



Curso Online de **Gestión Departamental y Administrativa del Comercio Exterior**

Metodologías y herramientas digitales disponibles para una gestión más productiva y eficiente de las operaciones de exportación.

ARGENTINA
(54) 1159839543

BOLÍVIA
(591) 22427186

COLOMBIA
(57) 15085369

CHILE
(56) 225708571

COSTA RICA
(34) 932721366

EL SALVADOR
(503) 21366505

MÉXICO
(52) 5546319899


Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación


**MANAGER
BUSINESS
SCHOOL**

atcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp
(34) 601615098

PERÚ
(51) 17007907

PANAMÁ
(507) 8338513

PUERTO RICO
(1) 7879457491

REP. DOMINICANA
(1) 8299566921

URUGUAY
(34) 932721366

VENEZUELA
(34) 932721366

ESPAÑA
(34) 932721366

Presentación

En la actualidad todas las empresas, tanto PYMES como grandes corporaciones, tienen cada vez más la necesidad de acceder a información actualizada y a herramientas digitales de gestión en las diferentes fases de la internacionalización: selección de mercados, marketing, promoción, ventas y gestión administrativa, logística y gestión documental de las operaciones. Esta necesidad tiene su origen en la gran complejidad del comercio internacional y los múltiples actores que participan en todo el ecosistema operativo, logístico y financiero.

En una economía digitalizada, con el uso masivo de Internet y con múltiples herramientas al alcance, gestionar un departamento internacional es cada vez menos complejo y más accesible para cualquier tipo de empresa y sector, independientemente de su tamaño y recursos disponibles.

La irrupción de las nuevas tecnologías, algunas de ellas disruptivas, y los nuevos facilitadores digitales, hacen posible que cada vez más empresas obtengan una mayor eficiencia a un menor coste, lo que favorece la democratización del comercio global. La condición indispensable es que las personas adquieran los conocimientos relevantes y la capacitación digital necesaria.

En este curso veremos qué herramientas y recursos digitales tenemos a nuestro alcance en cada fase de los procesos de exportación e importación, y descubriremos cómo usar la tecnología de una forma proactiva para incrementar la productividad y la eficiencia y reducir los costes operativos en las diferentes fases.

La Formación E-learning

Con más de 30 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

- 1** La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.
- 2** *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- 3** *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.
- 4** *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

Objetivos del curso:

- Cuál es la importancia y el alcance de la tecnología en los procesos de internacionalización y en el comercio internacional en la era de Internet.
- Cuáles son las principales tecnologías existentes para la gestión ágil del comercio internacional.
- Qué fuentes de información online relevantes y confiables tenemos para decidir sobre los aspectos clave de las exportaciones e importaciones.
- Cómo implementar una gestión integral de todos los procesos de las exportaciones e importaciones, fomentando la colaboración de las diferentes áreas de la empresa: comercial, compras, administración, logística y financiera.
- Cómo realizar el diagnóstico de una empresa y del producto para la exportación con diferentes herramientas y metodologías.
- Cuáles son los puntos clave para elaborar un plan de estrategia de internacionalización teniendo en cuenta la dimensión digital.
- Qué posibilidades de búsqueda de clientes y proveedores tenemos en las redes sociales y herramientas 2.0.
- Cómo preparar de forma automatizada los documentos necesarios para el envío del material y ahorrar tiempo y costes de gestión.
- Qué tecnologías hay disponibles para cada etapa de la internacionalización: análisis previo, promoción, ventas y gestión, que mejorará la eficiencia del departamento de comercio exterior.

“ Conozca y domine la tecnología existente para la gestión eficaz del comercio internacional”

Dirigido a:

Directores de Exportación, Directores Comerciales y de Marketing, Responsables de Expansión en mercados internacionales, así como a todos aquellos profesionales que deseen conocer las herramientas digitales existentes para la gestión de las operaciones internacionales.

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 50 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

8 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Comercio global: conceptos básicos y contexto internacional

4 horas

La digitalización del comercio está ocurriendo de forma que se produce la integración de las actividades físicas dentro de un entorno digital. En un contexto internacional tiene sentido la digitalización de las actividades porque acorta la distancia física entre los mercados.

En este primer módulo del curso se definen los conceptos básicos del comercio internacional destacando la tendencia global a la digitalización de las actividades y prácticas del comercio.

1.1. La dimensión digital del comercio internacional.

1.2. Exportar e importar productos y servicios:

- 1.2.1. Qué es comercio internacional y qué implica.
- 1.2.2. La globalización del comercio.

1.3. La Unión Europea y otras integraciones comerciales:

- 1.3.1. Tipos de integración económica.
- 1.3.2. La Unión Europea y otras integraciones:
 - 1.3.2.1. Asia-Pacífico.
 - 1.3.2.2. América.
 - 1.3.2.3. África.
 - 1.3.2.4. Europa.

1.4. Operaciones internacionales:

- 1.4.1. Actores en una operación de compraventa internacional.
- 1.4.2. Fases de las operaciones internacionales de importación y exportación.
- 1.4.3. Evitar riesgos.

1.5. Aspectos normativos del comercio internacional:

- 1.5.1. Códigos aduaneros:
 - 1.5.1.1. Código Aduanero de la Unión (CAU).
 - 1.5.1.2. Otros códigos aduaneros.
 - 1.5.1.3. Política comercial.
 - 1.5.1.4. Fiscalidad.

MÓDULO 2. Exportaciones: fase de investigación

4 horas

En la empresa, para tomar decisiones adecuadas y desarrollar las operaciones de comercio internacional con más probabilidades de éxito, la fase de investigación y análisis del entorno es esencial.

Se trata de conseguir la sostenibilidad y viabilidad de la empresa en mercados internacionales y, a la vez, en un contexto digital.

- 2.1. ¿Para qué exportar? Ventajas y riesgos para la empresa.
- 2.2. Metodologías de autoanálisis para la empresa. Para qué exportar, ventajas y riesgos:
 - 2.2.1. Análisis DAFO de la empresa que quiere exportar o internacionalizarse.
 - 2.2.2. Otras herramientas ágiles de análisis.
- 2.3. Preparación para la exportación: preparar la empresa y adaptar el producto
 - 2.3.1. Preparación de la empresa.
 - 2.3.2. Preparación del producto.
- 2.4. Investigación de países y mercados:
 - 2.4.1. Metodologías.
 - 2.4.2. Fuentes de información sobre mercados.
 - 2.4.3. Herramientas digitales para agilizar un estudio de mercado.
- 2.5. Análisis de riesgos.
- 2.6. Información de la demanda.
- 2.7. Información de la oferta.
- 2.8. Información sobre la accesibilidad del mercado.
- 2.9. Información sobre logística y transporte.

MÓDULO 3. Plan y estrategia de internacionalización

4 horas

Un plan de internacionalización es un plan de negocio adaptado a los mercados exteriores. Funciona como una hoja de ruta en el que se indican los objetivos de ventas, mercados y plazos para conseguir los objetivos.

Este módulo ofrece pautas para elaborar un plan de internacionalización y de marketing internacional.

- 3.1. Plan de internacionalización.
- 3.2. Plan de Marketing Internacional.

3.3. Estrategias de entrada a los mercados:

- 3.3.1. Estrategias según grado de implicación de la empresa.
- 3.3.2. Tipo de estrategias de entrada.
- 3.3.3. Estrategias según la fase de internacionalización.

3.4. Segmentación de clientes y selección de canales de distribución:

- 3.4.1. Segmentación de mercados y prospección de clientes.
- 3.4.2. Estudios de mercado.

3.5. Promoción y comunicación internacional:

- 3.5.1. Herramientas de marketing digital.
- 3.5.2. Ecosistemas digitales.
- 3.5.3. Estrategias de comunicación.

3.6. Selección de canales de venta internacionales:

- 3.6.1. Tipos de canales de distribución.
- 3.6.2. Tecnologías para la fase de ventas.

3.7. Planificación del modelo de gestión internacional:

- 3.7.1. Modelos de negocio de la internacionalización.

MÓDULO 4. Exportaciones: fase de negociación

13 horas

La negociación con clientes internacionales requiere tener unos conocimientos muy específicos en temas clave de contratación internacional como logística, fiscalidad, aduanas, trámites y documentación necesaria para exportar.

Con la tecnología es posible gestionar de manera eficiente la complejidad de las actividades del comercio internacional, en concreto, esta fase de negociación y gestión.

4.1. Contratos internacionales:

- 4.1.1. Negociación: fases.
- 4.1.2. Cláusulas del contrato de venta.
- 4.1.3. Tipo de formalización del acuerdo.
- 4.1.4. Otros tipos de contratos internacionales.
- 4.1.5. Documentos de exportación:
 - 4.1.5.1. Factura proforma.
 - 4.1.5.2. Factura comercial.
 - 4.1.5.3. Packing list.
 - 4.1.5.4. Documento Único Aduanero (DUA).
 - 4.1.5.5. Certificado de origen.
 - 4.1.5.6. Documentos de transporte.
 - 4.1.5.7. Otros documentos.

4.2. INCOTERMS:

- 4.2.1. Qué son los INCOTERMS.
- 4.2.2. Funciones de los INCOTERMS.
- 4.2.3. Cómo utilizarlos.
- 4.2.4. Consideraciones generales sobre el uso de INCOTERMS.
- 4.2.5. INCOTERMS 2020: descripción detallada
 - 4.2.5.1. EXW.
 - 4.2.5.2. FCA.
 - 4.2.5.3. CPT.
 - 4.2.5.4. CIP.
 - 4.2.5.5. DPU.
 - 4.2.5.6. DAP.
 - 4.2.5.7. DDP.
 - 4.2.5.8. FAS.
 - 4.2.5.9. FOB.
 - 4.2.5.10. CFR.
 - 4.2.5.11. CIF.

4.3. Medios de pago internacionales:

- 4.3.1. Criterios para la elección.
- 4.3.2. Clasificación de las formas de pago.
- 4.3.3. Nuevas formas de pago: Bank Payment Obligation.

4.4. Negociación de los aspectos logísticos y el transporte:

- 4.4.1. Criterios para la elección del transporte.
- 4.4.2. Características del transporte.

MÓDULO 5. Exportaciones: fase logística y documental**13** horas

Al iniciarse una exportación la primera fase es la preparación de la mercancía para el transporte hasta el lugar acordado en el contrato de compraventa con el comprador. Este proceso implica la gestión y coordinación de procesos dentro y fuera de la empresa, con todos los actores implicados, desde que se inicia la operación hasta la entrega final de la mercancía en el país de destino. En concreto en este módulo veremos cómo la aplicación Cloud Eintrade puede ayudarnos a visualizar estos procesos y a gestionar toda la operativa interna de ventas y logística de las exportaciones.

5.1. Gestión logística:

- 5.1.1. Distribución física internacional:
 - 5.1.1.1. Puntos logísticos.
- 5.1.2. Actores de la cadena logística internacional.

5.1.3. Evaluación de los riesgos.

5.2. Fases de la cadena logística:

5.2.1. Definición.

5.2.2. Colaboración.

5.2.3. Logística interna: preparación.

5.2.4. Logística externa: transporte.

5.2.5. Paso por la aduana de origen y destino: flujo completo.

5.2.6. Coordinación circuitos logístico-pago.

5.3. Gestión aduanera:

5.3.1. Función de las aduanas.

5.3.2. Gestión de transporte, documentación y coordinación.

5.3.3. Información requerida por la aduana:

5.3.3.1. Partidas: sistema de clasificación arancelaria.

5.3.3.2. Declaración de origen en las exportaciones.

5.3.3.3. Operador Económico Autorizado (OEA).

5.3.4. Aduanas y fiscalidad.

5.3.5. Documentos y trámites de exportación.

5.3.6. Documentación para el cliente final.

5.4. Ejemplo de gestión logística y documental con herramienta digital.

MÓDULO 6. Importaciones: fase de investigación

4 horas

Toda importación supone una serie de riesgos económicos, financieros, logísticos y comerciales que es importante conocer y, en la medida de lo posible, reducir o eliminar. Es importante seguir un procedimiento para evitar dichos riesgos y poder optimizar y agilizar los procesos.

6.1. Análisis de productos y proveedores:

6.1.1. Metodología: el proceso de investigación.

6.1.2. Planificación: la información necesaria.

6.1.3. Dónde buscar productos y proveedores: BBDD y Marketplaces.

6.1.4. Motores de búsqueda y técnicas avanzadas de búsqueda.

6.1.5. Posibilidades de búsqueda en redes sociales y otras herramientas 2.0.

6.2. Elección de proveedores:

6.2.1. Criterios para elegir proveedores.

6.2.2. El proceso de selección de proveedores.

6.3. Barreras y restricciones a las importaciones:

6.3.1. Conceptos a tener en cuenta en las importaciones:

6.3.1.1. Partida arancelaria.

- 6.3.1.2. Valor en aduana.
- 6.3.1.3. Leyes de origen de la mercancía.
- 6.4. Logística de las importaciones.

MÓDULO 7. Importaciones: fase de negociación

4 horas

La negociación con el proveedor internacional discurre a la vez que se realiza la preparación de la importación, de forma que se anticipen los temas críticos que surgirán durante la fase logística y documental.

Se analizan en este módulo los puntos clave de la negociación con los proveedores internacionales.

7.1. Fase de negociación:

- 7.1.1. Negociación con el proveedor.
- 7.1.2. Riesgos de las operaciones de importación.
- 7.1.3. Contratos y documentos.
- 7.1.4. INCOTERMS.
- 7.1.5. Medios de pago.
- 7.1.6. Logística y transporte.

7.2. Preparación de la importación:

- 7.2.1. Elección del transitario.
- 7.2.2. Preparación de las operaciones logísticas.
- 7.2.3. Preparación del despacho de importación.
- 7.2.4. Seguimiento de la operación con el proveedor.
- 7.2.5. Documentación de la importación.
- 7.2.6. Inicio de la operación de importación.
- 7.2.7. Preparación del trámite aduanero de importación.

MÓDULO 8. Importaciones: fase logística y aduanera

4 horas

La logística de una importación es la planificación, coordinación y seguimiento de todas las operaciones, desde la negociación con el proveedor hasta la entrega final de la mercancía. Este módulo detalla los procesos de la logística y la gestión aduanera de las importaciones que hay que conocer en profundidad.

8.1. Gestión logística y aduanera de una importación:

- 8.1.1. Procedimiento logístico.

8.1.2. Procedimiento aduanero de importación.

8.2. Documentos y trámites de importación.

8.3. Otros aspectos importantes en las importaciones:

8.3.1. Aplicación correcta de los beneficios arancelarios.

8.3.2. Operador Económico Autorizado (OEA).

8.3.3. Destinos aduaneros.

8.3.4. Regímenes aduaneros económicos.

8.3.5. Tránsito de mercancías en la Unión Europea.

8.4. Aduanas y fiscalidad.

8.5. Plataformas tecnológicas para gestionar las importaciones.

Autor



Cristina Picazo

CEO, Co-fundadora y Business Developer de Eintrade, empresa que desarrolla herramientas web digitales y colaborativas para agilizar la gestión del comercio internacional, cuenta con más de 15 años de experiencia en compañías multinacionales en las áreas de gestión documental y logística del comercio global, así como en planificación y optimización de operaciones logísticas y su integración en sistemas de gestión ERP.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

