

**Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Bahía Blanca
Especialización en Ingeniería Gerencial**

SEMINARIO

COMERCIO INTERNACIONAL

**LIC. MARCELO WIÑAZKY
Profesor Titular**

PROGRAMA DEL SEMINARIO

OBJETIVOS:

- Los objetivos principales del curso consisten en contribuir a la comprensión de la problemática de la gestión exportadora en las PyMEs, sus restricciones, sus oportunidades, incluyendo resultados de estudios y de la experiencia de trabajo.
- En este marco, se analizarán los conceptos fundamentales de la Economía Internacional: las teorías explicativas del comercio internacional, la balanza de pagos, el tipo de cambio, el sistema monetario internacional, los procesos de integración económica y los principales instrumentos de la política comercial.
- Asimismo, se brindará a los asistentes un enfoque integral de los elementos que configuran la operatoria de exportación e importación.
- Finalmente, se dará a los asistentes una visión estratégica y totalizadora de las nuevas técnicas del Marketing Internacional, las que resultan aplicables en los escenarios internacionales.

METODOLOGÍA:

Los desarrollos teóricos estarán enfocados hacia una concepción pragmática del aprendizaje, haciendo hincapié en las herramientas y las formas de aplicación. El curso se desarrollará sobre la base de clases conceptuales, utilizando casos prácticos de discusión grupal. Se promoverá muy especialmente la interacción y el diálogo con el expositor.

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

MODULO I: ECONOMIA INTERNACIONAL

- 1) INTRODUCCION.
- 2) TEORIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL. EL LIBRE COMERCIO Y LA POLITICA COMERCIAL EN LOS PAISES DESARROLLADOS Y SUBDESARROLLADOS.
- 3) CONCEPTOS DE ECONOMIA INTERNACIONAL – INSTRUMENTOS DE LA POLITICA COMERCIAL.
- 4) COMPETITIVIDAD Y GLOBALIZACION. PROCESOS DE INTEGRACION ECONOMICA (Mercosur, Unión Europea, etc.). CADENAS GLOBALES DE VALOR. LA NUEVA DIVISION INTERNACIONAL DEL TRABAJO. GATT-OMC.
- 5) BALANZA DE PAGOS – TIPO DE CAMBIO.
- 6) SISTEMA MONETARIO INTERNACIONAL Y EL MERCADO GLOBAL DE CAPITALES. LAS CRISIS FINANCIERAS Y ALGO MAS.

MODULO II: COMERCIO INTERNACIONAL

- 1) INTRODUCCION
- 2) SECTOR EXTERNO ARGENTINO: SITUACION ACTUAL Y PERSPECTIVAS
- 3) MOTIVOS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA PYME.
- 4) EXPORT-CHECK UP: Evaluación de la Capacidad Competitiva de la Empresa Pyme.
- 5) FACTORES DE ÉXITO DE LA PYME EN EL COMERCIO INTERNACIONAL
- 6) REGIMENES Y ESTIMULOS PARA LA EXPORTACION
- 7) REGIMEN ADUANERO. ZONAS FRANCAS
- 8) INCOTERMS 2020
- 9) MEDIOS DE PAGO - OPERATORIA BANCARIA – DOCUMENTOS USUALES
- 10) PRECIO DE EXPORTACION - CALCULO DE COSTO DE IMPORTACION
- 11) TRANSPORTE INTERNACIONAL - LOGISTICA
- 12) IMAGEN MARCA PAÍS
- 13) EL MARKETING INTERNACIONAL. ACCIONES DE MARKETING AL ALCANCE DE LAS PYMES
- 14) ASPECTOS CULTURALES DEL COMERCIO EXTERIOR
- 15) SELECCION DE MERCADOS INTERNACIONALES
- 16) ESTRATEGIAS DE INSERCIÓN EN LOS MERCADOS EXTERNOS
- 17) DEFINICION DEL PROGRAMA DE PROMOCION INTERNACIONAL
- 18) ASOCIATIVIDAD Y CONSORCIOS DE EXPORTACION

DESARROLLO DEL PROGRAMA

MODULO I: ECONOMIA INTERNACIONAL

1) INTRODUCCION

2) TEORIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL. EL LIBRE COMERCIO Y LA POLITICA COMERCIAL EN LOS PAISES DESARROLLADOS Y NO DESARROLLADOS

- Modelos de la Escuela Clásica (Ventaja Absoluta de Adam Smith y Ventaja Comparativa de David Ricardo).
- Escuela Neoclásica. Modelo de Heckscher-Ohlin.
- Nuevas Teorías del Comercio Internacional.
- El libre comercio.
- La política comercial en los países subdesarrollados y desarrollados.

3) CONCEPTOS DE ECONOMIA INTERNACIONAL – INSTRUMENTOS DE LA POLITICA COMERCIAL.

- Aranceles.
- Subsidios a las exportaciones.
- Cuotas de importación.
- Restricciones voluntarias de exportación.
- Requisitos de contenido nacional.
- Derechos antidumping, derechos compensatorios, salvaguardias

4) COMPETITIVIDAD Y GLOBALIZACION.PROCESOS DE INTEGRACION ECONOMICA (Mercosur, Unión Europea, etc.). CADENAS GLOBALES DE VALOR. LA NUEVA DIVISION INTERNACIONAL DEL TRABAJO. GATT-OMC.

- Competitividad y globalización.
- Definición de integración económica.
- Etapas de los procesos de integración.
- Principales procesos de integración.
- Mercosur. Nafta. AP.
- Unión Europea. El Euro.
- Cadenas Globales de Valor.
- La nueva división internacional del trabajo.
- GATT – OMC.

5) BALANZA DE PAGOS – TIPO DE CAMBIO

- Definición de balanza de pagos. Sus cuentas.
- Tipo de cambio nominal y real. Clasificación.
- Ley del precio único. PPA.
- Relación entre el dinero, la tasa de interés y el tipo de cambio.

6) SISTEMA MONETARIO INTERNACIONAL Y EL MERCADO GLOBAL DE CAPITALES. LAS CRISIS FINANCIERAS Y ALGO MAS

- Patrón oro.
- Período de entre guerras.
- Acuerdo de Bretton Woods.
- Caída de Bretton Woods y tipos de cambio flotantes.
- Mercado global de capitales.
- La globalización financiera y las crisis estructurales.

MODULO II: COMERCIO INTERNACIONAL

1) INTRODUCCION

- Principales países exportadores a nivel mundial.
- Estrategias de Comercio Internacional de los países.

2) SECTOR EXTERNO ARGENTINO: SITUACION ACTUAL Y PERSPECTIVAS.

- Composición sectorial.
- Desempeño de los diferentes tipos de empresa.
- Presencia de las Pymes en el comercio exterior.
- Destino y usos de las exportaciones. Principales orígenes de las importaciones.
- Resultado de la balanza comercial con los principales socios.

3) MOTIVOS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA PYME.

- Motivos preactivos y reactivos.
- La expansión de la empresa hacia el exterior: beneficios y utilidades.
- Principales obstáculos internos y externos que enfrentan las Pymes.

4) EXPORT-CHECK UP: Evaluación de la Capacidad Competitiva de la Empresa Pyme.

- Diagnóstico de la situación de la empresa y de su potencial de internacionalización.
- Evaluación de su capacidad competitiva para participar en los mercados internacionales.
- Detección de las necesidades que enfrentará en cada una de las etapas del proceso exportador.
- Aspectos a tener en cuenta por las empresas dentro de la metodología del Export Check-Up:
 - Actitud frente a la internacionalización.
 - Estructura interna para enfrentar la exportación.
 - Elaboración de costos.
 - Política de calidad.
 - Selección de proveedores y de la materia prima utilizada.
 - Maquinaria.
 - Packaging.

- Catálogos y políticas de comunicación.
- Posicionamiento en el mercado.

5) FACTORES DE ÉXITO DE LA PYME EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

- ¿Qué hacen las Pymes que son exitosas en el comercio internacional?

6) REGIMENES Y ESTIMULOS PARA LA EXPORTACION

- Fundamentos legales y razones de los estímulos fiscales a la exportación.
- Reintegros y Reembolsos. Draw - Back.
- Promociones especiales: Importación temporaria. Exportación de “Plantas Llave en Mano”. Envío de partes y piezas en garantía y régimen de faltantes. Etc.

7) REGIMEN ADUANERO. ZONAS FRANCAS

- Territorio Aduanero, Mercadería, Importación, Exportación.
- Sujetos: Funciones, facultades y responsabilidades, Aduana, Despachante de Aduana, Agente de Transporte Aduanero, Importadores y Exportadores.
- Requisitos para inscribirse como exportador e importador.
- Sistema Informático María.
- Valoración: Importación, Exportación, Valor Imponible.
- Destinaciones de Importación: Definitiva de importación para consumo, Depósito de almacenamiento, Tránsito de importación, Importación temporaria.
- Destinaciones de Exportación: Definitiva de exportación para consumo, Tránsito de exportación, Exportación temporaria.
- Clasificación Arancelaria: Sistema Armonizado de Designación y Codificación de las Mercaderías, Nomenclatura Común del MERCOSUR.
- Zonas francas.

8) INCOTERMS 2020

- Definición.
- ¿Para qué sirven?
- Grupos de Incoterms.
- Características de cada uno.

9) MEDIOS DE PAGO - OPERATORIA BANCARIA – DOCUMENTOS USUALES

- El rol de los bancos en el comercio exterior.
- La carta de crédito, utilidad, función, tipos, responsabilidades del banco y de los operadores.
- La cobranza documentaria, utilidad, función, tipos, responsabilidades del banco y de los operadores.
- La letra de cambio, mecanismo de utilización como medio de pago internacional.
- El cheque internacional, utilidad y formas de emisión.
- El factoring de exportación, utilidad en nuestro medio.
- Pre Financiación, Financiación y Post Financiación de exportaciones y de importaciones. Seguro de crédito a la exportación.

- Documentos usuales: Documentación complementaria, Otros documentos.

10) PRECIO DE EXPORTACION - CALCULO DE COSTO DE IMPORTACION

- Costo de una exportación. Análisis de los rubros que integran una planilla de costo. Obtención de la formula del Precio FOB.
- Costo de una importación. Régimen tributario. (derechos, tasas, impuestos internos, IVA, ganancias, etc.). Confección de la planilla de cálculo. Casos prácticos.

11) TRANSPORTE INTERNACIONAL - LOGISTICA

- Importancia del Transporte en la concreción de operaciones de exportación o de importación.
- Relación entre Incoterms y condiciones del contrato de transporte.
- Transporte marítimo.
- Transporte fluvial.
- Transporte terrestre.
- Transporte aéreo.
- Transporte ferroviario.
- Transporte multimodal.
- Los documentos utilizados.
- Contenedores.
- Envases y embalajes.
- El seguro.

12) IMAGEN MARCA PAÍS

- Definición de Imagen Marca País.
- Ejemplos de Marca País.
- La Marca País Argentina.

13) EL MARKETING INTERNACIONAL. ACCIONES DE MARKETING AL ALCANCE DE LAS PYMES

- Concepto. ¿Existe un marketing para grandes empresas y otro para Pymes?
- Plan de marketing y plan de exportación de la empresa.
- Planeamiento y estrategias de marketing internacional.
- Marketing estratégico y marketing táctico.
- Acciones de marketing al alcance de las Pymes.
- Adaptación Vs. Estandarización.
- Principales herramientas que brinda Internet para posicionar a la empresa en los mercados externos.

14) ASPECTOS CULTURALES DEL COMERCIO EXTERIOR

- La “variable cultura” en el Plan de Negocios Internacionales de la empresa.
- ¿Qué entendemos por cultura? Prejuicios y estereotipos.
- Símbolos, rituales, héroes y valores. Dimensiones culturales:

- Diferentes estilos de comunicación. Comunicación verbal y no-verbal.
- ¿Hablamos el mismo idioma? ¿Beso, reverencia o apretón de manos?
- La importancia de los regalos.
- Ciudadanos de un mundo diverso. El aprendizaje cultural.

15) SELECCION DE MERCADOS INTERNACIONALES

- Investigación de mercados. Particularidades de los mercados externos. Análisis de las variables no controladas de la empresa. Factores: demográficos, económicos, tecnológicos, ambientales, sanitarios, políticos y legales, socio-culturales, comerciales.
- El concepto de mercado y los criterios para su segmentación.
- Importancia de la segmentación del mercado en la decisión del marketing.
- Los requisitos de información sobre el mercado y el papel de la investigación de marketing. Fuentes de información (organismos de promoción del comercio exterior locales e internacionales, Cámaras binacionales, Sitios web de información).
- Procedimiento para la selección de los mercados.
- Selección de mercados prioritarios.

16) ESTRATEGIAS DE INSERCION EN LOS MERCADOS EXTERNOS

- Exportación.
- Exportación Directa e Indirecta.
- Los Agentes y Representantes.
- Las Sucursales o Filiales.
- El acceso Concentrado o Agrupado.
- Joint Venture.
- Trading Companies.
- Concesión de Licencias.
- Transferencia de tecnología.
- Franquicias.
- Empresas Multinacionales.
- Formas de inserción en los diferentes mercados internacionales. Etapas.

17) DEFINICION DEL PROGRAMA DE PROMOCION INTERNACIONAL

- Características de la combinación promocional.
- Preparación del programa de promoción.
- Las ferias y exposiciones como instrumentos de promoción.
- Planificación de los aspectos relativos a la participación.
- Preparación de la actuación durante el evento.
- Evaluación de los resultados y seguimiento de las acciones.
- Rondas de Negocios.
- Misiones comerciales.

18) ASOCIATIVIDAD Y CONSORCIOS DE EXPORTACION

- Conceptos básicos de la herramienta asociativa para la exportación.
- Consorcios de Exportación:

- Necesidades de las Pymes que pretenden internacionalizarse.
- El proceso de construcción de un consorcio de exportación.
- Dificultades.
- Tipos de Consorcios.
- Reglamento Interno.
- Definición y alcances del rol del coordinador de un Consorcio de Exportación. Elementos básicos para el manejo de grupos.
- Experiencias en el proceso de consolidación del grupo exportador.
- Alternativas existentes en materia de organización jurídica para un grupo exportador.
- Gestión y uso de instrumentos de apoyo públicos y privados. Incentivos existentes.
- Realidad de los consorcios de exportación argentinos.
- Un caso práctico de un consorcio exitoso.

REQUISITOS DE EVALUACIÓN Y APROBACIÓN

El curso se evalúa sobre la base de la presentación en grupo de un trabajo referido a alguno de los temas vistos en clase, propuestos por el docente.

BIBLIOGRAFÍA

MODULO I: ECONOMIA INTERNACIONAL

- 1) Economía Internacional Teoría y Política. Krugman Paul, Obstfeld Maurice. McGraw Hill. Madrid. 1999.
- 2) “Ser Competitivo – Nuevas Aportaciones y Conclusiones”. Michael Porter – Ed. Deusto. Bilbao, 1999.
- 3) La crisis actual: la más profunda desde la Gran Depresión de los '30. Su conexión con la economía real, análisis histórico y perspectivas. Marcelo Wiñazky (2011).
- 4) Informes de la Fundación Observatorio Pyme www.observatoriopyme.org.ar.
- 5) Informes del Centro de Estudios para la Producción (Secretaría de Industria).
- 6) Revistas del CEI. Comercio Exterior E Integración.
- 7) Presentaciones de Power Point.

MODULO II: COMERCIO INTERNACIONAL

Obligatoria:

- Cignacco, Bruno R. “Fundamentos de comercialización internacional para PyMEs” – Ed. Macchi. Cap. III, IV, V, VI.
- Minervini, Nicola “La ingeniería de la exportación” — Editorial Mc Graw Hill. Cap. II, V, VI, XI, XII, XIII.

- Gelmetti, Carlos (2006) “PyMEs Globales”. Ugerman Editor. Buenos Aires. Cap. II, III, IV, V, VII, VIII, XIII, XIV.
- Arese, Héctor (2006) “Introducción al comercio exterior”. Grupo Editorial Norma. Buenos Aires. Distintos capítulos.
- Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2007). “Marketing. Versión para Latinoamérica”. Pearson Educación, 11° edición, México. Capítulos 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.
- Hollensen, Svend y Arteaga Ortiz, Jesús (2010). “Estrategias de Marketing Internacional”. Pearson Educación, 4° edición, España. Capítulos 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12.
- Presentaciones de Power Point.

Complementaria:

- Castelli, Verónica (2005) “Exportaciones, Tratamiento Tributario en Aduana”. Aplicación Tributaria S.A. Buenos Aires.
- Sternberg, Alfredo (2007) “Los impuestos y el comercio exterior argentino (3° edición)”. Aplicación Tributaria S.A. Buenos Aires.
- Lascano, Marcelo y otros autores (2008) “Retenciones a las exportaciones”. La Ley. Buenos Aires.
- Ledesma, Carlos A. (2005) “Nuevos principios y fundamentos del comercio internacional e intercultural”. Editorial Osmar Buyatti. Buenos Aires.
- Fratalocchi, Aldo (2005) “Comercio exterior”. Ediciones Jurídicas Cuyo. Mendoza.

Consulta de sitios web de interés:

- www.exportar.org.ar (Sitio de Fundación ExportAr).
- www.argentinatradenet.gov.ar (Sitio de Cancillería)
- www.aladi.org (Sitio de la Asociación Latinoamericana de Integración)
- www.proargentina.gov.ar (Sitio de la Secretaría Pyme)
- www.infoleg.gov.ar (Sitio del Ministerio de Economía)
- www.mecon.gov.ar (Sitio del Ministerio de Economía)
- www.aduanaargentina.com (Sitio de Despachantes de Aduanas y Agentes de Transporte Aduanero)
- www.forumdecomercio.org (Sitio del Centro de Comercio Internacional)
- www.worldbank.org (Sitio del Banco Mundial)
- www.iadb.org (Sitio del BID)
- www.eclac.cl (Sitio de CEPAL)
- www.comunidadandina.org (Sitio de la CAN)
- www.iadb.org/intal (Sitio del INTAL)
- www.mercosur.org.uy (Sitio oficial del Mercosur)
- www.sice.oas.org/TUnit (Sitio de OEA-Comercio)
- www.oecd.org (Sitio de la OECD)
- http://sela2.sela.org/WM2/WM10.ASP (Sitio del SELA)
- www.wto.org (Sitio de la OMC)
- www.unctad.org (Sitio de la UNCTAD)
- www.europa.eu.int (Sitio de la Unión Europea y Comisión Europea)

- www.ustr.gov (Sitio de USTR/USA)

ASOCIATIVIDAD

Bibliografía obligatoria:

- Nicola Minervini, “La Ingeniería de la Exportación”, Editorial Mc Graw Hill. Cap. XV.
- Ullmann, Roberto Romero “Pymes – Formas Asociativas de Comercialización y Exportación. Ed. Depalma. Cap. I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX.
- Gabriel H. Jacobsohn, “La Internacionalización de las Pymes Argentinas en un Contexto de Globalización: los Consorcios de Exportación”. Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Capital Federal.
- Carlos Ledesma, Consorcios de Exportación. El Despegue Regional. Editorial Osmar Buyatti. Cap II, III.
- Asociatividad como Herramienta de Gestión. Horacio A. Irigoyen. Fondo Editorial. Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Capital Federal. Buenos Aires, 2005.
- Documentos de la Fundación Bank Boston/Standard Bank, Fundación Exportar, Instituto de Comercio Exterior de Italia (ICE), Federación de Consorcios de Italia (FEDEREXPORT), etc.
- Desarrollo de Conglomerados y Redes de PyME: Guía de los Consorcios de Exportación. ONUDI. Viena, 2004.
- Los consorcios de exportación. La asociación de las pequeñas y medianas empresas como medio para lograr el aumento de las exportaciones argentinas. Fundación Exportar y Fundación Bank Boston. Buenos Aires, marzo de 2004.
- Asociatividad, Cooperación Empresarial y Exportación PyME: Experiencias recientes en América Latina y Europa. CEPAL, SEPYME, SELA y MYPES.
- "Los Consorcios de Exportación. La experiencia latinoamericana y española". Fundación Exportar y Fundación Standard Bank. Libros de la Araucaria. Diversos autores. Buenos Aires, 2009.
- "Apoyos que reciben para su formación y funcionamiento los consorcios de exportación en diversos países". Sarmiento, María Laura y Neira, Gloria Fernanda. UCES. Buenos Aires, 2008.
- “Los Consorcios de Exportación”. Elvio Baldinelli. Fundación Standard Bank, Buenos Aires, 2010.
- Presentaciones de Power Point.

Bibliografía complementaria:

- Renart, Luis (2000). Consorcios de exportación. Ventajas, inconvenientes y protagonistas. Iniciativa emprendedora y familiar. Mayo–junio, N° 22.
- Renart, Luis (2000). El ciclo de participación de una empresa en un consorcio de exportación. Boletín Económico de información comercial española. 1-14 de mayo, N° 2652.

- Los consorcios entre italianos y mendocinos alientan las exportaciones. Centro para la Internacionalización de las Pymes (ExportaPymes), con la colaboración de la Asociación de Jóvenes Empresarios de la Provincia de Santa Fe. Abril 2003
- Publicaciones de FEDEREXPORT (ConSORZI Federexport in Italia. 2002. Edizioni SIPI, Roma, Italia 2002) y el ICE.