

**PROGRAMA
EXPERTO EN COMERCIO EXTERIOR Y
MANAGEMENT INTERNACIONAL**



**(PECEXMI-2ª Edición)
Mayo 2023**

Programa Experto en Comercio Exterior y Management Internacional

El programa se focaliza en el conocimiento de la planificación de las acciones comerciales internacionales que se realizan en una empresa, así como de las herramientas existentes para la gestión de una operación completa de compraventa internacional.

Se trata de una formación práctica impartida en **modalidad on-line** con **dos sesiones webinar con ponente del curso en streaming**, una de presentación y una de cierre, junto con una ejercicio-tesina final individual de obligada realización para la obtención del diploma de aprovechamiento.

OBJETIVOS

Desarrollar una visión real y global del proceso de internacionalización de una empresa, a través de:

- La estrategia y planificación de las acciones comerciales internacionales.
- Las herramientas existentes para la gestión de una operación completa de compraventa internacional.

A QUIEN VA DIRIGIDO

- Directivos y mandos intermedios implicados en la internacionalización de la empresa.
- Responsables y técnicos de las áreas financiera, logística o comercial, que precisen incorporarse al proceso de internacionalización.
- Profesionales con interés en el conocimiento integral de los procesos de internacionalización de una empresa.
- Masterandos y/o estudiantes de últimos cursos de Grado con interés en especializarse en las diferentes disciplinas del comercio exterior.



DIRECCIÓN DEL PROGRAMA

Jose Luis Cabo Cabo
Director de Barnamarketing-BCNK
Consultor-formador de las Cámaras de Comercio e Industria de España.

METODOLOGÍA

La metodología del curso se basa la facilidad del uso por parte del alumno y el seguimiento de su aprendizaje por parte del tutor. El contenido lo constituye los apartados teóricos junto con los ejercicios resueltos y las actividades practicas a solucionar por parte del participante.

La figura del tutor virtual es fundamental pues está en constante comunicación con el participante, tanto para ayudar en el seguimiento del curso, como en la corrección de las actividades prácticas, test y animación de foros.

La formación es práctica y útil para tu vida profesional. Incluye materiales y contenidos elaborados por profesionales del sector, en cada módulo se contemplan ejercicios y casos prácticos y se incluyen autoevaluaciones seguimiento personal mediante las tutorías.

Todas las preguntas de los participantes son respondidas por los profesores tutores especialistas de los diferentes módulos

Estos mismos tutores ayudan al participante a la resolución del caso práctico final.

PROGRAMA

1er. Webinar.- Clase en streaming

Presentación del programa y funcionamiento del curso y su plataforma on-line. Presentación del caso práctico de final de curso.

Introducción a los conceptos fundamentales del comercio exterior y el management internacional. La globalización. Internacionalizar la empresa; empezar a exportar. **Duración:** 3 horas

Módulo 1. Los incoterms 2020 como lenguaje del comercio exterior.

Objetivos: Los incoterms, junto con la partida arancelaria del producto han supuesto dos herramientas imprescindibles para el incremento progresivo del comercio exterior en los diferentes mercados mundiales. Conocer las diferentes costes y riesgos que corresponden a vendedor y a comprador en la compraventa internacional es fundamental para el

entendimiento entre las partes y para evitar problemas y pleitos. Este módulo analiza los diferentes incoterms 2020 y la recomendación de uso de cada uno de ellos. .

Contenido:

1. Introducción
 2. Estructuración de los Incoterms® 2020
 - 2.1 Familias de Incoterms® 2020
 - 2.2 El término EXW
 - 2.3 El término FCA
 - 2.4 El término FAS
 - 2.5 El término FOB
 - 2.6 El término CFR
 - 2.7 El término CIF
 - 2.8 El término CPT
 - 2.9 El término CIP
 - 2.10 El término DAP
 - 2.11 El término DPU
 - 2.12 El término DDP
 - 2.13 Tabla de Incoterms® 2020
 3. Criterios de elección de los términos incoterms® 2020
 - 3.1 Medio de transporte
 - 3.2 Dimensión de la empresa
 - 3.3 Riesgo a asumir
 - 3.4 Concepto de Marketing
 - 3.5 Control de la operación
 - 3.6 País de destino de la mercancía
 - 3.7 Forma de pago
 - 3.8 Protección jurídica
 4. Incoterms® 2020 en la práctica
 - 4.1 Incoterms® 2020 y comisiones a intermediarios
 - 4.2 Incoterms® 2020 y seguros obligatorios
- Este módulo contiene:
Actividades Prácticas

Formación online, equivalente a 15 horas presenciales

Módulo 2. Geoestrategia e investigación internacional de mercados. El Plan de exportación.

Objetivos:

La globalización hace que las empresas nacionales tengan cada vez más competencia internacional. Cuanto mayor es la competencia se necesita un mejor control y estudio de la situación para plantear las estrategias adecuadas que permitan a nuestra empresa mantenerse en el posicionamiento deseado. Es necesario entonces para la empresa competir en otros mercados más allá del doméstico para asegurar rentabilidades o crear crecimiento empresarial.

El plan de marketing internacional le permite a la empresa acceder a nuevos mercados y plantear propuestas de valor enfocadas a distintos segmentos en distintos países. Se parte siempre de un estudio de mercado que enfoca a la empresa hacia aquellos mercados objetivo donde posicionar el producto.

La diferencia con el marketing aplicado en el mercado doméstico hace que se tenga que dominar una serie de variables diferentes y accionar con estrategias diferentes también.

Este módulo ofrece las herramientas necesarias y es una guía metodológica para que el participante sepa crear un plan de marketing real con garantías de éxito.

Contenido:

Unidad 1:

El porqué de la planificación comercial.

Unidad 2:

Investigación internacional de mercados

La Investigación de mercados dentro del Plan de Marketing internacional

Geoestrategia para la elección de mercados objetivo

Concentración vs Diversificación. Priorización de mercados, criterios de clasificación y de elección (Investigación comparativa).

Utilización de webs para responder a los interrogantes del estudio de mercado

La matriz DAFO como resultado del estudio

Unidad 3:

El Plan de marketing internacional

La clasificación arancelaria de los productos a nivel internacional

-El H.S. Code (Harmonized System).-El Código Taric

Estrategias y políticas de marketing internacional

Política de producto, Concepto de producto internacional. Matriz del B.C.G., Boston Consulting Group, Envase y embalaje internacional. Requerimientos y responsabilidades. Unitización de productos y cargas por modalidades de transporte internacional.

Política de precios, estrategias de precios internacionales, políticas de costes, márgenes y descuentos, a partir de los incoterms 2020. Creación de ofertas y tarifas.

Política de distribución, Los tipos de intermediarios comerciales, elección del tipo adecuado de intermediario en función de diferentes variables, negociación y contratación con la intermediación.

Política de comunicación, publicidad, relaciones públicas y promoción on-line y off line. La marca internacional. Políticas de marca. Los derechos de propiedad intelectual del producto y las exportaciones. Registro y costes. Culturas e interpretación.

La imagen de marca de país. Creación de valor añadido. Los colores en el marketing

Unidad 4:

Planteamiento de objetivos. Acciones comerciales. Previsión y contingencias.

Previsiones de ventas y cuenta de explotación previsional.

Cronogramas de acciones a realizar. Autoevaluaciones.

Casos prácticos resueltos.

Ejemplos de estudios de mercado y planes de marketing internacional reales.

Casos prácticos a solucionar por el participante

Formación online, equivalente a 48 horas presenciales

Módulo 3. Logística internacional, planificación y gestión del transporte internacional. Tipologías, tarificación y contratación.

Objetivos: La preparación, manipulación y acondicionamiento de la carga a transportar internacionalmente es fundamental y tarea compleja ya que estamos hablando de múltiples orígenes, destinos, productos, medios de transporte, condiciones físicas de transporte, climatología, etc. Este módulo ofrece al alumno la máxima información y criterios para la mejor preparación y acondicionamiento de la mercancía a transportar, así como enumerar y analizar las diferentes formas de unitización y organización de la mercancía en el medio de transporte.

Existen cinco modalidades de transporte en el transporte internacional de mercancías, terrestre, aéreo, ferrocarril, marítimo y multimodal. Cada uno de ellos posee unas características físicas diferentes y su forma de contratación es diferente desde diversos puntos de vista que se analizan en el módulo, junto con casos reales cuantificados.

Contenido:

1. Introducción a la Logística internacional
 - 1.1 Factores clave de la logística integral
 - 1.2 Conceptos clave
 - 1.3 Aportación de una buena logística a la exportación
 - 1.4 Plataformas logísticas
2. Manipulación y acondicionamiento de la carga
 - 2.1 Recomendaciones sobre la entrega y recepción de mercancías
 - 2.2 Flujo de información y relaciones en la cadena logística
 - 2.3 El envase de las mercancías
 - 2.4 El embalaje
 - 2.5 Marcas y símbolos
 - 2.6 Tipos de marcas
3. Protección para la manipulación
 - 3.1 Métodos de estiba
 - 3.2 Métodos de trincaje y protección
 - 3.3 Elementos de mantenimiento para carga y descarga
 - 3.4 Carretillas elevadoras
 - 3.5 Transpaletas
 - 3.6 Grúas
4. Protección sobre riesgos del transporte
 - 4.1 Medidas de seguridad en función del vehículo
 - 4.2 Equipamientos
 - 4.3 Recomendaciones sobre protección y acondicionamiento de la carga
5. Paletización
 - 5.1 Tipos de palets
 - 5.2 Posición y forma de la carga
 - 5.3 Estructura y cohesión de la carga
 - 5.4 Altura de la carga
 - 5.5 Peso de la carga
 - 5.6 Calidad de los embalajes

- 5.7 Calidad del palet
- 5.8 Aprovechamiento de la superficie del palet
- 5.9 Recomendaciones
- 6. Contenedores
 - 6.1 Carga general (20/40 pies)
 - 6.2 De gran cubicaje (20/40 pies)
 - 6.3 Abierto por arriba (20/40 pies)
 - 6.4 Abierto por los costados (20/40 pies)
 - 6.5 Abierto por los costados y techo (20/40 pies)
 - 6.6 Cisterna
 - 6.7 Frigorífico
 - 6.8 Aislado o isoterma (20/40 pies)
 - 6.9 De media altura
 - 6.10 Para carga a granel
 - 6.11 Jaula
 - 6.12 Plataforma (20/40 pies)
 - 6.13 Contenedor especial Palletwide (20/40 pies)
 - 6.14 Contenedor especial Palletwide de gran cubicaje (20/40 pies)
 - 6.15 Contenedores especiales

- 1. Introducción al transporte
 - 1.1 Modalidades de transporte
 - 1.2 Modalidades y funciones de los operadores
 - 1.3 Modalidades de carga
 - 1.4 Factor de estiba
 - 1.5 Incoterms 2020
 - 1.6 Variables de elección del modo de transporte
 - 1.7 La logística del transporte
 - 1.8 Seguro de transporte
- 2. Transporte multimodal
 - 2.1 Medios de transporte intermodal
 - 2.2 Figuras que intervienen
 - 2.3 Unidades de carga
 - 2.4 Sistemas de intermodalidad
 - 2.5 Plataformas intermodales
 - 2.6 Transportes especiales
 - 2.7 Responsabilidades en el transporte multimodal
 - 2.8 Marco jurídico

Formación online, equivalente a 25 horas presenciales.

Módulo 4. Gestión aduanera y fiscalidad del comercio internacional. El C.A.U. Código Aduanero Comunitario

Objetivos: Conocer las características fundamentales del funcionamiento de las aduanas, tanto del país de origen como del país de destino de la exportación y las obligaciones que se generan para el exportador como para el importador, tanto a nivel documental, de inspección y vigilancia, de liquidación de impuestos, tasas y honorarios. Actualización de todos estos conceptos desde la promulgación del C.A.U. Código Aduanero Comunitario. Al mismo tiempo conocer todos los personajes de comercio exterior que se interrelación con la aduana en una operación de exportación-importación. Todo complementado con casos prácticos cuantificados, extraídos de la realidad.

Contenido:

1. Introducción
2. Política aduanera comunitaria
 - 2.1 Fundamentos de la política aduanera comunitaria
 - 2.2 El mercado y las cuatro libertades
 - 2.3 Funciones de la Aduana
 - 2.4 Transacciones
3. El Código Aduanero Comunitario
 - 3.1 Circulación de las mercancías
 - 3.2 El origen de las mercancías
 - 3.3 Documentación acreditativa del origen
 - 3.4 DUA
 - 3.5 Libre práctica
 - 3.6 Regímenes aduaneros económicos
 - 3.6.1 Perfeccionamiento activo (RPA)
 - 3.6.2 Transformación bajo control aduanero
 - 3.6.3 Régimen de importación temporal
 - 3.6.4 Perfeccionamiento pasivo
 - 3.7 Regímenes aduaneros suspensivos
 - 3.7.1 Otros procedimientos
 - 3.7.2 Depósito aduanero
 - 3.8 Tránsito interno
 - 3.9 Exportación
 - 3.9.1 Exportación temporal
 - 3.10 Otros destinos aduaneros
 - 3.10.1 Depósitos aduaneros
 - 3.10.2 Reexportación, destrucción y abandono
4. Operador Económico Autorizado (O.E.A.)
 - 4.1 Tipología de Operadores Económicos Autorizados
 - 4.2 Quién puede ser O.E.A.
 - 4.3 Procedimiento de autorización
5. Arancel de Aduanas
 - 5.1 Suspensiones
 - 5.2 Contingentes arancelarios
 - 5.3 Plafones o límites máximos arancelarios

- 5.4 Derechos Antidumping
- 5.5 Derechos antisubvención
- 6. Valor de Aduanas
 - 6.1 Principio del valor de transacción
 - 6.2 Otros sistemas de valoración
- 7. IVA e impuestos especiales
 - 7.1 IVA
 - 7.1.1 El IVA en operaciones intracomunitarias
 - 7.1.2 Operaciones triangulares
 - 7.1.3 Operaciones triangulares con intermediario no establecido
 - 7.1.4 Ventas a distancia
 - 7.1.5 Transfer
 - 7.1.6 Instalaciones intracomunitarias
 - 7.1.7 El IVA en operaciones extracomunitarias
 - 7.1.8 Exención de IVA en las exportaciones
 - 7.1.9 El IVA en la importación
 - 7.1.10 Formalidades de cumplimiento y control del IVA
 - 7.1.11 Devolución del IVA soportado por los exportadores
 - 7.2 Impuestos Especiales (IIEE)
 - 7.2.1 Devoluciones de los IIEE
 - 7.2.2 Importación de productos sujetos a IIEE
 - 7.2.3 Tráfico intracomunitario de productos sujetos a IIEE
- 8. Regímenes comerciales
 - 8.1 Regímenes importación/exportación
 - 8.2 Áreas de origen de las mercancías de importación
 - 8.3 Áreas de destino de las mercancías de exportación
 - 8.4 Régimen de libertad comercial
 - 8.5 Régimen de restricción comercial
 - 8.6 Esquemas de regímenes comerciales
 - 8.7 Localización del régimen comercial
- 9. Comercio Intracomunitario
 - 9.1 Naturaleza del operador
 - 9.2 Volumen de comercio intracomunitario
 - 9.3 Presentación del INTRASTAT
- 10. Garantías de los Operadores frente a la Administración
 - 10.1 Importación
 - 10.2 Revisiones documentales
 - 10.3 Inspecciones técnicas
- 11. Aduanas y Fiscalidad en Canarias
 - 11.1 Régimen de buques y navieras
 - 11.2 Tributos indirectos específicos - IGIC
 - 11.3 Especialidades en la aplicación de los principales impuestos
 - 11.4 Exención en el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales
 - 11.5 Exención en el Impuesto General Indirecto Canario
 - 11.6 Dedución por inversiones en Canarias
 - 11.7 Reserva para inversiones en Canarias
 - 11.8 Régimen especial de las empresas productoras de bienes corporales

11.9 Resumen del régimen fiscal de Canarias Ejercicio práctico 1

Formación online, equivalente a 30 horas presenciales

5. La excelencia documental en el comercio exterior

Objetivos: La evolución del comercio exterior, la unificación de normas internacionales entre países promovida por la Organización Mundial del Comercio y la promulgación del Código Aduanero de la Unión (CAU) tienen como consecuencia la aparición de nuevos documentos y nuevos usos de emisión y flujos de utilización. El escenario de estos próximos años nos exige hacer una actualización de la gestión documental y un análisis de los nuevos documentos aparecidos o de aquellos que han cobrado mayor importancia.

Contenido:

Unidad 1.- Introducción

Unidad 2.- Los flujos documentales en el comercio exterior

Unidad 3.- Documentos comerciales

Unidad 4.- Certificados

Unidad 5.- Otros.

Unidad 6.- Documentación digital

Unidad 7.- Certificado OEA

Unidad 8.- Declaración de proveedor a largo plazo

Unidad 9.- Documentos de transporte

Unidad 10.- Documentos aduaneros y fiscales

Unidad 11.- Documentos de seguro y pago

Unidad 12.- Norma internacional para medidas fitosanitarias

Formación online, equivalente a 25 horas presenciales

Módulo 6. Gestión profesional de las formas de pago en el comercio exterior. Financiación de compras y ventas internacionales y mercado de divisas.

Objetivos:

En cualquier operación de comercio exterior uno de los puntos críticos es la elección de una correcta forma de pago. El conocimiento de los riesgos asociados a cada una de las formas de pago en el ámbito internacional nos asegura la disminución al mínimo de los riesgos de impago y nos permite escoger la forma más ventajosa para cada tipo de operación. La importancia que tienen las divisas en el mercado internacional y los cambios que se han producido con la entrada del euro y con la progresiva desaparición de las monedas de los países comunitarios hacen que también tenga mucha importancia en este módulo el análisis de los productos financieros, tanto en moneda nacional como en divisas que son importantes para el comercio exterior.

Todo complementado con casos prácticos cuantificados, extraídos de la realidad.

Contenido:

1. INTRODUCCIÓN
 - 1.1 Riesgos en las formas de pago
 - 1.2 Elección del medio de cobro/pago
 - 1.3 Figuras básicas

2. PAGO EN EFECTIVO

3. FORMAS DE PAGO SIMPLES
 - 3.1 Datos necesarios
 - 3.2 Cheques
 - 3.3 Cheque personal
 - 3.4 Cheque bancario
 - 3.5 Transferencia bancaria

4. GESTIÓN DE COBRO DE DOCUMENTOS
 - 4.1 Orden de pago simple
 - 4.2 Orden de pago documentaria
 - 4.3 Remesas bancarias
 - 4.4 Remesa simple
 - 4.5 Remesa documentaria

5. CRÉDITO DOCUMENTARIO
 - 5.1 Esquema de funcionamiento
 - 5.2 Tipos y modalidades de créditos
 - 5.3 Solicitud del Crédito Documentario
 - 5.4 Revisión de documentos

6. GARANTÍAS Y AVALES
 - 6.1 Garantías a primer requerimiento

7. COMERCIO DE COMPENSACIÓN
 - 7.1 Trueque
 - 7.2 Compensación simple
 - 7.3 Compras ligadas
 - 7.4 Reverse countertrade
 - 7.5 Clases de acuerdos de comercio compensado
 - 7.6 Riesgos y costes
 - 7.7 Figuras que intervienen

8. FINANCIACIÓN INTERNACIONAL. FINANCIACIÓN SEGÚN LA DIVISA
 - 8.1 Riesgos asociados a la financiación en divisas
 - 8.2 Riesgos asumidos por el importador

- 8.3 Riesgos asumidos por el exportador
- 8.4 Tipo de interés
- 9. FINANCIACIÓN SEGÚN LA OPERACIÓN. TIPO DE FINANCIACIÓN
 - 9.1 Ejemplo práctico financiación de importación
 - 9.2 Ejemplo práctico financiación de exportación
- 10. OTRAS FORMAS DE FINANCIACIÓN
 - 10.1 Leasing
 - 10.2 Renting
 - 10.3 Diferencias entre Leasing y Renting
 - 10.4 Confirming
 - 10.5 Factoring
 - 10.6 Forfaiting
- 11.- DIVISAS Y CONVERTIBILIDAD
 - 11.1 TIPO DE CAMBIO. Mercado de divisas (FOREX)
- 12. Diferentes tipos de cambio
 - 12.1. Factores que influyen en las variaciones de los cambios
- 13.- COBERTURA INTERNA DEL RIESGO DE TIPO DE CAMBIO
 - 13.1 Características del Factoring. Ejemplo de Factoring
- 14. COBERTURA EXTERNA DEL RIESGO DE TIPO DE CAMBIO
 - 14.1 Forward
 - 14.2 Swaps
 - 14.3 Productos especulativos
- 15. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Formación online, equivalente a 20 horas presenciales .

2º Webinar.- Clase en streaming:

Módulo 9.

1ª parte: Los contratos comerciales. Gestión de reclamaciones y conflictos en la compraventa internacional

- Contratos internacionales
- Aspectos generales básicos para los contratos internacionales
- Fuentes de los contratos internacionales: normas nacionales e internacionales.
- Ley aplicable
- Principales normas jurídicas aplicables en la contratación Internacional
- Principios de la contratación internacional (UNCITRAL)
- Estructura y forma de los contratos internacionales
- Contratos relacionados con la cadena de valor; compraventa internacional; contrato internacional de agencia comercial; contrato de distribución, y contrato de piggy back.

Duración: 1 hora.

Ponente: Alfons Esteve, Abogado. Socio del despacho Lawyers House

2ª parte: Presentación del caso práctico final a realizar individualmente por los participantes en el curso:

- Análisis del enunciado y características del caso práctico.
- Preguntas a cumplimentar.
- Plazo de entrega. fecha límite a partir fecha de la realización de este webinar.
- Método de evaluación y corrección. Evaluación por los profesores tutores del curso.

Ponente: José Luis Cabo

Duración: 1 hora

Total duración Webinar: 2 horas

FORMADORES-TUTORES online

José Luis Cabo Cabo. Director de Barnamarketing-BCNK, Consulting Internacional. Ha trabajado en ventas y compras internacionales para empresas del sector metalúrgico, ropa sport wear y menaje. Ha liderado proyectos de internacionalización y preparación para la exportación, así como de creación de herramientas export en empresas de toda España.

Francisco Javier Gil Messeguer

Agente de Aduanas y Transitario internacional. O.E.A. Director de Aduanas de Wilhelmsen Ships Service. Consultor de Barnamarketing-BCNK.

Alfons Esteve Oró

Abogado. Socio del despacho Lawyers House, International lawyers. Profesor Universitario.

Joan Casanovas Marfá

Licenciado en Ingeniería. Consultor en Logística y SCM. Responsable técnico de la Plataforma formative. Profesor Universitario.