida neta

Estrategia Financiera

- ❑ Identificar recursos para análisis de crédito
- ❑ Identificar recursos para flexibilidad en términos extendidos de pago

Análisis de Punto de Empate (*Break-Even*)

- ❑ Detallar ventas totales, costo de bienes y márgenes brutos (*gross margins*)
- ❑ Calcular márgenes brutos como porcentaje en el total de ventas
- ❑ Detallar el total de gastos operacionales
- ❑ Calcular el punto de empate (*break-even*) en ventas

Tabla de eventos

- ❑ Identificar actividades claves con objetivos que se puedan medir.
- ❑ Asignar responsabilidades para cada actividad
- ❑ Determinar fechas límites para el cumplimiento de metas

Resumen

- ❑ Verificar el cumplimiento de cada paso del Plan de Negocios de Exportación
- ❑ Identificar la audiencia del Plan de Negocios
- ❑ Escribir resumen del plan de una página