

NUEVOS MERCADOS PARA PYMES

Curso de introducción sobre nuevos mercados para PYMES

Aprendizajes

La acción Nuevos mercados para pymes está diseñada para promover y acompañar al profesional que quiere iniciar un proyecto de internacionalización en el seno de una pyme y que no tiene experiencia previa. De esta manera, esta acción formativa pretende:

- Ayudar a la identificación de oportunidades de inversión en el exterior para una pyme y/o de exportación a mercados situados en Latinoamérica.
- Presentar una metodología para el diseño de un plan de internacionalización en el que se recoja el tipo de solución y la hoja de ruta para llevarla a cabo.

Dirigido a:

La acción formativa por tanto se dirige a profesionales vinculados a una pyme que están convencidos de que deben apostar por la internacionalización, especialmente en mercados latinoamericanos y que no poseen experiencia previa internacional o muy poca.

Duración:

45 horas durante 8 semanas de acceso a aula virtual con tutor.

Programa del curso

Los contenidos que se imparten en este curso son:

1. Definición del proyecto de internacionalización de la empresa. Hoja de ruta

1.1. Los pasos concretos del esquema secuencial del plan de exportación

1.1.1 Detección de la necesidad o deseo de exportar

1.1.2 Máxima implicación de todo el equipo directivo/gerencial de la pyme

1.1.3 Análisis de la propia empresa

1.1.4 Análisis del sector al que pertenece la empresa

1.1.5 Selección de los mercados de destino

1.1.6 Investigación de los mercados seleccionados

1.1.7. Selección definitiva y formas de entrada a los mercados internacionales

1.1.8 Aplicación de las técnicas de marketing

1.1.9 Plan de acción y presupuesto

1.1.10 Contacto con el cliente

1.1.11 Logística de la entrega y cobro de la operación

2. Radiografía del mercado latinoamericano

2.1. Introducción, marco geográfico

2.2. Coyuntura económica

2.3. Estructura socio-demográfica

2.3.1 México

2.3.2 América central y Caribe

2.3.3 América del sur

2.4. Tejido empresarial

2.4.1 Argentina

2.4.2 Brasil

2.4.3 Chile

2.4.4 Colombia

2.4.5 Ecuador

- 2.4.6 México
 - 2.4.7 Panamá
 - 2.4.8 Perú
 - 2.4.9 Venezuela
 - 2.5. Oportunidades de inversión
 - 2.5.1. Mercados emergentes
 - 2.5.2. Sectores emergentes
- 3. Soluciones de internacionalización
 - 3.1. Herramientas para la toma de decisiones
 - 3.2. Acuerdos de colaboración
 - 3.2.1. Búsqueda de socio y negociación
 - 3.3. Exportación y gestión aduanera
 - 3.4. Licitaciones internacionales
 - 3.5. Inversión exterior
 - 3.6. Gestión de riesgos
 - 3.6.1. Riesgos de impago
 - 3.6.2. Riesgos de fraude
 - 3.6.3. Riesgos de negocio
 - 3.6.4. Riesgos legales
 - 3.6.5. Riesgos políticos
 - 3.6.6. Riesgos personales
 - 3.6.7. Riesgos culturales y de comunicación
 - 3.6.8. Riesgos de cambio
 - 3.6.9. Riesgos de tipo de interés
- 4. Contratación internacional
 - 4.1. Elementos necesarios en un contrato mercantil internacional
 - 4.2. Requisitos básicos de todo contrato
 - 4.3. Tipos de contratos
 - 4.4. Medios de pago internacionales

- 4.4.1. Cheque personal
- 4.4.2. Cheque bancario
- 4.4.3. Orden de pago simple
- 4.4.4. Orden de pago documentaria
- 4.4.5. Remesa simple
- 4.4.6. Remesa documentaria
- 4.4.7. Crédito documentario

4.5. Los Incoterms 2010

5. Financiación del comercio exterior

- a) Préstamo y crédito
- b) Pagarés de empresa o financieros y cesiones de crédito
- c) Hipoteca y prenda
- d) Forfaiting
- e) Factoring
- f) Garantías–reafianzamiento
- g) Descuento
- h) Capital riesgo
- i) Leasing
- j) Business angels

5.1. Instrumentos de financiación internacional

5.2. Financiación en euros o divisas

5.3. Cuentas en divisas

5.4. Entidades de apoyo a la financiación

5.4.1. Secretaría de Estado de Comercio.

5.4.2. ICEX.

5.4.3. Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE).

5.4.4. Instituto de Crédito Oficial (ICO).

5.4.5. Compañía Española de Financiación al Desarrollo (COFIDES).

5.4.6 Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación (CESCE).

5.4.7 Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI).

5.4.8 Sociedad Estatal Española 4PR. (España Expansión Exterior)

5.4.9 ENISA

Metodología

Acceso al aula virtual durante 8 semanas, con una distribución aproximada de 10 horas semanales (2 horas diarias de lunes a viernes), con apoyo experto de tutor virtual, combinando acceso a material multimedia, participación en foros y debates, y elaboración de actividades.

Al tratarse de una acción formativa en modalidad teleformación, el participante, para el desarrollo de la misma, necesita únicamente un ordenador o dispositivo multimedia. De esta forma no es necesario que el alumno se desplace a ningún centro, realizando la actividad a través del aula virtual.

5

Tutor virtual

Profesional con titulación superior, formación en metodología didáctica, formador de formadores, adaptación pedagógica y experto en teleformación. Disponible 2 horas diarias. El tutor, experto en Comercio Exterior, acompañará al alumno a lo largo de toda la acción formativa para apoyarle y resolverle sus dudas en la elaboración de su plan de internacionalización.

Programación

Semanas 1 y 2 :

1- Definición del proyecto de internacionalización de la empresa. Hoja de ruta.

- Examen de Evaluación de la Unidad.

Semanas 3 y 4:

- 2- Radiografía del mercado Latinoamericano
- Examen de Evaluación de la Unidad.

Semanas 5 y 6:

- 3- Soluciones de internacionalización
- Examen de evaluación de la unidad

Semanas 7 y 8:

- 4- Contratación internacional
- 5- Financiación del comercio exterior
- 6- Contratación y Medios de pago internacionales
- 7- Financiación y Entidades de apoyo
- 8- Presentación del proyecto

Certificados

Certificado de aprovechamiento de CEOE Formación