



PROGRAMA DE INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIA



PROGRAMA DE INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIA

El **Programa de Internacionalización Empresaria** es un workshop especializado de iniciación a la exportación de bienes y servicios con un enfoque práctico brindado por experimentados profesionales del comercio exterior.

El programa está dirigido a emprendedores y empresas con potencial exportador que se inician en el camino de los mercados internacionales.

Se realizará una tutoría a los participantes en el proceso de elaboración propia del plan exportador donde las empresas realizarán videoconferencias con expertos del exterior.

Al finalizar el workshop cada participante recibirá un perfil de mercado personalizado para cada uno de los mercados trabajados durante el desarrollo del programa.

Plan de trabajo

- Especialización de 3 (Tres) meses.
- Modo presencial - 16 horas x mes. (1 Módulo por semana - 4 horas).
- La especialización consta de 12 módulos de 4 horas cada uno.
- Tutoría virtual mensual programada por participante. (Skype o Hangouts).
- Video conferencia con cada destino. 2 horas por destino.
- Aula virtual.
- Requisitos de participación y certificados de presencia por Fundación ICBC.
- Reciben diplomas quienes hayan cursado al menos 9 de los 12 módulos.

Los módulos de la especialización de formación están basados en los contenidos de un **Plan de Internacionalización**. Entre todos ellos existe una clara interconexión, lo que implica que podamos trabajar con un enfoque eminentemente práctico.

El Programa tiene una duración total de 48 horas, divididos en 12 módulos de 4 horas cada uno, con un **servicio de tutoría** y desarrollo de mercados en **2 destinos internacionales**.

Los contenidos serán adaptados a los resultados del diagnóstico del perfil de los participantes, los cuales deberán entregar el mismo en un plazo de 20 días antes del inicio de la capacitación.

Destinatarios: Profesionales / emprendedores y/o empresas con productos / servicios con potencial exportador que se inician en el camino de la internacionalización.

➤ **Costo por participante:** \$ 10.900 (Consultar medios y formas de pago).

Costo por empresa (hasta 3 personas): \$ 16.900.

Cupos Limitados hasta 20 inscriptos. (Mínimo 15 inscriptos).

Materiales preparados y disponibles para el seguimiento y participación en el Programa.

METODOLOGÍA

➤ PASO 1 - *Diagnóstico* - 30 de Agosto de 18:00 a 21:30 hs.

Fundación ICBC desarrollará un Diagnóstico personalizado a cada inscripto para anticiparnos el estado de situación de cada uno y como herramienta importante que propone los aspectos relacionados con el futuro del proyecto exportador. En este diagnóstico se definirá el tipo de negocio, la idea germen del mismo, sus objetivos o las razones que le han llevado a emprender el negocio, y se apuntan los productos y/o servicios que se ofrecerán en cada destino.

➤ PASO 2 - *Análisis de mercado*

Fundación ICBC propone dentro del esquema de la especialización contar con 2 profesionales / docentes de habla hispana ubicados en diferentes países del mundo (Colombia – España), los cuales recibirán los perfiles de cada empresa de acuerdo al diagnóstico relevado. La información teórica, a lo largo del curso es complementada en cada uno de los mercados seleccionados con información suministrada por los profesionales locales en cada destino.

Se desarrollan los pasos principales en una estrategia de comercialización internacional por empresa por país. No necesariamente cada producto o servicio impactará en los 2 destinos, pero sí al menos, se intenta que en uno reúna mayores probabilidades de éxito.

La metodología está orientada a una participación activa de las empresas asistentes y la posibilidad de contar con profesionales – docentes en cada uno de estos 2 destinos para desarrollar los contenidos, de manera que son los propios participantes los que preparan conjuntamente con el profesional externo la estrategia de comercialización.

➤ PASO 3 - *Formación*

Los alcances formativos que se presentan buscan una correspondencia a la línea general de temas a desarrollar que surge del diagnóstico. Los docentes seleccionados deben atender una parte al proceso formativo, y otra parte a resolver consultas prácticas para la solución de problemáticas de cada empresa o participante para el tema desarrollado en cuestión.

Para esos fines los módulos dejan margen de tiempo (15 días) para el desarrollo de actividades prácticas de manera individual que serán debidamente tutoriadas por el Coordinador Técnico.

➤ **IMPORTANTE:** Al finalizar, cada empresa recibe un **PERFIL DE MERCADO** personalizado por cada destino.

➤ **RESULTADOS ESPERADOS:** Se aspira lograr que los proyectos presentados tengan al menos en uno de los destinos / mercados propuestos probabilidades de penetración. Asimismo, que las empresas adquieran capacidades propias de desarrollo en su formación empresarial hacia el mercado internacional.

TEMARIO

MÓDULO 1: Organización de la producción y desarrollo de productos

🕒 **Fecha y hora:** 6 de Septiembre de 18.00 a 21.30 hs.

Profesor: Mg. Raúl Cheyllada.

Antes de iniciar cualquier iniciativa de internacionalización, se debe reflexionar sobre la conveniencia de exportar y eliminar las dudas sobre si puede, debe y quiere exportar. El objetivo de este módulo es facilitar una reflexión sobre las ventajas de la exportación y como les afecta una decisión de exportar, especialmente en lo relativo a producción y desarrollo de productos, acorde con la **situación internacional**.

En este módulo se desarrollan los contenidos prácticos de preparación e inicio de la actividad exportadora, en la que los participantes tienen un primer contacto con las reflexiones y los pasos iniciales para cualquier empresa que comience su proceso de internacionalización: introducción al comercio internacional del sector, ¿puede nuestra empresa exportar?, ¿es necesario adaptar nuestro producto-servicio?, ¿cómo se evalúan las condiciones internas (la propia empresa) y externas (los mercados) para tomar una decisión de exportar?, ¿cómo conocer si estamos preparados para realizar futuros aumentos de producción?, ¿si es necesario adaptar nuestro producto?, ¿qué información existe en Internet, que necesidades de capacitación de nuestro personal vamos a tener?, ¿hay necesidad de organizar un departamento de exportación?.

- 🕒 Video conferencia. 45 Min c/destino.
- 🕒 Presentación de cada país - destino.

MÓDULO 2: Formulación del Plan de Negocios Internacional

🕒 **Fecha y hora:** 13 de Septiembre de 18.00 a 21.30 hs.

Profesor: Mg. Raúl Cheyllada.

Uno de los objetivos de la formación es precisamente que los participantes estén en condiciones de preparar un plan de negocio internacional sobre la base de los contenidos desarrollados en los módulos siguientes. Se trata por tanto de que cada participante, en grupos y apoyados por el equipo tutor prepara, presenta y defiende sobre el final de la formación, un plan de internacionalización a nivel individual o agrupado.

De acuerdo con los contenidos desarrollados en los módulos siguientes, cada participante elaborará en formato borrador un plan de negocio que contendrá al menos las líneas básicas o directrices para los siguientes contenidos, entre otros:

- 🕒 Datos básicos del proyecto.
- 🕒 Productos o servicios.
- 🕒 Análisis de Mercado.
- 🕒 Organización y RRHH.
- 🕒 Plan de Marketing.
- 🕒 Plan de Producción.
- 🕒 TICs e Internet.

MÓDULO 3: Régimen Aduanero de las Exportaciones

🔴 **Fecha y hora:** 20 de Septiembre de 18.00 a 21.30 hs.

Profesor: Lic. Marcelo Coudreau.

La actuación en un mercado internacional está condicionada por las posibles barreras tanto en el ámbito fiscal y arancelario como otras más sutiles como la protección medio ambiental, los derechos del consumidor o la protección al terrorismo. En este módulo se analiza el régimen aduanero de las exportaciones, las barreras presentes y futuras en los mercados con objetivo de poder determinar la viabilidad previa del acceso al mismo y la fortaleza del producto o servicio en él.

- **Definiciones técnicas:** Territorios aduaneros, territorios no aduaneros, enclave, exclave, importación, exportación, mercadería.
- Régimen aduanero de las exportaciones.
- Barreras Arancelarias / No arancelarias.

MÓDULO 4: Mercados Internacionales / Comercialización Internacional

🔴 **Fecha y hora:** 27 de Septiembre de 18.00 a 21.30 hs.

Profesor: Lic. Sandra Martín

El plan de marketing internacional tiene como objetivo la fijación de las estrategias comerciales que permitan alcanzar la cifra de facturación que recogerá un análisis económico-financiero de la actividad exportadora. Asimismo, sirve para explotar la oportunidad de negocio y las ventajas competitivas asociadas a la misma. Los contenidos de este módulo están enfocados a formar a los participantes a ser capaces de realizar un plan de marketing internacional, con al menos los siguientes contenidos:

- Formas directas e indirectas de comercializar.
- Identificación de mercados objetivos.
- Marketing Globalizado: Adaptación vs. Estandarización.
- Video conferencia. 45 Min. c/destino.
- Particularidades de cada proyecto.

MÓDULO 5: Aspectos Jurídicos del Comercio Exterior

📌 **Fecha y hora:** 4 de Octubre de 18.00 a 21.30 hs.

Profesor: Dr. Ricardo Torres Brizuela

Para hacer negocios en el exterior con garantías y seguridad, es fundamental disponer de un conocimiento especializado en los aspectos legales y de tramitación. En este área se estudian, de manera práctica, cuáles son las estrategias más adecuadas para facilitar a las empresas las operaciones de comercio internacional, con el objetivo de conocer y entender cuáles son las reglas y usos reconocidos internacionalmente para delimitar las obligaciones de las partes, disminuir el riesgo por complicaciones legales y conocer las reglas internacionalmente aceptadas para la interpretación de los términos comerciales más utilizados.

- Contrato de Compra - Venta Internacional.
- Incoterms 2010.

MÓDULO 6: Bancos

📌 **Fecha y hora:** 11 de Octubre de 18.00 a 21.30 hs.

Profesor: Lic. Giselle Humphreys.

Conocimiento de los mecanismos que hace más seguro el cobro de las exportaciones y eliminar posibles riesgos. Se estudian las clases de medios de pago internacionales y los tipos de riesgos principales en la compra venta internacional, que es, como funciona y qué ventajas tiene un crédito documentario y otros medios de pago principales, que es un seguro de crédito a la exportación y donde pueden las empresas Argentinas cubrir el riesgo de impago.

El objetivo de este componente es conocer cuáles son las herramientas de protección en las transacciones comerciales internacionales, que es un aspecto vital para asegurar el inicio y crecimiento de toda empresa exportadora.

En esta área se explican los medios más adecuados para financiar y cobrar las operaciones de exportación. Se analizan de manera preliminar aspectos tales como el grado de confianza, los gastos de una operación y la seguridad en el cobro de cada uno de los medios de pago existentes.

Además se estudian las distintas posibilidades para financiar el incremento de circulante derivados de un incremento de la producción como consecuencia de los pedidos provenientes del exterior que implica toda exportación. Asimismo, se estudian también los seguros y las pólizas de aseguramiento del cobro de las exportaciones.

- **Medios de Pagos:** Cheque, Orden de Pago, Cobranza, Carta de crédito - Partes intervinientes: función y responsabilidades - Riesgos y ventajas para importadores y exportadores - Circuitos operativos - Costos actuales.
- **Financiamiento:** Para exportadores: Pre - financiación, cobro anticipado y Post - financiación.
Para importadores: Pre - Financiación y Post - Financiación.
- **Seguro de crédito a la exportación.**
- **Normativa Cambiaria Vigente:** Ingreso y Egreso de Divisas - Cierre de Cambio: su negociación y liquidación - Documentación requerida para la liquidación de las distintas operaciones - Com. A - 3493 y Compl. - Com. A - 3609 y Compl. - Com. A - 3602 y Compl. - Com. A - 4237 y Compl.

MÓDULO 7: Gestión de la Calidad para la Exportación

🔴 Fecha y hora: 18 de Octubre de 18.00 a 21.30 hs.

Profesor: Lic. Christian Hass.

La calidad es un requisito ineludible para los exportadores que quieran acceder al mercado y mejorar su competitividad, pero para muchos de ellos el cumplimiento de los requisitos técnicos supone todo un reto debido, especialmente, a la proliferación de normas. El número de normas que imponen los países para proteger la salud y la seguridad de sus ciudadanos y satisfacer las necesidades específicas de los compradores no deja de aumentar.

- › Parámetros técnicos.
- › Sistemas de Gestión de Calidad. Que requiere una PYME para poder certificar. Problemas frecuentes.
- › Diferencia entre acreditar y certificar. Ventajas y costos de acreditar. ISO 9001: 2000. ISO 17025: 2005.
- › Desarrollo de las certificaciones y acreditaciones.
- › Los sistemas de gestión como motor del clima laboral de una empresa. Las PYMES en la Argentina.
- › Video conferencia. 45 Min. c/destino.
- › Particularidades de cada proyecto.

MÓDULO 8: Costos y Precios para la Exportación. Negociación

🔴 Fecha y hora: 25 de Octubre de 18.00 a 21.30 hs.

Profesor: Lic. Mariano Indihar.

En este módulo, se enseñan las distintas técnicas para la fijación de los precios de exportación, así como a cuantificar el margen bruto y calcular si dicho margen puede soportar los diferentes tipos de costos y generar un beneficio para la empresa. Asimismo se presentan ejemplos de cómo negociar otros aspectos plazos de entrega, comisiones, descuentos, etc. y que afectan también al precio final. Finalmente se estudian el resto de variables que afectan a una estrategia de negociación.

- › Políticas de precios.
- › Análisis de costos.
- › Negociación.

MÓDULO 9: Transporte, Logística y Documentación Internacional

🔴 **Fecha y hora:** 1 de Noviembre de 18.00 a 21.30 hs.

Profesor: Omar Nuske.

En el siguiente módulo, se presentan una serie aspectos en relación con el transporte y los incoterms, es decir, las condiciones de entrega de la mercancía negociadas en la venta de los productos, los tipos de transporte internacional que existen, y su adecuación a nuestro producto, temas relativos a la protección física de la mercancía, sistemas de grupaje, trámites aduaneros, seguros, siniestros, no aceptación de la mercancía y documentación de transporte más frecuente.

Se estudia como seleccionar los canales de distribución a utilizar, la política de descuentos y márgenes a los mismos, la importancia de los costos de distribución con respecto a los costos de comercialización y las posibilidades de exportación haciendo referencia a la distribución internacional, transporte, seguros, cobros a clientes internacionales, etc. Asimismo se presentan las principales bases de datos y organizaciones comerciales que utilizan Internet para poner sus registros a disposición del público, europages, etc., para el caso de que resulte conveniente buscar un socio comercial en el país de destino.

- Modalidades según cargas.
- Costo generalizado del transporte.
- 🔴 Video conferencia. 45 Min. c/destino.
- 🔴 Particularidades de cada proyecto.

MÓDULO 10: Diseño e Imagen Corporativa

🔴 **Fecha y hora:** 8 de Noviembre de 18.00 a 21.30 hs.

Profesor: Dr. Sebastián Guerrini.

En esta área se estudia la importancia de la marca con ejemplos de casos prácticos y útiles para saber cómo utilizar de manera efectiva la imagen de la empresa, cómo desarrollar una estrategia de comunicación y cómo crear una adecuada marca comercial. El objetivo de este componente es que se conozcan los instrumentos para identificar los elementos clave con objeto de conseguir una marca eficaz y una correcta estrategia de comunicación, sobre la base de que es imprescindible que los clientes perciban nuestro producto como el mejor.

El diseño es especialmente importante en los actuales mercados globalizados, donde la competencia por precio puede no ser una opción para muchas empresas. El diseño ayuda a diferenciarse de los competidores, adaptar los productos a las necesidades particulares de los consumidores de un determinado mercado, y a desarrollar y difundir una adecuada imagen de marca.

Las adaptaciones necesarias dependerán del producto y /o del servicio y pueden afectar al producto mismo, su presentación, embalaje o etiquetado, a certificaciones requeridas en los países de destino, o en el caso de productos y servicios, la adaptación puede estar relacionada con la forma de mantenimiento, puesta a punto o servicios post venta, etc. Todos estos aspectos son estudiados en esta área, así como los efectos que esta adaptación, o innovación en su caso, tienen en el coste y precio final de los productos.

MÓDULO 11: Internet, Web, E-Commerce y Tecnologías

➤ **Fecha y hora:** 15 de Noviembre de 18.00 a 21.30 hs.

Profesor: Lic. Pablo Arce.

Internet, utilizado de manera efectiva, es una herramienta indispensable para hacer negocios en el exterior. En este área se revisa como preparar una estrategia on line para las empresas participantes. Se estudia y prepara un diagnóstico del potencial de una empresa para hacer negocios en Internet, analizando sus mercados, clientes, productos y objetivos.

MÓDULO 12: Instrumentos de promoción de exportaciones

➤ **Fecha y hora:** 22 de Noviembre de 18.00 a 21.30 hs.

Profesor: Mg. Raúl Cheyllada.

El objetivo de este módulo es dar a conocer de manera sencilla y práctica las ayudas y los programas de apoyo existentes. Se repasa toda la información sobre las posibilidades de financiación y ayudas existentes para mejorar todas las áreas de competitividad de las empresas en su camino a la exportación: mercados, innovación y diseño, contratos y trámites, financiación y cobros, web y tecnología, comunicación y marca, etc.

Las dificultades del sector en la aplicación de inversiones en I + D, especialmente por el tamaño de las empresas, genera una desventaja competitiva, lo cual, se buscará informar acerca de las herramientas de financiamiento nacional e internacional para facilitarle a este sector la aplicación de nuevas tecnologías.

➤ Video conferencia. 45 Min. c/destino.

➤ Particularidades de cada proyecto.

MÓDULO INTEGRADOR

➤ **Fecha y hora:** 29 de Noviembre, 18.00 hs.

Entrega de Planes de Negocios Internacional. ENTREGA DE DIPLOMAS.

CUERPO DOCENTE

➤ **Coordinación General:** *Mg. Raúl Emilio Cheyllada*



Magister en Negocios Internacionales. Actualmente ocupa el cargo de Secretario de la Comisión de Relaciones Internacionales de la Unión de Parlamentarios Sudamericanos y del Mercosur UPM Bloque Argentino, Director General de la Confederación Económica de la Provincia de Buenos Aires y Miembro del Área de Relaciones Globales de la Honorable Cámara de Senadores de la Provincia de Buenos Aires. En el sector público, ejerció funciones como Director Provincial para la Promoción de la Competitividad, la Innovación y los Servicios.

➤ **Asistencia Técnica:** *Dra. María Paula Álvarez Pirelli*



Abogada. Master en Derecho Empresarial en Universidad Austral. Coaching Ontológico y PNL en Escuela de Coaching y PNL de Lidia Muradep. Se formó en Programas de Comercio Exterior, Liderazgo, Conflicto y Coraje en IAE y Dirección de Empresas Familiares en IAE Business School.

➤ *Lic. Marcelo Coudreau*



Despachante de Aduana, Técnico superior en aduanas y comercio exterior. Profesor del Instituto de Comercio Internacional de la Fundación ICBC y de la Asociación de Importadores y Exportadores de la República Argentina (A.I.E.R.A.). Gerente Comercial de Tarifar. Vocal de la Comisión de Comercio Exterior de la Cámara Española de Comercio de la República Argentina.

➤ *Lic. Sandra Martín*



Licenciada en Ciencias de la Educación de la Universidad John F. Kennedy. Miembro académico de la Asociación Argentina de Marketing. Más de 30 años de experiencia como profesora en múltiples instituciones de las cuales muchas con vínculo permanente al Marketing.

➤ *Dr. Rircardo Torres Brizuela*



Abogado de la Universidad Pontificia Universidad Católica Argentina "Santa María de los Buenos Aires". Actualmente trabaja como abogado en el Estudio Alais & De Palacios, estudio especializado en Derecho Aduanero y Comercio Exterior. Desde 1982 hasta el año 2000 trabajó en diversas áreas de la Dirección General de Aduanas. Desde el 2003, dicta la materia Régimen aduanero - Curso de Postgrado en Negocios Internacionales - Universidad Católica Argentina.



➤ *Giselle Humphreys*

Licenciada en Comercio Exterior de la Universidad Nacional de Quilmes. Actualmente se desempeña como Jefe de Productos senior de Comercio Exterior del banco ICBC, el área que analiza la documentación y encuadre normativo para el cierre de cambio de operaciones de Importación, Exportación y Servicios.



➤ *Lic. Christian Hass*

Especialista en calidad industrial - Licenciado en Ciencias Químicas. Actualmente desempeña funciones en el Instituto Nacional de Tecnología Industrial. INTI. Responsable de certificación de productos (áreas de cementos, químicas, líquidos de freno, productos gráficos impresos). Evaluador técnico de laboratorios de ensayos químicos. Evaluador de sistemas de gestión y técnico en empresas nacionales e internacionales. Sistemas de Gestión de la Calidad y Producción. Certificación de productos.



➤ *Lic. Mariano Indihar*

Licenciado en Comercio Exterior de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES). Socio fundador de Exportrade desde 2001 y actual Director de la misma, desarrolla actividades en el ámbito del comercio exterior desde 1991, asesorando empresas desde su preparación como Despachante de Aduanas y Agente de Transporte Aduanero que lo vinculan en la operación de importación y exportación de más de 50 compañías nacionales e internacionales.



➤ *Omar Nuske*

Agente de transporte aduanero y despachante de aduanas. Posgrado en Finanzas. Presidente de Sur Comercio Exterior S.A. Representante, importador oficial y agente de logística de múltiples empresas en Argentina.



➤ *Dr. Sebastián Guerrini*

Diseñador en Comunicación Visual (UNLP, Argentina), Posgrado en Tecnologías de la Comunicación (Scan-Centre. Holanda) y Doctor en Comunicación y Estudios de la Imagen (Universidad de Kent, Inglaterra). Desde hace 20 años diseña marcas e identidades y ha trabajado en 24 países. En 2008 gana el concurso internacional para el diseño de la imagen y comunicaciones de la Organic World Foundation (Alemania).



➤ *Lic. Pablo Arce*

Web Master 2.0 & Diseño UI orientado a medios digitales. Especializado en programación PHP, MySQL, aplicaciones de ida y vuelta en servidor. Administración de usuarios, Gestión de proyectos, aplicaciones Joomla, WordPress, eCommerce. Certificado en Google Adwords / Analytics.

Ha desarrollado implementación de campañas por resultados de búsqueda, posicionamiento SEO, estadísticas y estudios de mercado.



➤ **Mercado Colombia:** *Mg. Diana de los Ríos Hidalgo*

Magíster en Administración y Competitividad de la Universidad Mariana de Colombia. Se formó en formulación y estructuración de proyectos de innovación. Cooperación Internacional para el desarrollo y formulación de proyectos con enfoque de marco lógico. Asimismo en la Agencia de Cooperación Internacional de Colombia APC. Formulación de proyectos – MGA, Departamento Nacional de Planeación. Actualmente ocupa cargos de Directora de Nariño Global, habiendo desarrollado cargos como Directora de Cooperación Internacional de la Gobernación de Nariño, entre otros cargos.



➤ **Mercado España:** *Cra. Lucía Agüero*

Licenciado en Ciencias Empresariales y Contadora Pública de nacionalidad Argentina – Española. Se ha desarrollado como analista contable y de producto en Corporate & Investment Banking. Consorcios de Exportación. Internacionalización PyME. Comercio Exterior. Actualmente desarrolla análisis de mercados e inteligencia comercial en la Ciudad de Barcelona.



➤ **Mercado México:** *Orpha Miriam García Fuente*

B.A. International Business. Más de diez años de experiencia en áreas de servicio trabajando conjuntamente con equipos funcionales. Desarrollo de clientes, marketing y manufactura. Manager en transporte de la empresa Colgate Palmolive México. Especialista en servicio y colaboración del cliente para Walmart. Especialista en planificación de demanda, planificación de importación.

Analista en transporte y logística. Premio anual, Colgate Palmolive, Ciudad de México, 2011.