



# EL PLAN DE COMERCIO INTERNACIONAL

Por Jorge Everardo Aguilar Morales



Network de Psicología Organizacional  
Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C.



El plan de comercio internacional  
Aguilar-Morales, Jorge Everardo  
2010.

Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C.

Calzada Madero 1304, Centro, Oaxaca de Juárez, Oaxaca, México. C.P. 68000

Tel. (951)5010653, (951) 5495923

[www.conductitlan.net](http://www.conductitlan.net)

E-mail: [jorgeever@yahoo.com.mx](mailto:jorgeever@yahoo.com.mx), [comentarios@conductitlan.net](mailto:comentarios@conductitlan.net)

OPEN ACCESS: Se promueve la reproducción parcial o total de este documento citando la fuente y sin fines de lucro.

En caso de citar este documento por favor utiliza la siguiente referencia:

Aguilar-Morales, J.E. (2010) El plan de comercio internacional. Network de Psicología Organizacional. México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C.

## El Plan de comercio internacional

El plan de comercio internacional debe abarcar los aspectos fundamentales, desde los objetivos hasta su gerencia de mercadeo y de operaciones. El plan de comercio internacional es el mapa que conduce al logro de los objetivos, de modo que debe ser muy específico. Un buen plan de comercio internacional debe abarcar las siguientes áreas:

### a) Resumen Ejecutivo

1. Describe en detalle sus objetivos.
2. Identifica a los usuarios o consumidores
3. Discute las habilidades y experiencia que usted y sus socios tienen.
4. Identifica las ventajas que usted tiene sobre la competencia.

### b) Operaciones

1. Explica cómo se va a administrar su actividad.
2. Detalla los procedimientos para contratar personal.
3. Explica las necesidades de seguro, los contratos de arrendamiento o alquiler y los permisos pertinentes.
4. Enumera los equipos que se necesitan para generar sus productos o servicios.
5. Describe el proceso de producción y entrega de los productos o servicios.

### c) Mercadeo

1. Describe los productos o servicios
2. Identifica la demanda que existe para sus productos o servicios. Identifica su mercado, incluyendo tamaño, ubicación y estadísticas demográficas.
3. Explica cómo va a anunciar y mercadear sus productos o servicios.
4. Explica su estrategia de fijación de precios.

### d) Administración Financiera

1. Explica la fuente y cantidad del capital inicial.
2. Calcula los costos iniciales.
3. Proyecta los costos operacionales.
4. Desarrolla un presupuesto mensual de operaciones para el primer año.
5. Desarrolla un estimado mensual de ganancias sobre la inversión y de flujo de efectivo para el primer año.
6. Proporciona proyecciones de ingreso y saldo de cuentas para un período de dos años.
7. Discute el punto de equilibrio entre ganancias y pérdidas.
8. Explica su balance de cuentas personal y su método de compensación (pago).

9. Discute quién llevará la contabilidad y donde se mantendrán los archivos.
10. Proporciona declaraciones tentativas que abordan enfoques alternos a problemas que se puedan presentar.

e) Requisitos Legales:

Cualquier actividad productiva tiene que cumplir con las leyes y regulaciones federales, estatales y locales. Es importante conocer los requisitos legales. También es aconsejable que consulte con un abogado para que lo ayude con cualquier requisito adicional.