



UTNMDP
Regional Mar del Plata

Curso de Comercio Exterior

Objetivo General: Comprender los desafíos del comercio internacional y adquirir las herramientas básicas para analizar potenciales mercados y comercializar con los mismos.

Objetivos Específicos: Que los participantes logren:

- Adquirir una visión global de los negocios internacionales.
- Comprender el proceso secuencial de las operaciones de importación y exportación.
- Conocer los actores e instituciones que intervienen en las operaciones de importación y exportación, sus alcances, responsabilidades e incumbencias.
- Diagnosticar las condiciones de una empresa para iniciarse en el proceso de internacionalización.
- Identificar mercados potenciales.

Destinatarios: Estudiantes, profesionales, empresarios, emprendedores y público en general.

Contenidos

1.- Internacionalización

Globalización. Internacionalización y cadenas de valor. Las diferencias de los mercados mundiales (entorno internacional). Análisis de la competencia internacional.

La decisión de internacionalizarse. Diagnóstico de factibilidad exportadora. Las estrategias ante nuestras fortalezas y limitaciones. Primeros pasos. Requisitos para cumplimentar por el exportador.

2. Fundamentos de Investigación de Mercados Internacionales

Integración de mercados. Bloques Económicos. Mercosur. Unión Europea. Alca, etc.

Investigación de mercados: Objetivos, tipos, fuentes de información. Selección de mercados exteriores. Estrategias de inserción internacional.

3. Secuencia de un proceso de importación y exportación

Actores que intervienen en un proceso de importación y exportación. Papel del Despachante de Aduana. Definición y tipos de exportación según el código aduanero. Clasificación y valoración. Beneficios aduaneros. Armado de legajo de exportación (documentación operativa y comercial); permiso y despacho de aduana. Circuito operativo de la exportación.

4. Logística Internacional

Estrategias de transporte y logística internacional. Distintos medios de transporte, características. Cotización de transporte. Incoterms. Envases y embalajes. Seguros.

5. Los bancos en las operaciones de comercio exterior

Rol de los bancos en la operatoria. Medios de cobro y pago en comercio internacional (carta de crédito, cobranzas, pagos directos). Documentos utilizados para el cobro de una expo. Financiamiento en comercio internacional. Normativa cambiaria. El seguro de crédito a la exportación.

6. Asociatividad:

La asociatividad cómo estrategia para exportar. Grupos exportadores. Consorcios de exportación. Cómo consolidar la oferta exportable. Aspectos positivos y negativos para la conformación de un grupo exportador. Marco legal de los consorcios.

7. Marketing internacional

Marketing domestico frente al internacional. Desarrollo de canales de comercialización. Política de productos / servicios. Estrategia de Adaptación vs Estandarización. Criterios de la política internacional de precios. Cálculo de precios internacionales. La oferta comercial internacional. Estrategia de marca. Técnicas de comunicación on line y off line. Política de distribución. Ferias, exposiciones y misiones comerciales. Plan de Marketing Internacional, requisitos, estructura y presentación.

8. Contratos internacionales

Contratación internacional. La oferta de productos y servicios, cotizaciones, listas de precios, facturas proforma, significado jurídico y sus efectos. El contrato de compraventa internacional. Contratos de representación. Resolución y prevención de conflictos en el comercio internacional. Negociación, mediación y arbitraje.

9. Los ingenieros y su participación en operaciones de comercio exterior.

El business to business. La gestión de calidad y las normas internacionales de calidad y trazabilidad. El rol del ingeniero en operaciones de comercio exterior