

HERRAMIENTAS DE COMERCIO EXTERIOR

Escuela de Negocios - Facultad de Ciencias

Económicas - Programa Académico

FUNDAMENTO DE LA PROPUESTA

El comercio exterior es el movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados.

El comercio exterior encierra una operatoria tan interesante como compleja y en un mundo globalizado, cada vez más empresas requieren especialistas en comercio internacional.

La coyuntura económica del país incentiva a la materialización de operaciones de exportación por lo que la EN presenta esta capacitación para apoyar a las empresas en este desafío.

OBJETIVOS

El curso busca proveer herramientas para comprender mejor el funcionamiento de la operatoria del Comercio Exterior. Desde el trabajo de un caso puntual se analizarán las diversas etapas comerciales básicas necesarias para una operación de comercio exterior, permitiendo entender y fortalecer el proceso de internacionalización.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Brindar herramientas básicas de comercialización internacional: marketing y mercados.
- Familiarizar al alumno con las características de las tendencias actuales en logística y comercio internacional: intermediarios, aduana, transporte de carga y cálculos financieros para evaluar la rentabilidad de la apertura de mercados.

DESTINATARIOS

El curso está orientado principalmente a todas aquellas personas que se desempeñen o deseen desempeñarse en funciones relativas a departamentos de comercio exterior, principalmente de logística y marketing internacional.

METODOLOGÍA

El programa se desarrolla desde la teoría y la práctica generando así diferentes momentos de reflexión, trabajo y una debida internalización de los contenidos.

Enfoque Práctico: una vez finalizado cada tema, los asistentes estarán mejor capacitados para aplicar las herramientas aprendidas, mejorando su gestión de comercialización de los distintos productos y/o servicios que exporten/importen.

Se propone un trabajo interactivo y participativo mediante la resolución de un caso práctico y el análisis de casos de éxito.

CERTIFICACIONES

La UNC brindará certificados de asistencia a las personas que completen el cursado con un mínimo del 80 % de asistencia del programa completo.

PLAN DE ESTUDIOS

1. Nociones básicas del comercio internacional. Aspectos aduaneros y logísticos

Módulo destinado al estudio de los conceptos de *comercio internacional*: aspectos aduaneros y logísticos, y sus principales actores; *marketing internacional* y *plan de marketing*. Todos conceptos muy necesarios para desarrollar una estrategia de comercio y marketing internacional.

Transporte Internacional de Cargas: aspectos a tener presentes en la elección del medio de transporte marítimo, fluvial, aéreo carretero o ferroviario; conferencias marítimas de fletes; determinación del costo de flete según el medio de transporte seleccionado; descripción, características e implicancias de los documentos asociados a cada medio de transporte; tipos, características, tarifas y consolidación de contenedores para el transporte multimodal.

El Seguro Internacional: Sujetos, cláusulas y primas propias del seguro internacional de transporte de mercaderías; cobertura de riesgos por parte del seguro internacional de crédito a la exportación; seguro internacional para riesgos de caución para garantías aduaneras.

2. Comercialización internacional: marketing, selección de mercados, comercio electrónico.

Módulo orientado a desarrollar las habilidades del estudiante en aplicar las perspectivas analíticas, herramientas de decisión y conceptos de marketing para decisiones como oferta de productos (incluyendo la amplitud de la línea de productos, características, nivel de calidad y servicios al cliente), programas de comunicación (con énfasis en publicidad, ventas, promoción), canales de distribución (el rol de los distribuidores, minoristas y otros intermediarios) y determinación del precio de exportación con el fin de alcanzar la estrategia del exportador en sus mercados objetivos.

3. Plan de exportación: estructura. Inicio caso práctico.

Elaboración privada del Plan de Negocios para la Exportación. Gestión e implementación. Monitoreo continuo y retroalimentación sobre la base del comportamiento del mercado. Análisis final de la gestión. Determinación de la factibilidad económica y financiera para iniciar el proceso de apertura en el orden de la firma.

Plan de Negocios para la Exportación: principales directrices de la firma para concretar y asegurar su capacidad exportadora; acciones y estimaciones presupuestarias para el periodo planificado; información detallada sobre: (i) mercado de destino; (ii) producto; (iii) competencia; (iv) posicionamiento y estrategias de lanzamiento; (v) evaluación, ajuste y aprovechamiento de la ventaja comparativa en cuanto a precio y calidad; (vi) capacitación para recursos humanos, (vii) publicidad; (viii) política de precios, gestión de costos, recursos humanos y presupuestos; (ix) medidas de éxito, y (x) planning de trabajo (gestión de tiempos).

Gestión e Implementación de una exportación: preparación del producto para exportar; elección o diseño del envase y embalaje adecuado; documentación e intervención bancaria pertinente; aspectos logísticos de la carga (elección del medio de transporte más adecuado); ofrecimiento del producto; inicio de las negociaciones, celebración de

contratos, recepción de pedidos, preparación y adecuación de la logística; diseño de programa de cobros, seguimiento y destino final de las mercaderías.

4. Finalización caso práctico. Simulaciones y conclusiones.

Análisis final de la gestión: evaluación económica privada de la decisión de comercializar internacionalmente un producto; formulación evaluación del proyecto de exportación desde el punto de vista privado; evaluación final y ajuste de la posición del producto en el nuevo mercado; mecanismos para afianzar y establecer alianzas estratégicas: diversificación de compradores, exclusividad, marcas privadas, etc.; monitoreo continuo y retroalimentación del comportamiento del mercado.

DÍAS Y HORARIOS

Los días de cursado serán lunes y martes de 17 a 21 hs. en la Escuela de Negocios de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNC. El día de inicio de las actividades sería el 08 de octubre de 2018, continúa el martes 09 de octubre, por el feriado del 15 de octubre esa semana no habrá actividad. Se retoma la actividad el 22, 23 y 29 de octubre. El 30 de octubre es la última clase de este dictado.

INVERSIÓN

El Programa de Herramientas de Comercio Exterior se encuentra organizado en 6 encuentros de cuatro horas de duración cada uno, totalizando de 24 horas reloj de cursado.

La inversión necesaria para desarrollar el programa es de \$ 3.600.- Forma de pago:

- Pago anticipado por transferencia bancaria hasta el 1 de OCTUBRE de 2.018 \$ 3.300.
- Pago transferencia bancaria hasta el 08 de OCTUBRE de 2.018 \$ 3.600.-
- Pago con tarjeta de crédito en 3 cuotas hasta el 06 de OCTUBRE de 2.018 \$ 3.600.-

DOCENTES

Mgter. Roxana **MARTINEZ CORZO**

Licenciada en Relaciones Internacionales

Especialista en Derecho Comunitario de la Unión Europea (Universidad de Barcelona)

Especialista en Marketing Internacional (Universidad de Barcelona)

Master en Finanzas y Comercio Internacional (Universidad de Barcelona)

Profesora de Teoría de las Relaciones Internacionales (Universidad de Congreso)

Profesora de Operatoria de Comercio Exterior (Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Cuyo)

Lic. Eduardo **COMELLAS**

Licenciado en Economía, egresado de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo en 2003.

Magister en Economía y Negocios, egresado de la Facultad de Ingeniería y Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de San Luis (FICES-UNSL) en 2010.

Ejerce desde 2004 la profesión en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo, en la cátedra de Operatoria del Comercio Exterior.

A través de diversos proyectos, ha desarrollado tareas de investigación, capacitación, transferencia y asesoramiento en temas vinculados con la gestión de proyectos de exportación.