



## Curso Online de **Fuentes de Información para la Promoción y Gestión del Comercio Internacional**

*Instrumentos al alcance de la empresa para obtener información de valor con la que planificar y ejecutar con éxito su participación en los mercados internacionales.*

**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](mailto:atcliente@iniciativasempresariales.edu.es)  
[america.iniciativasempresariales.com](http://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

# Fuentes de Información para la Promoción y Gestión del Comercio Internacional

## Presentación

Desde hace unas décadas asistimos a un creciente proceso de globalización económica que está teniendo lugar en los mercados internacionales originado básicamente por el importante desarrollo de los transportes, las telecomunicaciones y la tendencia liberalizadora de los intercambios entre países. Todo supone un aumento de la competencia al facilitar la incorporación de empresas extranjeras como posibles suministradoras de productos y servicios en nuestro país.

Ante esta situación, a la PYME no le queda más remedio que competir aumentando calidad, reduciendo costes y mejorando servicios, objetivos que en la mayoría de las ocasiones pasan por internacionalizarse. Es por ello que la información desempeña un papel más importante que nunca: la internacionalización supone nuevos riesgos y costes por lo que la decisión de llevarla a cabo o no debe estar basada en un cúmulo de informaciones lo más amplias y exactas posibles para que esta decisión lleve al éxito y no al fracaso empresarial.

Este curso le permitirá determinar los datos fundamentales a localizar, planificar el proceso de búsqueda, conocer y manejar el amplio rango de fuentes de información sobre comercio internacional al alcance de la PYME y, finalmente, analizar los resultados obtenidos tomando decisiones empresariales en base a los mismos.

## La Educación On-line

Con más de 25 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.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado.

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 este curso.

4 *Trabajar* con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.

# Fuentes de Información para la Promoción y Gestión del Comercio Internacional

## Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



## Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de **30 horas** distribuidas en 3 módulos de formación práctica.

El material didáctico consta de:

### Manual de Estudio

Los 3 módulos contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

### Material Complementario

Cada uno de los módulos contiene material complementario que ayudará al alumno en la comprensión de los temas tratados. Encontrará también ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

# Fuentes de Información para la Promoción y Gestión del Comercio Internacional

## Este curso le permitirá saber y conocer:

---

- Cómo planificar el proceso de búsqueda de información sobre comercio internacional.
- Qué datos debo conocer para saber si un mercado es o no interesante para mi empresa.
- Cuáles son los principales sitios web, instituciones y otras fuentes que nos pueden proporcionar información fiable y de utilidad para la gestión import-export de la empresa.
- Dónde obtener datos sobre aranceles, estadísticas comerciales, requisitos documentales, condiciones de un mercado en particular, etc.
- Qué debo saber sobre un mercado antes de aventurarme a comerciar con empresas del mismo.
- Cómo localizar clientes y/o proveedores internacionales a través de Internet y de otros instrumentos al alcance de la PYME.
- Cuáles son las claves para que nuestra participación en ferias internacionales sea un éxito.
- Cómo planificar un viaje de prospección comercial: elaboración de agendas comerciales en el mercado de destino.
- Qué ayudas institucionales existen para la internacionalización de la empresa española.

“ El acceso a fuentes de información fiables nos permitirá diseñar con éxito la estrategia empresarial fuera de nuestras fronteras ”

## Dirigido a:

---

Responsables de Exportación e Importación, Directores Comerciales y de Marketing así como a todos aquellos profesionales del comercio exterior que busquen información de calidad para la toma de decisiones en el proceso de internacionalización de la empresa.

# Fuentes de Información para la Promoción y Gestión del Comercio Internacional

## Contenido del Curso

### MÓDULO 1. Planificación del proceso de búsqueda de información

10 horas

Para abordar adecuadamente el proceso de internacionalización de una empresa es precisa una fase previa de investigación, procesamiento y análisis de la información obtenida. En este primer módulo del curso aprenderemos a planificar y estructurar el proceso de búsqueda de dicha información.

#### 1.1. Etapas del proceso de búsqueda de información:

- 1.1.1. 1ª etapa: planificación del proceso de búsqueda de información.
- 1.1.2. 2ª etapa: dónde puedo buscar la información.
- 1.1.3. 3ª etapa: análisis de la información.
- 1.1.4. 4ª etapa: toma de decisiones empresariales.

#### 1.2. Tipos de fuentes de información en comercio internacional:

- 1.2.1. Fuentes de información primarias.
- 1.2.2. Fuentes de información secundarias.

#### 1.3. Pasos a seguir: ¿qué información necesito?

- 1.3.1. Paso 1 – Autodiagnóstico: ¿tenemos infraestructura suficiente para salir al exterior?
- 1.3.2. Paso 2 – Determinación partida estadística y búsqueda de información sobre aranceles:
  - 1.3.2.1. El Sistema Armonizado y el Arancel Integrado Comunitario (TARIC).
  - 1.3.2.2. Dónde busco la partida y el arancel a aplicar.
- 1.3.3. Paso 3 – Información sobre estadísticas comerciales:
  - 1.3.3.1. Exportaciones e importaciones españolas.
  - 1.3.3.2. Exportaciones e importaciones de otros países.
- 1.3.4. Paso 4 – Búsqueda de oportunidades comerciales.
- 1.3.5. Paso 5 – Información sobre requisitos documentales.
- 1.3.6. Paso 6 – Información de los países de origen y/o destino.
- 1.3.7. Paso 7 – Otra información de apoyo a la internacionalización de la empresa.

# Fuentes de Información para la Promoción y Gestión del Comercio Internacional

## MÓDULO 2. Principales fuentes de información en comercio internacional

8 horas

Fuera de la empresa existen una amplia gama de organismos nacionales e internacionales que proporcionan información y asesoramiento especializado sobre mercados y procedimientos internacionales.

### 2.1. Las instituciones como fuente de información:

- 2.1.1. El Centro de Comercio Internacional (INTRACEN).
- 2.1.2. Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).
- 2.1.3. Cámaras de Comercio, Industria y Navegación.
- 2.1.4. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad.
- 2.1.5. Oficinas económicas y comerciales de España en el exterior.
- 2.1.6. Comunidades Autónomas.
- 2.1.7. Otras fuentes de información.

### 2.2. Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional.

## MÓDULO 3. Búsqueda de clientes y proveedores a nivel internacional

8 horas

### 3.1. Búsqueda de clientes a nivel internacional.

### 3.2. Localización de clientes a través de Internet:

- 3.2.1. Buscadores.
- 3.2.2. Directorios.
- 3.2.3. Redes sociales.
- 3.2.4. Inbound marketing.

### 3.3. Las ferias como instrumento de captación de clientes internacionales:

- 3.3.1. Cómo seleccionar la feria más conveniente para mi empresa.
- 3.3.2. Pasos a seguir para que nuestra participación sea un éxito.
- 3.3.3. Ayudas oficiales para participación en ferias.
- 3.3.4. ¿Y si decido acudir como visitante?

### 3.4. Otras vías para captar clientes:

- 3.4.1. Misiones comerciales y encuentros empresariales.
- 3.4.2. Viajes de prospección.
- 3.4.3. Exportar a través de intermediarios.
- 3.4.4. Listado de clientes a través de las instituciones públicas.

### 3.5. Localización y búsqueda de proveedores internacionales.

### 3.6. Emarket places sectoriales y otros.

# Fuentes de Información para la Promoción y Gestión del Comercio Internacional

## Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:



### Aida Marin López

Economista. Máster en Comercio Exterior con amplia experiencia en el desarrollo de negocio internacional, gestión de la operativa import/export y promoción de la marca España en el extranjero. Ha desarrollado su carrera profesional en el entorno institucional y en la empresa privada con una dilatada trayectoria en un buen número de mercados internacionales como Latinoamérica, Magreb, Oriente Medio y Europa Oriental.

En la actualidad se dedica a la docencia y formación especializada de futuros profesionales del comercio internacional.

La autora y el equipo de tutores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

## Titulación

Una vez finalizado el curso de forma satisfactoria, el alumno recibirá un diploma acreditando la realización del curso **FUENTES DE INFORMACIÓN PARA LA PROMOCIÓN Y GESTIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL**.

