

Programa “Curso Ejecutivo de Comercio Exterior”

Módulo I: Operatoria Bancaria de Importación y Exportación

- a) Cartas de Créditos. Esquema, procesos y funciones de los Bancos intervinientes.
- b) Cobranzas Documentarias y simples. Esquema, procesos y funciones de los Bancos intervinientes.
- c) Transferencias / Ordenes de Pago. Conceptos Básicos
- d) Utilización ideal de los instrumentos de cobro/pago frente a las distintas fuentes de financiación y la relación con las condiciones de compra venta según incoterms 2010.
- e) Cartas de Créditos, principales características operativas.
- f) Cobranzas documentarias y simples, gestión post apertura.
- g) Cesión del Producido
- h) Normativa Cambiaria aplicada a los distintos Instrumentos de pago.

Carga horaria: 8 horas



Docente: Lic. Santiago Mesiano

Jefe Departamento Normas Generales, Contratos y Operaciones de Alta Complejidad, Banco Credicoop CL.

Modulo II: Gestión Aduanera del Comercio Internacional

- a) Ámbito de aplicación de la normativa aduanera argentina. Actual plexo normativo y sus implicancias.
- b) Conceptos y definiciones generales en materia aduanera. Ámbito espacial y su importancia para la gestión del comercio exterior desde Argentina. Sujetos involucrados en las operaciones aduaneras y ámbitos de control.

- c) Normativa aduanera para la importación de mercaderías.
Arribo de la mercadería y destinaciones aduaneras de importación. Características y conveniencia de cada destinación aduanera.
- d) Análisis pormenorizado de la destinación suspensiva de importación temporaria para transformación, como elemento dinamizador de las exportaciones.
- e) Tributación en la importación. Ejercicios y exposición de casos.
- f) Casos prácticos sobre opciones de importación a través de las diferentes destinaciones aduaneras.
- g) Normativa aduanera para la exportación de mercaderías. Destinaciones aduaneras y sus implicancias.
- h) Tributación en la exportación. Ejercicios de cálculo.
- i) Estímulos a la exportación. Consideraciones generales, cálculo del beneficio y gestión de cobro.
- j) Casos prácticos sobre operaciones de exportación a través de las diferentes destinaciones aduaneras.
- k) Regímenes especiales para la importación y exportación. Conveniencia de la utilización de cada régimen aduanero, según el interés empresario. Casos de estudio.
- l) Análisis sistémico de las operaciones aduaneras de importación y exportación, y su relación con la logística empresarial, las finanzas, los objetivos comerciales, los costos y otros aspectos. Casos de estudio integradores y ejercicios de aplicación.

Carga horaria: 16 horas



Docente: Lic. Sergio Giannice

Licenciado en Comercio Exterior de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES), Especialista en Planeamiento Estratégico en la University of IOWA, Magister en Relaciones Económicas Internacionales de la Universidad Nacional de La Matanza, y MBA (Master in Business Administration) de la Universidad Politécnica de Madrid.

Se desempeña profesionalmente como consultor de empresas bajo el Programa de Diversificación de Mercados de Exportación de Pymes (Diverpymex) en la Fundación Banco Credicoop, en el

marco del cual ha gestionado el desarrollo exportador de diversas empresas argentinas. Ha participado como consultor del BID (Banco Interamericano de Desarrollo) en distintos proyectos relacionados con la internacionalización de empresas, y cuenta con experiencia específica en la aplicación de metodologías para el desarrollo exportador de las PyMEs.

Desde hace más de 17 años es profesor de grado y posgrado en el área del Comercio Exterior, estando especializado en logística internacional. Se desempeña en la Universidad Tecnológica Nacional, en UADE (Universidad Argentina de la Empresa), en la Universidad Nacional de la Matanza, y en la Universidad Nacional de Luján. Como profesor invitado ha participado en la Maestría en Agronegocios, y en la Maestría en Gestión del Comercio Exterior de la UBA (Universidad de Buenos Aires). También es integrante del cuerpo académico del CEDEX (Centro de Estudios para el Desarrollo Exportador) en la Universidad de Palermo, y disertante en conferencias nacionales e internacionales relacionadas con la logística internacional y el comercio exterior.

En 2010 fue coautor del libro “Promoción y Radicación de Inversiones para el Desarrollo, la Producción y el Empleo”, estando a cargo de los módulos relacionados con la promoción de exportaciones. En 2011 ha publicado su libro “Asociatividad Exportadora, Formas Jurídicas y Funcionalidad Operativa en la República Argentina”.

Módulo III: Logística Internacional

- a) Logística Empresaria Integral: concepto, sistema y subsistemas; análisis de valor de la cadena logística; componentes. Acondicionamiento de la mercadería, packaging, envase, etiquetas y marcas. Materiales y marcado para embalajes. Pallets. Tipos. Acceso. Contenedores.
- b) Modos y medios de transporte. Transporte marítimo. Cargas, buques, puertos. Tipos de tráfico según cargas. Sujetos intervinientes en el transporte marítimo. Documentación marítima. Flete marítimo. Responsabilidades por mercadería en mala condición.
- c) Transporte aéreo. Cargas, aeronaves, aeropuertos. Tipos de tráfico. Sujetos intervinientes, documentación y tarifas. Responsabilidad por mercadería entregada en mala condición.
- d) Transporte terrestre carretero. Tipos de camiones. Clases de rutas. Cargas para el transporte carretero. Sujetos intervinientes, documentación y fletes carreteros. Responsabilidad por mercadería entregada en mala condición.
- e) Transporte terrestre ferroviario. Tipos de locomotoras, vagones, trochas y cargas. Sujetos intervinientes, documentación y tarifas. Responsabilidad por mercadería entregada en mala condición.
- f) Transporte multimodal. Concepto. Régimen jurídico. Infraestructura para el transporte multimodal.
- g) Seguros del transporte, transportador, de la mercadería. Principales cláusulas. Seguros para terminales, depósitos, freight forwarders y contenedores.

Carga horaria: 8 horas



Docente: Dr. Jose Luis Racciatti

Abogado - Facultad de Derecho UBA. Máster en Logística (Universidad de Génova). Licenciado en Logística (Universidad de Rimousky, Québec, Canadá) - Focal Point for Latin America - International Multimodal Transport

Association UNCTAD- Miembro de número en el Proppeler Club- Asesor de la Asociación de Estados del Caribe – Secretario Académico del Import&Export Caribbean Club - Asesor de la Secretaría de Puertos de UNCTAD - Autor de Manual de transporte para el MERCOSUR- ED.

INCASUR-, Transporte -Una revolución necesaria - ED. INCASUR-,

INCOTERMS 2010 -Ed. Ad Hoc-, Responsabilidad de los transportistas –Ed. House of Belfry- e-book

Módulo IV: Contratos Internacionales

- a) La negociación de un contrato internacional. Su proceso. Características de los negociadores. Preparación y técnicas de negociación. Casos de negociación internacional.
- b) El contrato como acuerdo de voluntades. El contrato de compraventa internacional de mercaderías. Principales cláusulas. Prenegociación, negociación y postnegociación. Cuatro subcontratos en uno. Solución de controversias y arbitraje comercial internacional.
- c) Modalidades de contratación internacional. Representación, distribución y concesión comercial internacional. Merchandising. Franchising. Licencia internacional. Transferencia de tecnología.
- d) Joint Venture. Acuerdos de Colaboración Empresaria (UTE y ACE). Acuerdos con Trading Companies. Grupos y Consorcios de Exportación.

Carga horaria: 4 horas

Docente: Dr. Jose Luis Racciatti

Módulo V: Taller de Documentos de Transporte

Análisis de los documentos, sus usos e implicancias.

Carga horaria: 4 horas

Docente: Dr. Jose Luis Racciatti

Módulo VI: Proceso Integral de Operaciones de Importación y Exportación

- a) Importar para exportar. Análisis de las herramientas aduaneras, cambiarias y administrativas para la optimización y visualización de puntos de riesgo para el control eficiente de las variables. Forma de medición de la eficiencia administrativa.

- b) Operaciones de reposición de stock como método alternativo. Su relación con el Draw Back y la importación temporaria.
- c) Desarrollo de métodos alternativos para la importación y exportación de muestras:
 - i. Regímenes específicos: su problemática y ventajas objetivas.
 - ii. Régimen de Tránsito Promocional del Mercosur.
 - iii. Régimen de Viajantes de Comercio Internacional.
 - iv. Importación de mercaderías sin derecho a uso.
- d) Regímenes de Courier, análisis de costos y servicio.
- e) Su influencia en la estrategia de negocios global para importación y exportación. Relación con los Incoterms.
- f) Exportaciones en Consignación: Una tendencia internacional. Su aplicación, beneficios y riesgos.



Carga horaria: 4 horas

Docente: Lic. Adriana Cruz

Maestría en Relaciones Económicas Internacionales – UNLAM (2014).
Posgrado Formador de Formadores en Responsabilidad Social
Empresaria – Naciones Unidas PNUD - UBA Ciencias Económicas (2010).

Postgrado en Tributación Aduanera- UBA (2000). Posgrado en Profesorado de Economía. (1999).
Licenciada en Comercio Internacional– UADE (1985). Despachante de Aduana (1980).

Ha desempeñado cargos de responsabilidad en empresas multinacionales, representando a las mismas en distintas Cámaras Sectoriales. Tuvo a su cargo las áreas de comercio exterior, debiendo organizar/reorganizar actividades bajo su dirección y liderazgo. El ejercicio en las distintas empresas le permitió acceder a múltiples conocimientos en las actividades comerciales, industriales y de servicios estratégicos.

Ha trabajado para importantes proyectos del Banco Mundial como Pasma I y Pasma II (1999/2000) para el sector minero, proyectos del BID como Diverpymex (2003/2005-diversificación de mercados de exportación). Ha dictado, dirigido y coordinado múltiples seminarios a personal de empresas PyMEs y multinacionales en todo el país. Ha publicado manuales y distintos papers sobre temática aduanera. Coautora del único simulador del Sistema Maria, con objetivos

académicos. Autora del libro Gestión aduanera de importación y coautora del libro El comercio internacional y su plataforma. Algunos de sus actores importantes. Hace 15 años que se dedica a las tareas de consultoría en forma independiente y asociada con otros profesionales, para proyectos de mediana envergadura en empresas de distinto tamaño, con énfasis en el Comercio Internacional y la capacitación. Se dedica a la actividad docente desde hace 20 años. Es titular en la Universidad Nacional de la Matanza, además de desempeñarse en el cargo de coordinadora de carrera para la Licenciatura en Comercio Internacional y como docente investigadora categorizada. También es titular en la Universidad de Ciencias Sociales y Empresariales (UCES). Profesora de la Maestría en Administración de Negocios (MBA) UTN - FORD y Maestría en Negocios (UCES). Dirigió varios proyectos de investigación referidos a la problemática exportadora por la ausencia de formativa en el desarrollo de los negocios internacionales, también para la articulación empresa/universidad junto con la Secretaría de Relaciones Exteriores de la Pcia de Buenos Aires. Actualmente desarrolla un trabajo de investigación para prácticas profesionales supervisadas y otro proyecto para mejorar la accesibilidad de los alumnos con discapacidad en la educación universitaria.

Algunas Instituciones y actividades académicas desarrolla das en los últimos años que pueden citarse : Universidad Siglo XXI de la Pcia de Córdoba, Universidad Gastón Datchari (Posadas, Misiones), Ex rectora del Instituto de Capacitación Aduanera (Buenos Aires), capacitación especial para el personal de la Secretaría de Industria y Comercio y Proyecto Promex. Diseño y ejecución del Plan para Exploradores de Mercado para el gobierno de la Pcia de Jujuy, colaboradora en armado de programas para plan de estudio del Centro de Navegación. Excoordinadora de carrera Universidad de Palermo. Coordinadora Posgrado en Gestión Estratégica para el Comercio Internacional (UNLAM/BAYER).

Módulo VII: Comercialización Internacional

- a) ¿Que es la comercialización internacional?
- b) Planificación Estratégica - Corto Plazo vs. Posicionamiento.
- c) Criterios para la selección de mercados - Estudio de mercado.
- d) Herramientas más utilizadas para el ingreso a mercados: Ferias Internacionales, Misiones Comerciales, Rondas de Negocios.
- e) Comunicación: Gestión de contactos e imagen de la empresa.

Carga horaria: 4 horas



Docente: Lic. José Luis Sánchez

Abogado (Facultad de Derecho y Ciencias Sociales – Univ. Nacional de Córdoba).

Licenciado en Relaciones Internacionales (Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales – Univ. Católica de Córdoba).

Se desempeñó como Jefe de Comercio Exterior y Gerente General de la Cámara Argentina de Comercio y de empresas privadas. Actualmente es asesor independiente, consultor de empresas, instituciones y organismos internacionales.

Módulo VIII: Introducción al Marketing y Comunicación Digital

- a) Web y Marketing Digital: Nacimiento y evolución de Internet. Acercamiento e interacción con el usuario/consumidor en la Web de ayer y hoy. Uso estratégico de la web, concepto de Marketing Digital. Implementación de un Sitio Web: Variantes y Características en base a objetivos definidos. Búsqueda del Proveedor indicado: Tipo de proveedores disponibles en el mercado actual diferenciados por tipo de capacidades.
- b) Posicionamiento y difusión en buscadores: SEO y SEM. Tipo de contenidos necesarios en nuestro sitio para ser reconocidos por los motores de búsqueda (Google, Yahoo, Bing, etc). Características técnicas necesarias a la hora de desarrollar nuestro sitio. Publicidad en buscadores: descripción en base a sus objetivos comerciales, introducción al armado de una campaña. Herramientas de medición.
- c) Presencia en Redes Sociales: Diferencias entre las distintas Redes Sociales disponibles, en base a su valor estratégico. Planteo de objetivos definidos para nuestra presencia en Redes Sociales. Facebook: Características y creación de una página comercial, estrategia de contenidos y community management, tipos de pautas publicitarias disponibles. Medición de resultados, qué son y para qué sirven los datos que nos suministran.
- d) Introducción al E-Mail Marketing.

Carga horaria: 4 horas

Docente: Matías Contursi



Experiencia:

- Diseño y Comunicación Publicitaria.
- Responsive & Mobile Development.
- Marketing orientado a construir y desarrollar imagen de marca.
- MKT Digital (SEO/SEM, Analytics y Community Management).

Desarrollo e implementación de acciones BTL.

Presencia en el Punto de Venta (Trade Marketing/ Visual Merchandising / Shopper Marketing).

Es Director Creativo de Flag! | Contenido Digitales. También se desempeñó como Brand Communication Manager de Robert Bosch Argentina. Es Técnico Superior en Publicidad y Comunicación con Especialización en Marketing Digital. Es fotógrafo profesional y desarrollador Web.

Módulo IX: Negociación – El Arte de Generar Valor

Se busca transformar ventas complejas en acuerdos efectivos y creativos que generen valor. Se adquirirán nuevas herramientas a efectos de concretar cierres comerciales con la intención que la venta no termine allí, sino que la misma sea el inicio de una relación de servicio fructífera, profesional y duradera en el tiempo.

Carga horaria: 12 horas



Docente: Lic. Raúl Mosquera

Capacitador – Consultor de Empresas

M.B.A. – Universidad del CEMA

Postgrado en Management – San Diego State University (USA)

Postgrado en Finanzas - Escuela de Dirección y Negocios – IAE

Coaching Ontológico – Newfield C.G. (USA)

Licenciado en Administración - Universidad de Buenos Aires

Trayectoria de más de 25 años de carrera en donde manejó compañías y diversas unidades de negocios mejorando resultados, rentabilidades y posición competitiva en importantes empresas:

-Gerente General de Dos Anclas (Cía. Introdutora Bs.As.)

-Director General de Ivisa Lotérica Brasil

-Gerente de Negocios de Danone, Bagley y Molinos Río de la Plata

Lanzó exitosamente nuevos negocios y marcas en Argentina y en Latinoamérica. Impulsor de cambios culturales y reestructuración como modelo de crecimiento en las organizaciones. Integró varias Cámaras y Federaciones Empresariales. Posee una amplia experiencia en negociación con cadenas de distribución, cámaras, instituciones y medios periodísticos.

Módulo X: Casos Prácticos de Comercio Exterior

Comprende la integración de los conceptos desarrollados durante el transcurso del curso, trabajando sobre la base de un caso testigo desde una visión global. Consiste en una propuesta de acción técnico, comercial y operativa para concretar un negocio de exportación o importación a través de la resolución de un caso real, utilizando un determinado conjunto de recursos humanos, materiales y tecnológicos e integrando temas como ser: gestión aduanera, logística internacional, medios de pago y financiamiento, contratos, comercialización y negociación internacional entre otros.

Carga horaria: 8 horas



Docente: Lic. María Agustina Lacava

Magíster en Negocios Internacionales, "Premio Iluminis a la Excelencia".
Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales - UCES, Licenciada en Administración de empresas y Contadora Pública Nacional egresada de la Universidad Católica Argentina - UCA.

Actualmente realiza asesoramiento independiente en consultoría y capacitación en el área comercial y financiera con especialidad en desarrollo de negocios internacionales a PYMEs e Instituciones privadas y públicas a nivel nacional e internacional. Asimismo es gerente de comercio exterior de laboratorio elaborador de productos veterinarios, FAEVE SA.

Es profesora titular de las maestrías en “Gestión empresaria del comercio exterior y la integración” Universidad de Buenos Aires - UBA (2010-actualidad), y en “Negocios Internacionales” UCES (2012-actualidad) modalidad regular e intensivo con Convenios con otros países (Brasil y Alemania), vicepresidente de la Comisión de estudios de comercio exterior y organizaciones regionales del Consejo profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires – CPCECABA (2005-actualidad) y ha participado como tutora y jurado de numerosas tesis.

Por otro lado, es integrante del Grupo de Trabajo Avícola - GTA, trabajando en conjunto con las diferentes Cámaras del Sector: CEPA y CAPIA (2006-actualidad) y es secretaria de la Cámara Argentina de la Industria de Productos Veterinarios - CAPROVE, (2007-actualidad).

Ha expuesto diferentes trabajos sobre generación de negocios y exportación en congresos de la especialidad y ha participado en comité organizador de numerosos Simposios y mesas redondas sobre comercio exterior e integración.