



Curso Online de Gestión de Compras Internacionales

Para dominar la selección de proveedores, la negociación, la gestión del transporte y el pago de las compras internacionales.

ARGENTINA
(54) 1159839543

BOLÍVIA
(591) 22427186

COLOMBIA
(57) 15085369

CHILE
(56) 225708571

COSTA RICA
(34) 932721366

EL SALVADOR
(503) 21366505

MÉXICO
(52) 5546319899


Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación


**MANAGER
BUSINESS
SCHOOL**

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp
(34) 601615098

PERÚ
(51) 17007907

PANAMÁ
(507) 8338513

PUERTO RICO
(1) 7879457491

REP. DOMINICANA
(1) 8299566921

URUGUAY
(34) 932721366

VENEZUELA
(34) 932721366

ESPAÑA
(34) 932721366

Presentación

En Compras hay mucho de técnica y mucho de arte a partes iguales. Técnica en el sentido de que debemos conocer y saber utilizar herramientas específicas, en este caso relacionadas con el comercio internacional. Y arte porque es una tarea que nos permite relacionarnos con personas y cultivar y desarrollar esas relaciones requiere de habilidades y competencias que, en definitiva, serán las que marquen las diferencias.

Este es un curso de introducción a las Compras Internacionales.

El concepto puede sonar imponente, pero nada más lejos de la realidad. Operar en el ámbito internacional tiene, por supuesto, complejidades pero, en última instancia, lo que vamos a hacer no se diferencia tanto de lo que ya venimos realizando como compradores. Todo lo que hace falta es disponer del conocimiento suficiente para que adaptemos nuestra actividad a los requisitos de los nuevos mercados y su operativa subyacente.

A lo largo del curso se irán desgranando los elementos que marcan la diferencia respecto a la actuación en el mercado nacional. Conceptos como operativa en divisa, Incoterms o diferencias culturales irán sucediéndose para conformar una visión general de todo aquello que hace falta para saber desenvolverse en un mundo cada vez más pequeño gracias, entre otras cosas, a las nuevas tecnologías.

La Educación On-line

Con más de 25 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado.

2 *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3 *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

4 *Trabajar* con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de **60 horas** distribuidas en 5 módulos de formación práctica.

El material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Los 5 módulos contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

Cada uno de los módulos contiene material complementario que ayudará al alumno en la comprensión de los temas tratados. Encontrará también ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Este curso le permitirá saber y conocer:

- Cómo se realiza una búsqueda de proveedores a nivel internacional.
- Cómo integrar las compras internacionales en la estrategia general de la empresa.
- Cómo nos pueden ayudar las nuevas tecnologías en la búsqueda de distribuidores y/o agentes comerciales.
- Cuáles son los principales tipos de contratos internacionales y ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos.
- Qué documentos existen para minimizar los riesgos y cubrir las posibles incidencias.
- Qué factores hay que tener en cuenta para elegir el medio de transporte más adecuado en cada operación.
- Qué son y cómo analizar los Incoterms 2010 y su relación directa con la contratación y gestión del transporte internacional.
- Cuáles son los medios de pago más utilizados en el comercio internacional y su funcionamiento.
- Cuáles son las claves de la negociación internacional. Competencias del negociador.
- Qué herramientas son necesarias para realizar una gestión efectiva de compras a escala internacional.
- Cómo se diseña un plan estratégico para compras internacionales.
- El papel de las diferencias culturales en la negociación internacional.
- Qué importancia tienen los diferentes componentes del entorno en la fijación de estrategia y objetivos.
- Qué incidencias tiene la operativa en divisa y cómo cubrir el riesgo cambiario.

“ Conozca cómo determinar cuándo y con qué productos sale a cuenta realizar compras en el mercado internacional”

Dirigido a:

Directores de Compras, Importación, de Aprovisionamientos, Directores de Operaciones y Logística y, en general, a todos aquellos directivos y profesionales del área implicados en la gestión de compras internacionales.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Definiendo la estrategia de compras internacionales

8 horas

La primera pregunta que debe hacerse una organización que esté interesada en acudir a los mercados mundiales para aprovisionarse es: ¿para qué? ¿cuáles son mis objetivos?. Este módulo hace una introducción a los elementos de carácter estratégico del área de compras tanto a nivel general dentro de la organización, como a nivel interno dentro del área de compras.

1.1. Introducción.

1.2. Definición de estrategia:

1.2.1. Análisis del entorno:

1.2.1.1. El tamaño y forma del mercado.

1.2.1.2. La competencia.

1.2.1.3. Las barreras de entrada y salida.

1.2.1.4. El poder de los proveedores.

1.2.1.5. El poder de los clientes.

1.2.1.6. La amenaza de productos sustitutivos.

1.2.1.7. Fuentes de información.

1.2.2. Alineamiento con el resto de la organización.

1.3. Definiendo la estrategia:

1.3.1. Caracterización de los objetivos.

1.3.2. Tipos de objetivos:

1.3.2.1. Estrategia de la organización en su conjunto.

1.3.2.2. Estrategia del área de Compras.

MÓDULO 2. Creación de la red de proveedores

10 horas

Este módulo habla de proveedores, de su tipología, de la forma de encontrarlos, seleccionarlos y homologarlos. Existen factores relevantes que hacen que la operativa internacional difiera de la nacional sobre todo en la parte de homologación, así como en la decisión de establecer una relación comercial con un proveedor determinado.

2.1. Introducción.

2.2. Tipos de proveedores internacionales.

2.3. Prospección, selección y homologación.

2.4. Contratación.

2.5. El papel de las nuevas tecnologías.

MÓDULO 3. Transporte internacional

12 horas

En el ámbito internacional el transporte adquiere una relevancia especial por la especificidad de sus procedimientos y por el hecho de tratarse de un transporte transfronterizo. Este módulo proporciona una serie de conocimientos técnicos que hay que poseer y que, en última instancia, tienen repercusión en el coste final del producto.

3.1. Introducción.

3.2. El transporte internacional:

3.2.1. Embalajes.

3.2.2. Medios de transporte.

3.3. Trámites y documentación:

3.3.1. Documentos comerciales.

3.3.2. Documentos de transporte.

3.3.3. Seguros.

3.3.4. Certificados.

3.3.5. Documentos aduaneros:

3.3.5.1. Régimen General.

3.3.5.2. Operaciones intracomunitarias (UE).

3.4. Incoterms:

3.4.1. Incoterms 2010.

3.5. El Incoterm llevado a costes.

MÓDULO 4. Divisa y medios de pago internacionales

10 horas

Este módulo hace una revisión acerca de los medios de pago internacionales más comunes, junto con algunos otros que no lo son tanto a nivel de pequeña y mediana empresa pero cuyo conocimiento es de interés en tanto pueden aportar ideas que extrapolar a nuestro sistema de trabajo.

4.1. Introducción.

4.2. Divisa: cobertura de tipo de cambio

4.2.1. Futuros. Seguros de cambio.

4.2.2. Futuros. Seguro de cambio participativo.

4.2.3. Opciones sobre divisas.

4.3. Medios de Pago Internacionales:

4.3.1. Medios de pago sin garantía documentaria:

4.3.1.1. Transferencia.

4.3.1.2. Cheque.

4.3.2. Medios de pago con garantía documentaria:

4.3.2.1. Remesas.

4.3.2.2. Carta de crédito.

4.3.3. Otros medios de pago: pagos en Internet.

MÓDULO 5. Negociación

10 horas

En un proceso de negociación entran en juego elementos donde la clave para el éxito es la capacidad de empatizar con quien tenemos al otro lado de la mesa. La interacción con personas requiere de una serie de habilidades que son inherentes a la relación entre seres humanos, empatía, sensibilidad y comunicación son palabras que mandan.

5.1. Introducción.

5.2. Aspectos que inciden en la comunicación:

5.2.1. El idioma.

5.2.2. Aspectos culturales.

5.3. La negociación:

5.3.1. Las competencias del negociador.

5.3.2. Las fases de la negociación.

5.3.3. Las posiciones de negociación.

Casos prácticos

10 horas

1. Introducción.

2. Caso CAAD Global:

2.1. El escenario de partida.

2.2. Evolución de la estrategia.

2.3. Las implicaciones para Compras:

- Primera etapa: entrada en el mercado chino.
- Segunda etapa: creación de la oficina de compras en China.

- Tercera etapa: creación de la marca propia.
- Cuarta etapa: reabsorción en Roller.

3. Caso BBI:

3.1. Caso Ecuador 1: barreras de entrada

- Barreras institucionales.
- Barreras comerciales.
- Una reflexión sobre la negociación.

3.2. Caso Ecuador 2: mercado de importación cautivo

4. Caso Intermedio:

- 4.1. Subcontrata de servicios: elegir un proveedor fiable en un mercado de alta densidad.
- 4.2. Diferencias en la cultura de los negocios: Estados Unidos.

Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:



Unai Camargo

Licenciado en Ciencias Económicas. MBA. Programa Superior de Compras y Logística Internacional. Vinculado desde el inicio de su carrera al mundo del comercio internacional, ha trabajado en diversos sectores visitando más de 20 países en los diferentes proyectos en los que ha colaborado y dirigido, desde Asia hasta América, cooperando con equipos multidisciplinares y plurinacionales.

El autor y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez finalizado el curso de forma satisfactoria, el alumno recibirá un diploma acreditando la realización del curso **GESTIÓN DE COMPRAS INTERNACIONALES**.

