

Diplomado Estrategias para la promoción de negocios internacionales

PRESENTACIÓN

Hoy en día, con la apertura de la economía, se vuelve indispensable que las empresas amplíen sus horizontes y traspasen las fronteras de nuestro país para buscar insumos que logren satisfacer sus necesidades en un contexto global y competitivo. Adicionalmente, existen muchas empresas en nuestro país que están interesadas en hacer negocios con clientes extranjeros.

En este sentido, una importante cantidad de los empresarios mexicanos necesitan orientarse sobre las fortalezas y áreas de oportunidad de sus organizaciones, puesto que para desarrollarse óptimamente en el marco del comercio internacional no basta con tener un capital aceptable o una actitud emprendedora. Se necesita delinear de manera precisa las necesidades y posibilidades de la empresa, así como analizar las condiciones en las cuales se competirá con los empresarios de otros países, con diferentes tipos de prácticas, costumbres y protocolos, entre otros factores.

Parte de este conocimiento imprescindible del entorno del comercio internacional es estar al día con las actualizaciones sobre el marco legal y las disposiciones que imperan en el mundo del comercio internacional, puesto que muchos de los procedimientos a los que los importadores y/o exportadores, asesores comerciales y gerentes están sujetos cambian vertiginosamente, y no estar al día en este sentido, puede resultar en costosos pagos por multas o atrasos en la entrega de mercancía. Asimismo, es menester la actualización permanente en todos los procesos de compra venta internacional.

En este diplomado se abordarán los aspectos más relevantes de la comercialización de productos, desde la producción hasta la compra internacional, a fin de responder a las necesidades de actualización de los profesionales del comercio y las de aquellas empresas que requieren respuestas prontas para enfrentar sus problemas cotidianos.

DIRIGIDO A

- Empresarios o personal de Micro, Pequeñas o Medianas empresas que se desempeñen en el campo del comercio exterior, que requieran ampliar o profundizar sus conocimientos operativos y legales en esta materia.
- Emprendedores que deseen conocer los aspectos importantes para ejecutar operaciones de comercio exterior.
- Personal académico que requiera actualización.
- Funcionarios gubernamentales.
- Personas de diferentes disciplinas interesados en trabajar o desarrollar proyectos en el área del comercio exterior.

ALCANCE

Facilitar a los participantes las herramientas para eficientar su desempeño en las operaciones de comercio exterior mediante la práctica de procesos estratégicos, logísticos y operativos en materia de comercio internacional.

BENEFICIOS

- Desarrollar habilidades para llevar a cabo acciones concretas para manejar y controlar sus operaciones de comercio exterior.
- Dominar las principales disposiciones del marco conceptual del comercio exterior nacional como internacional.
- Reconocer los procesos de operación en el transporte internacional, comercialización, despacho aduanero, etc., con los fundamentos legales, comerciales y administrativos necesarios.
- Contar con los elementos suficientes para asegurar la legalidad e integridad de las operaciones comerciales que realicen en el extranjero.

MODULOS

1 Entorno económico internacional. Tendencias y oportunidades para México (5 hrs.)

Objetivo: El participante *ubicará* las variables internacionales frente a las grandes oportunidades que ofrecen los mercados extranjeros.

- 1.1 Globalización y bloques regionales. Interacción económica y política
- 1.2 La economía aparente
- 1.3 La economía real
- 1.4 Entorno complejo
- 1.5 Mercado de derivados
- 1.6 Posiciones intuitivas
- 1.7 Efecto sustitutivo del padrón de consumo
- 1.8 Riesgos
- 1.9 Los emergentes y los maduros

2 Uso y utilidad de los INCOTERMS® en el comercio internacional (5 hrs.)

Objetivo: El participante *reconocerá* la importancia del uso legal adecuado de los Términos Internacionales de Comercio (Incoterms®) para mejorar la eficiencia de sus operaciones de comercio internacional y aprovechar las ventajas comerciales que esto representa.

- 2.1 La cotización como origen de la negociación comercial privada
- 2.2 Definición de Incoterms®
- 2.3 Elaboración, actualización y características generales en contratos y ofertas
- 2.4 Tipos de Incoterms®
 - 2.4.1 Por tipo de transporte que se utilizará
 - 2.4.2 Por tipo de carga
- 2.5 Cómo presentar cotizaciones utilizando los Incoterms®
- 2.6 Revised American Foreign Trade Definitions (RAFTD)

- 2.7 Diferencias entre Incoterms® y RAFTD
- 2.8 Importancia en la negociación, logística, reglas de origen, valoración aduanera y estadísticas comerciales

3 Mercadotecnia internacional (10 hrs.)

Objetivo: El participante *reconocerá* la importancia de aplicar principios de mercadotecnia a la comercialización de sus productos para la generación de estrategias globales de marketing.

- 3.1 Que es el marketing internacional
- 3.2 Factores de decisión para crear una estrategia de marketing (Selección de mercados)
- 3.3 Orientación estratégica
- 3.4 Diferencias culturales
- 3.5 Investigación y análisis de mercado
- 3.6 Desarrollo de estrategias globales de marketing
- 3.7 Canales de distribución
- 3.8 Comunicaciones de marketing integradas (Promoción internacional)
- 3.9 Cómo participar en ferias y eventos internacionales
- 3.10 Elaboración de un plan de mercadotecnia internacional
- 3.11 Precio, Cotizaciones para mercado internacional

4 Imagen, diseño e identidad corporativa para el comercio exterior (5 hrs.)

Objetivo: El participante *reconocerá* la función de la imagen, diseño e identidad corporativa en los procesos de compra-venta internacional, así como los requerimientos para difundir su producto mediante la comercialización electrónica.

- 4.1 ¿Qué es una marca, logotipo y cuál es su importancia?
- 4.2 Identidad corporativa de la empresa exportadora
- 4.3 Imagen del producto en su envase y etiquetado
- 4.4 Formas de posicionamiento de la marca en medios digitales

- 4.5 Internet y la forma de adquirir presencia en el mundo (Requisitos mínimos de una página)
- 4.6 Comercio electrónico

5 Negociación internacional (10 hrs.)

Objetivo: El participante *analizará* los principios generales que dan sustento al proceso de negociación internacional a partir de situaciones concretas de compra-venta internacional.

- 5.1 Comercialización
- 5.2 Comunicación con clientes y proveedores
- 5.3 Ventas en el extranjero
- 5.4 Tipos de clientes
- 5.5 Comportamiento del cliente
- 5.6 Importancia del precio
- 5.7 El vendedor como persona
- 5.8 Imagen del vendedor
 - 5.8.1 Importancia
 - 5.8.2 Imagen personal
 - 5.8.3 Estilos de imagen
- 5.9 Tipos y estilos de negociación internacional
 - 5.9.1 Etapas
 - 5.9.2 Apertura
 - 5.9.3 Propuesta y contrapropuesta
 - 5.9.4 Cierre
 - 5.9.5 Acuerdos
 - 5.9.6 Seguimiento
- 5.10 La cultura en la negociación
 - 5.10.1 América
 - 5.10.2 Europa
 - 5.10.3 Medio Oriente
 - 5.10.4 Asia
 - 5.10.5 África

6 Manejo de finanzas y operaciones contables en el comercio internacional (5 hrs.)

Objetivo: El participante *identificará* los procedimientos que permiten el registro contable del inventario de mercancías, así como la aplicación de operaciones financieras.

- 6.1 Procesos de registro contable.
- 6.2 Inventarios
 - 6.2.1 Principales controles
 - 6.2.2 Cálculo del costo del inventario
 - 6.2.2.1 Sistema periódico
 - 6.2.3 Método de Valuación del inventario.
 - 6.2.3.1 **PEPS y UEPS**
- 6.3 Mercado cambiario o de divisas y sus regímenes
- 6.4 Sistemas y operación en comercio internacional
- 6.5 Financiamiento internacional
- 6.6 Esquemas generales de financiamiento
- 6.7 Apalancamiento en la empresa
- 6.8 Tasa de interés
- 6.9 Tasa interna de retorno
- 6.10 Plazos de financiamiento

7 Aspectos legales de las ofertas y contratos internacionales (5 hrs.)

Objetivo: El participante *identificará* las características, procedimientos de elaboración y celebración de los contratos internacionales, así como su utilidad y medidas de solución de controversias.

- 7.1 Contratos internacionales: ¿cómo celebrarlos?
- 7.2 Interpretación de los términos y condiciones
- 7.3 Obligaciones permanentes del vendedor y comprador
- 7.4 Cumplimiento de las especificaciones
- 7.5 Variación en la calidad del pedido
- 7.6 Reajuste de los precios
- 7.7 Plazos de entrega
- 7.8 Cláusulas relativas al pago

- 7.9 Terminación del contrato, conflictos y reclamaciones
- 7.10 Derechos y acciones en caso de incumplimiento del contrato por el vendedor o comprador
- 7.11 Arbitraje Comercial Internacional

8 Formas de pago y cartas de crédito (5 hrs.)

Objetivo: El participante *revisará* las principales condiciones de pagos y cobros internacionales que permiten llevar a cabo transacciones comerciales de importación y/o exportación confiables y seguras, con base en las disposiciones vigentes.

- 8.1 Formas de pago internacional más frecuentes y sus características
- 8.2 Efectivo
- 8.3 Cheques
- 8.4 Giro bancario
- 8.5 Orden de pago
- 8.6 Cobranza bancaria internacional
- 8.7 Cartas de crédito y su marco legal
 - 8.7.1 Clasificación
 - 8.7.2 Tipos
 - 8.7.3 Elementos
 - 8.7.4 Partes que intervienen
 - 8.7.5 Requisitos de emisión
 - 8.7.6 Discrepancias
 - 8.7.7 Cartas Stand by
 - 8.7.8 Garantía independiente

9 Clasificación arancelaria (5 hrs.)

Objetivo: El participante *ubicará* una metodología sencilla, clara y definida que permita una clasificación objetiva de mercancías de comercio exterior.

- 9.1 Origen del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.
- 9.2 Importancia de la clasificación (cancelación del padrón de importadores, reglas de origen, etcétera)
- 9.3 Estructura de la tarifa arancelaria.
- 9.4 Reglas generales que dan sustento a la clasificación arancelaria.
 - 9.4.1 Texto de partida
 - 9.4.2 Notas legales
 - 9.4.3 Muestras

10 Tratados de libre comercio, certificados y reglas de origen (10 hrs.)

Objetivo: El participante *analizará* las distintas disposiciones que en materia aduanera establecen los TLC´s firmados por México.

- 10.1 México y el Libre Comercio
- 10.2 Tratado en proceso
- 10.3 Repercusiones y beneficios
- 10.4 Alcance
- 10.5 Aranceles y contribuciones fiscales a la importación y exportación
- 10.6 Explicación de lo que es una regla de origen y bienes originarios
- 10.7 Prácticas que no confieren origen
- 10.8 Transbordo y expedición directa
- 10.9 Llenado de certificados
 - 10.9.1 Certificado de origen
 - 10.9.2 Declaración en Factura
 - 10.9.3 Exenciones a prueba de origen
- 10.10 Responsabilidades del importador, exportador agente aduanal sobre el origen
- 10.11 Procedimientos de verificación de origen por parte de la autoridad

11 Marco jurídico que regula el Comercio Exterior de México (15 hrs.)

Objetivo: El participante *examinará* el marco jurídico aplicable en México para las operaciones de comercio exterior, así como el proceso de despacho aduanal de mercancías.

- 11.1 Marco jurídico del comercio exterior (Ley aduanera y su reglamento)
 - 11.1.1 Constitución política
 - 11.1.2 Reglas de carácter general en materia de comercio exterior
 - 11.1.3 Reglamento interior del SAT
 - 11.1.4 Manual de operación aduanera
- 11.2 Obligaciones de los importadores y exportadores
- 11.3 Padrón de importadores y exportadores general y sectorial
- 11.4 Qué es un Agente o Apoderado Aduanal
- 11.5 Regímenes aduaneros
 - 11.5.1 Definitivo
 - 11.5.2 Temporal
 - 11.5.3 Depósito Fiscal
 - 11.5.4 Tránsito
 - 11.5.5 Elaboración, transformación, o reparación
 - 11.5.6 Recinto fiscalizado estratégico
- 11.6 Procedimiento de despacho aduanero
 - 11.6.1 Pedimento
 - 11.6.2 Subdivisión
 - 11.6.3 Preparación del despacho aduanero
 - 11.6.4 Documentos a presentar en despacho aduanero
 - 11.6.5 PAMAS, infracciones y Sanciones

12 Regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias (10 hrs.)

Objetivo: El participante *analizará* el fundamento legal y el procedimiento de cálculo de las diferentes contribuciones, así como las disposiciones legales en materia de comercio exterior y aduanas relativas a la aplicación de regulaciones arancelarias y no arancelarias en México.

- 12.1 Generalidades de las regulaciones arancelarias y no arancelarias.
- 12.2 Determinación de la base gravable del valor en aduana, incrementables y vinculación
- 12.3 Métodos de valoración aduanera
- 12.4 Documentos en los que aparece la determinación de la base gravable (Manifestación de Valor, Hoja de Cálculo y pedimento)
- 12.5 Cálculo de Impuestos de importación (Ad valorem, específico, mixto, cupo)
- 12.6 Cálculo de Derecho de Trámite Aduanero, Cuota Compensatoria, IEPS, e IVA
- 12.7 Análisis de algunas regulaciones no arancelarias en México a partir de la legislación particular y la Secretaría con injerencia en comercio exterior
- 12.8 Secretaría de Economía: Análisis Ley de Comercio Exterior
- 12.9 Secretaría de Salud: Análisis Ley General de Salud
- 12.10 Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT): Análisis Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente

13 Programas de fomento al comercio exterior (5 hrs.)

Objetivo: El participante *expondrá* los principales beneficios que otorgan los programas de fomento a la exportación para las empresas.

- 13.1 Cuenta aduanera.
- 13.2 Draw Back
- 13.3 Industria Manufacturera y maquiladora de exportación (IMMEX)
- 13.4 Programas de promoción sectorial (PROSEC)

14 Logística internacional de mercancías (10 hrs.)

Objetivo: El participante *revisará* los aspectos fundamentales del proceso logístico internacional, tales como tipo de transporte, contratación de proveedores y cobertura de riesgos para hacer llegar las mercancías en tiempo, forma y al menor costo.

14.1 Sujetos y organizaciones involucrados

14.1.1. Agentes de carga IATA.

14.1.2. Agentes navieros

14.1.3. Consolidador

14.1.4. 3PL

14.1.5. Agentes Aduanales

14.1.6. Apoderados Aduanales

14.1.7. SCT

14.1.8. OACI

14.1.9. OMI

14.2 Responsabilidades del transportista

14.3 Modalidades de transporte

14.3.1. Aéreo

14.3.2. Terrestre

14.3.3. Marítimo

14.3.4. Ferroviario

14.3.5. Multimodal

14.4 Tiempo y costo

14.5 Selección de rutas

14.6 Documentos y tarifas de transporte

14.7 Empaque y embalaje

14.8 Seguros internacionales

14.9 Almacenaje

15 Recursos humanos. Elemento clave para el éxito de un negocio de importación y exportación (5 hrs.)

Objetivo: El participante *destacará* la importancia, función y dinámica de los recursos humanos como elemento clave para el éxito de una organización que incursiona en el comercio internacional.

- 15.1 Misión, visión y valores de la organización.
- 15.2 El departamento de comercio exterior
- 15.3 Funciones del los Recursos Humanos en el contexto del comercio internacional
- 15.4 Reclutamiento y Selección de personal
- 15.5 Motivación del personal
 - 15.5.1. Elementos de la conducta individual.
 - 15.5.2. Necesidades personales
 - 15.5.3. Factores de Herzberg
 - 15.5.4. Teoría del logro de McLelland y Atkinson
 - 15.5.5. Teoría de fijación de metas de Edwin Locke
- 15.6 Dinámica y motivación
 - 15.6.1 Premios y reconocimiento
 - 15.6.2 Prestaciones de ley
 - 15.6.3 Capacitación
- 15.7 Ética en el trabajo
- 15.8 Empatía como base de la comunicación
- 15.9 Características del trabajo en equipo

16 Auditoria preventiva en comercio exterior (5 hrs.)

Objetivo: El participante *revisará* las particularidades que caracterizan los documentos que integran las operaciones de comercio exterior, con la finalidad de llevar una auditoría interna adecuada que permita detectar errores y omisiones que puedan afectar financieramente a la empresa.

- 16.1 Potestad tributaria.
- 16.2 Obligaciones y responsabilidades
- 16.3 Plan de Auditoría

- 16.4 Infracciones y sanciones
- 16.5 Integración de expedientes (campos sensibles del pedimento)
- 16.6 Control interno (software y anexo 24)
- 16.7 Impuestos al comercio exterior
- 16.8 Valoración Aduanera
- 16.9 Regulaciones no arancelarias
- 16.10 Visitas domiciliarias y embargo precautorio

17 **Haciendo Negocios con:**

Objetivo: El participante *reconocerá* los procedimientos de entrada de mercancías a mercados internacionales específicos (Norteamérica, Europa, Latinoamérica) apegándose al marco legal correspondiente.

Nota: Módulo optativo de acuerdo a lo que el participante seleccione ya sea Latinoamérica, Europa o Norteamérica. El Módulo 17 se toma a elección del alumno solo se puede elegir 1 con duración de 5 hrs.

a. **Norteamérica (5 hrs.)**

- 17.1 Antecedentes y segmentación de mercados
- 17.2 Formas de negociación, citas de negocios
- 17.3 Ferias importantes
- 17.4 Procedimiento de importación (FORM 512, FAS TRACK)
- 17.5 Medidas y programas de seguridad para exportación a EUA (CTPAT, CSI, BIOTERRORISMO- FDA)
- 17.6 Regulaciones de etiquetado para alimentos.

b. Europa (5 hrs.)

- 17.1 Instituciones de apoyo para el comercio con la Unión Europea
- 17.2 Regulaciones legales para el comercio con Europa
- 17.3 Formas de negociación, citas de negocios
- 17.4 Canales de distribución en la Unión Europea
- 17.5 Estrategias de promoción en la Unión Europea

c. Latinoamérica (5 hrs.)

- 17.1 Haciendo negocios con Centroamérica.
- 17.2 Marco legal de comercio exterior en países de Centroamérica
- 17.3 Autoridades que intervienen en la operación aduanera.
- 17.4 Regulaciones no arancelarias para importar de acuerdo a productos seleccionados.
- 17.5 Prácticas de manufactura.
- 17.6 Procedimientos aduaneros de Centro y Sudamérica.

DURACIÓN: 120 HORAS