



# **Sílabo del curso Gestión de Negocios para Empresas Internacionales**

---

**Marzo - Julio 2025**

**X Ciclo**

**Profesor**

**Del Castillo Reyes, Jorge**

## I. Datos generales del curso

<b>Nombre del curso:</b>	Gestión de Negocios para Empresas Internacionales		
<b>Requisito:</b>	Planeación Estratégica, Macroeconomía II	<b>Código:</b>	04452
<b>Precedente:</b>	No tiene	<b>Semestre:</b>	2025-1
<b>Créditos:</b>	3	<b>Ciclo:</b>	X
<b>Horas semanales:</b>	4 horas teóricas	<b>Modalidad del curso:</b>	Presencial
<b>Tipo de curso:</b>	Curso Obligatorio	<b>Coordinador del curso:</b>	Pablo Boza pboza@esan.edu.pe
<b>Carrera(s)</b>	Economía y Negocios Internacionales		

## II. Sumilla

---

La internacionalización de las empresas, de los mercados y de otros agentes económicos en el contexto de la creciente globalización de la economía peruana, exige que los alumnos tengan capacidades de analizar y tomar decisiones referidas a las estrategias de internacionalización de los agentes económicos. Por ello el curso proporciona una visión del entorno internacional e interrelaciona las diferentes teorías y variables económicas a tener en cuenta para el diseño e implementación de una estrategia empresarial hacia afuera, contribuyendo a su desarrollo eficiente y competitivo.

## III. Objetivos del curso

---

- Facilitar la identificación de oportunidades y desafíos que la globalización presenta a las empresas, así como a cuantificar sus impactos sobre el mercado, la competitividad y la eficiencia internacional.
- Contribuir a la formación de una conciencia de comunicación, gestión y trabajo intercultural que permita la implementación de una estrategia de internacionalización.

## IV. Resultados de aprendizaje

---

**Al finalizar del curso, el alumno:**

- Demuestra habilidades de comunicación escritas en trabajos académicos y profesionales.
- Identifica oportunidades y desafíos que la globalización presenta a las empresas y su impacto en el mercado.
- Interioriza la importancia de la interculturalidad en la gestión de negocios y es capaz de trabajar en equipos interculturales.
- Demuestra destrezas de pensamiento crítico en el análisis de un problema proponiendo, fundamentando y defendiendo alternativas de solución sobre un tema

determinado.

## V. Metodología

---

La metodología a emplearse será la del sistema de clases maestras, donde el docente aborda cada tema actuando como facilitador, permitiendo con ello la interacción con el alumno y entre ellos. Se motivará la participación individual y grupal a través del análisis de casos, que deberán preparar los alumnos sustentados en las lecturas seleccionadas para cada sesión.

Por ello, los alumnos cuentan con el programa de casos y lecturas que deben preparar en la sección correspondiente del syllabus.

Eventualmente se contarán con invitados que relaten sus experiencias respecto sobre su gestión de empresas locales y/o multinacionales.

## VI. Evaluación

---

El sistema de evaluación es permanente e integral. La nota de la asignatura se obtiene promediando la evaluación permanente (70%) y el examen final (30%). La evaluación permanente comprende lo siguiente:

<b>PROMEDIO EVALUACIÓN PERMANENTE (PEP) 70%</b>		
<b>Tipo de evaluación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Ponderación %</b>
Control de lectura	4 controles de lectura	40
Casos de Estudio	Casos de estudio- Actividades en clase	30
Flash Informativo y participación en clase	Presentación en clase	30

El promedio final (PF) se obtiene del siguiente modo:

Dónde:

$$PF = 0.70 PEP + 0.30 EF$$

**PF** = Promedio

**PEP** = Promedio de evaluación permanente

**EF** = Examen Final

Final

## VII. Contenido programado

---

<b>SEMANA</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>ACTIVIDADES / EVALUACIÓN</b>

**UNIDAD DE APRENDIZAJE I: GESTIÓN DE NEGOCIOS PARA EMPRESAS INTERNACIONALES: ENTORNOS CULTURALES, POLÍTICOS Y JURÍDICOS QUE ENFRENTAN LOS NEGOCIOS**

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE:**

- Explica el rol de los diferentes agentes económicos y la relación entre ellos, sobre la base de aplicación de conceptos de negocios internacionales.
- Negocia con empresarios, inversionistas, intermediarios y operadores del medio internacional, conociendo la importancia de la interculturalidad de los mismos.
- Aprovecha los distintos factores dados en los distintos escenarios del medio Internacional.

<p>1° Del 17 al 22 de marzo</p>	<p><b>1.1. PANORAMA DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES</b> 1.1.1. Introducción 1.1.2. Globalización. 1.1.3. Posicionamiento del Perú.</p>	<p>Caso El Campo de Juego Global. Caso Carnival Cruise Lines. Caso The Java Lounge. Caso Charles Martin en Uganda. Flash Informativo.</p>
<p><b>Lectura:</b> Daniels, J.; Radebaugh, L. &amp; Sullivan, D. (2010). Capítulo 1: Globalización y negocios internacionales. En: Negocios Internacionales, ambientes y operaciones. (pp. 2-47). 12° Edición. México: Pearson</p> <p>Promperu(2025) <a href="http://mincethhttps://exportemos.pe/recurso/31546/informe-mensual-de-exportaciones-peruanas-noviembre-2024">http://mincethhttps://exportemos.pe/recurso/31546/informe-mensual-de-exportaciones-peruanas-noviembre-2024</a></p> <p>Comexperu(2025) <a href="https://www.comexperu.org.pe/articulo/record-exportador-peruano-us-74664-millones-en-2024">https://www.comexperu.org.pe/articulo/record-exportador-peruano-us-74664-millones-en-2024</a></p>		
<p>2° Del 24 al 29 de marzo</p>	<p><b>1.2. ENTORNOS CULTURALES QUE ENFRENTAN LOS NEGOCIOS</b> 1.2.1. Ámbitos culturales 1.2.2. Distancia cultural 1.2.3. La variable cultural en los negocios</p>	<p><b>Caso Toyota: The Accelerator Crisis</b>  When Culture Doesn't Translate.  Flash Informativo. <b>Actividades en clase.</b></p>
<p><b>Lecturas:</b> Daniels, J.; Radebaugh, L. &amp; Sullivan, D. (2010). Capítulo 2: Entornos culturales que enfrentan las empresas. En: Negocios Internacionales, ambientes y operaciones. (pp. 48-93). 12° Edición. México: Pearson</p> <p>Farías, P. (2016). Medición y representación gráfica de las distancias culturales entre países latinoamericanos. (pp. 115-141) (ONLINE)</p> <p>Almodóvar, P., Navas, J., Huerta, P. (s.f.). <i>La distancia cultural y el riesgo país ¿Cómo influyen en la inversión directa en el extranjero?</i> (pp. 27-39) (ONLINE)</p>		
<p>3° Del 31 de marzo al 05 abril</p>	<p><b>1.3. ENTORNOS POLÍTICOS Y JURÍDICOS QUE ENFRENTAN LOS NEGOCIOS</b> 1.3.1. Tipos y efecto del entorno político 1.3.2. Tipos y efecto del entorno jurídico</p>	<p><b>Caso Australian Miners and the Resource Super Profit</b>  <b>Tax</b>  Caso China: problemas legales.</p>

		<p>Caso Companies Can't Avoid Politics - and Shouldn't Try To.</p> <p>Flash Informativo.</p> <p><b>Actividades en clase.</b></p>
	<p><b>Lectura:</b> Daniels, J.; Radebaugh, L. &amp; Sullivan, D. (2010). Capítulo 3: Entornos políticos y jurídicos que enfrentan las empresas. En: Negocios Internacionales, ambientes y operaciones. (pp. 94-137). 12° Edición. México: Pearson.</p>	
<p><b>UNIDAD DE APRENDIZAJE II: EL GOBIERNO Y SU INFLUENCIA EN EL COMERCIO, ACUERDOS, COOPERACIÓN INTERNACIONAL Y ESTRATEGIAS, MANUFACTURA Y GESTIÓN DE SUMINISTRO. ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACION</b></p> <p><b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Explica el rol de los diferentes agentes económicos y la relación entre ellos, sobre la base de aplicación de conceptos de negocios internacionales.</li> <li>● Identifica oportunidades y/o riesgos de inversión de mercado, dadas en el medio internacional y relacionarlos con su impacto sobre los resultados de la empresa.</li> <li>● Elabora y evalúa una estrategia de penetración y operación empresarial en el mercado internacional.</li> <li>● Aprovecha los distintos factores dados en los distintos escenarios del medio Internacional.</li> </ul>		
<p><b>4°</b></p> <p>Del 07 al 12 de abril</p>	<p><b>2.1. EL GOBIERNO Y SU INFLUENCIA EN EL COMERCIO</b></p> <p>2.1.1. Grupos de Interés 2.1.2. Motivos Económicos y No Económicos 2.2.3. Instrumentos de Control del Comercio</p>	<p>¿Un bagre como cualquier otro? Comercio Estados Unidos – Cuba</p> <p><b>Control de lectura 1</b></p> <p>Flash Informativo <b>Actividades en clase</b></p>
	<p><b>Lectura:</b> Daniels, J.; Radebaugh, L. &amp; Sullivan, D. (2013). Capítulo 7: Influencia del gobierno en el comercio. En: Negocios Internacionales, ambientes y operaciones. (pp. 257-284). 14° Edición. México: Pearson</p>	
<p><b>5°</b></p> <p>Del 14 al 16 de abril</p>	<p><b>2.2. NEGOCIACIÓN DE ACUERDOS, COOPERACIÓN INTERNACIONAL Y DIPLOMACIA</b></p> <p>2.2.1. Negociación de Nivel 1 2.2.2. Negociación de Nivel 2</p>	<p><b>Caso Huawei: Huawei: How Can We Lead the Way?</b></p> <p>Caso China + India The power of two</p> <p>TLC Colombia- Estados Unidos La experiencia europea de Toyota</p> <p>Flash Informativo <b>Actividades en clase</b></p>

	<p><b>Lecturas:</b></p> <p>Daniels, J.; Radebaugh, L. &amp; Sullivan, D. (2013). Capítulo 8: Acuerdos y Cooperación Internacional. En: Negocios Internacionales, ambientes y operaciones. (pp. 287-323). 14° Edición. México: Pearson</p> <p>Silva, L. (junio, 2007). El proceso de negociación del TLC entre Colombia y Estados Unidos. Colombia Internacional. (65): 112-133</p>	
<p>6°</p> <p>Del 21 al 26 de abril</p>	<p><b>2.3. MANUFACTURA GLOBAL Y GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO</b></p> <p>2.4.1. Logística Global 2.4.2. Modos y medios de distribución 2.4.3. Tercerización</p>	<p><b>Caso UNIQLO: A Supply Chain Going Global</b></p> <p>Cadena de suministro Samsonite Nokero Creación de valor en la ind. vestidos Cadenas de valor: dónde, cuándo y por qué</p> <p>Flash Informativo <b>Actividades en clase</b></p>
	<p><b>Lecturas:</b></p> <p>Daniels, J.; Radebaugh, L. &amp; Sullivan, D. (2013). Capítulo 17: Manufactura Global y Gestión de la Cadena de Suministro. En: Negocios Internacionales, ambientes y operaciones. (pp. 637-671). 14° Edición. México: Pearson</p>	
<p>7°</p> <p>Del 28 de abril al 03 de mayo</p>	<p><b>2.4. ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN Y SELECCIÓN DE PAÍSES</b></p> <p>2.5.1. La creación de valor 2.5.2 Global o local 2.5.3 Estrategias internacionales 2.5.4 Oportunidad vs Riesgo: exploración y análisis</p>	<p>Creación de valor en la industria global del vestido Cadenas de valor: dónde, cuándo y por qué</p> <p><b>Control de lectura 2</b></p> <p>Flash Informativo <b>Actividades en clase</b></p>
	<p><b>Lectura:</b></p> <p>Daniels, J.; Radebaugh, L. &amp; Sullivan, D. (2013). Capítulo 11: La Estrategia de los negocios internacionales. En: Negocios Internacionales, ambientes y operaciones. (pp. 397-440). 14° Edición. México: Pearson.</p> <p>Ghemawat, P. "Managing differences: The central challenge of global strategy", HBR 2007.</p> <p>Khanna, T., Palepu, K.G. y J. Sinha: "Strategies that fit emerging markets", HBR 2006</p>	
<p>8°</p> <p>Del 05 de mayo al 10 de mayo</p>	<p><b>EXPANSIÓN CORPORATIVA A OTROS MERCADOS DESDE EL PERÚ PRESENTACIÓN</b></p>	
<p>9°</p>	<p><b>2.6. ÉTICA EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES</b></p>	<p><b>Caso Odebrecht's Transformation Journey</b></p> <p><b>Caso ENRON (Foro de discusión en línea)</b></p>

Del 12 de mayo al 17 de mayo	<b>2.7. LA CORRUPCIÓN EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES: IMPLICANCIAS</b>  2.7.1. Definiciones 2.7.2. Formas de corrupción 2.7.3. Marco Legal para prevenirla	Flash Informativo <b>Actividades en clase</b>
<b>Lectura:</b> Lozano, J. (2012). Capítulo 2: Ética y filosofía de la responsabilidad social empresarial. (pp. 15-27).  Quiroz, A. (2013). Historia de la corrupción en el Perú. Lima: IEP. (pp. 37-121)  Cuervo-Cazurra, A. (2016) "Corruption in International Business" en Journal of World Business 51 (1) January. Pp.35-49		
<b>10°</b>  Del 19 al 24 de mayo	<b>3.1. START UPS y EMPRENDIMIENTO</b>  3.1.1. Definición de Start Up 3.1.2. Aspectos relevantes 3.1.3. Business angels y financiamiento	<b>Caso Uber vs Didi The Race for China's Ride-hailing Market</b>  Flash Informativo <b>Actividades en clase</b>
<b>Lecturas:</b> Kerr, W.; Ramana, N., McQuade, J. (2014). Financing entrepreneurial Ventures En Harvard Business Publishing. Pp 46.  Eisenmann, T. and Berkley A.:(2014) Scaling a Startup: People and Organization. En Harvard Business Publishing. Pp 18.		
<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE III: FUNCIÓN FINANCIERA, ADMINISTRACIÓN GLOBAL DE RECURSOS HUMANOS, MIPYME EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES, MARKETING GLOBAL</b> <b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Explica el rol de los diferentes agentes económicos y la relación entre ellos, sobre la base de aplicación de conceptos de negocios internacionales.</li> <li>● Identifica oportunidades y/o riesgos de inversión de mercado, dadas en el medio internacional y relacionarlos con su impacto sobre los resultados de la empresa.</li> <li>● Elabora y evalúa una estrategia de penetración y operación empresarial en el mercado internacional.</li> <li>● Negocia con empresarios, inversionistas, intermediarios y operadores del medio internacional, conociendo la importancia de la interculturalidad de los mismos.</li> <li>● Aprovecha los distintos factores dados en los distintos escenarios del medio Internacional.</li> </ul>		
<b>11°</b>  Del 26 de mayo al 31 de mayo	<b>3.2. ADMINISTRACIÓN GLOBAL DE RECURSOS HUMANOS</b>  3.2.1. Las Habilidades Blandas en la Gestión de Recursos Humanos  3.2.2. Las Políticas de Género en la Gestión de Recursos Humanos	<b>Caso Box: The Evolution of Management Practices in a Start-up</b>  Tackling Gender Inequality at HBS: A Case Study  Flash Informativo <b>Actividades en clase</b>

	<p><b>Lectura:</b> Adecco Group (2017) "The Soft Skills Imperative: From attitude to empathy, we explore the power of soft skills in an automated world", White Paper N° 01. Pp. 12.</p> <p>Harvard Law School (2012) "International Negotiations: Cross Cultural Communication Skills", Special Report. Pp. 11.</p> <p>Eden, L. y S. Gupta (2017) "Culture and Context Matter: Gender in International Business and Management, Special Issue on "Gender in International Business and Management" Mays Business School Research Paper Pp. 30</p>	
<p><b>12°</b> Del 02 al 07 de junio</p>	<p><b>3.3. MIPYME EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES</b></p> <p>3.3.1. Definiciones 3.2.2. Contribución Económica 3.2.3. Sectores de Influencia 3.2.4. Emprendimiento e Innovación</p>	<p>Flash Informativo <b>Actividades en clase</b></p> <p><b>Control de lectura 3</b></p>
	<p><b>Lecturas:</b> Brenes, G. y F. León (2008) "Las Born Global: Empresas de Acelerada Internacionalización" en TEC Empresarial 2(2) Pp. 11.</p> <p>OECD (2000) "Small and Medium-sized Enterprises: Local Strength, Global Reach", Police Brief. Pp. 8.</p>	
<p><b>13°</b> Del 09 al 14 de junio</p>	<p><b>3.4. MARKETING GLOBAL</b></p> <p>3.4.1. Definición de marketing 3.4.2. Elementos controlables y no controlables 3.4.3. Paradigma ABCD 3.4.4. Decisiones de consumo</p>	<p><b>L'Oreal in China: Marketing Strategies for Turning Around Chinese Luxury Cosmetic Brand Yue Sai</b></p> <p>The Most Common Mistakes Companies Make with Global Marketing Social Media Is Too Important to Be Left to the Marketing Department Grameen Danone Foods</p> <p>Flash Informativo <b>Actividades en clase</b></p>
	<p><b>Lectura:</b> Daniels, J.; Radebaugh, L. &amp; Sullivan, D. (2013). Capítulo 16: Marketing Global. En: Negocios Internacionales, ambientes y operaciones. (pp. 597-632). 14° Edición. México: Pearson</p> <p>Czinkota, M., &amp; Ronkainen, I. (2013). Redes sociales y comunicación. En Marketing Internacional (10a ed., pp. 547-572). México D.F., México: Cengage Learning.</p>	
<p><b>14°</b></p>	<p><b>3.5. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL</b></p> <p>3.5.1. Marco teórico de la RSE</p>	<p><b>Caso Apple and its Suppliers: Corporate Social Responsibility</b></p>

Del 16 al 21 de junio	3.5.2. Evolución de las prácticas de RSE 3.5.3. ¿Son efectivas las prácticas de RSE para mejorar el desempeño de la empresa?	Flash Informativo <b>Actividades en clase</b>
	<b>Lectura:</b> Jáuregui, K., Ventura, J. & Gallardo, J. (2018). Responsabilidad Social y Sostenibilidad Empresarial. Pearson Education de Perú	
15° Del 23 al 28 de junio	<b>3.5. EXPOSICIÓN CORPORATIVA</b>	<b>Control de lectura 4</b>
16° Del 30 de junio al 05 de julio	<b>EXÁMENES FINALES</b>	

## VIII. Bibliografía

---

### Bibliografía básica

Daniels, J.; Radebaugh, L. & Sullivan, D. (2013). *Negocios Internacionales, ambientes y operaciones*. 14° Edición. México: Pearson

*Mincetur*. (2018). Obtenido de [http://mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/plan\\_exportador/Penx\\_2025/PENX\\_FINAL\\_101215.pdf](http://mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PENX_FINAL_101215.pdf)

### Bibliografía complementaria

#### A publicarse en el aula virtual más las señaladas en clase.

Jiménez, i.; De la Orden de la Cruz, M.; Casado, P. (2008) “La empresa global, adaptación y conocimiento de la diversidad” en *Estableciendo puentes en una economía global / coord. por Julio Pindado García, Gregory Payne*, Vol. 2, (Comunicaciones). Recoge los contenidos presentados a: Asociación Europea de Dirección y Economía de Empresa. Congreso Nacional. Salamanca.

Lozano, J. (2012). *Ética y filosofía de la responsabilidad social empresarial*.

Martin, P. (2012) “Multinacionales en acción” en *Mediterráneo Económico* Volumen 22, septiembre.

Montoya, C. (2011) “Colombia y su inserción en la economía mundial” en *Ecos de Economía*, número 32.

Quiroz, A. (2013). *Historia de la corrupción en el Perú*. Lima: IEP.

Stephan, D. (2012) "El surgimiento de las empresas multinacionales de América Latina y el comportamiento de los índices de desempeño" en *Anales de la Universidad Metropolitana* Volumen 12, número 1.

## **IX. Laboratorio**

---

No requerido

## **X. Profesores**

---

Del Castillo Reyes, Jorge  
[idelcastillor@esan.edu.pe](mailto:idelcastillor@esan.edu.pe)