

Programa “Curso Ejecutivo de Comercio Exterior 2021”

Módulo I: Internacionalización de la empresa

- a) La empresa como factor clave para las operaciones internacionales.
- b) El Curso Ejecutivo de Comercio Exterior y la internacionalización.
- c) Reseña introductoria de los distintos aspectos que se abordaran a lo largo del Curso.
- d) Comercialización internacional. Principales Conceptos.
- e) Planificación Estratégica – Corto Plazo vs. Posicionamiento.
- f) Inteligencia comercial y Promoción Internacional.
- g) Comunicación con el exterior
- f) 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 II: Gestión Aduanera del Comercio Internacional 1

- Aspectos Generales

- a) Conceptos y definiciones generales en materia aduanera. Sujetos involucrados en las operaciones aduaneras y ámbitos de control.
- b) Mercadería tangible e intangible, origen, procedencia. Importancia para la aplicación de normas.
- c) Nomenclatura arancelaria. Tipo de aranceles.

- Importación:

- a) Arribo de la mercadería y su relación con el Agente de Transporte.
- b) Concepto de destinación aduanera. Tipos, características y usos.
- c) Diferencia entre momento y hecho imponible.
- d) Tributos de Importación. Ejercicios sobre casos con y sin ventajas tributarias.
- e) Análisis pormenorizado de la destinación temporaria para perfeccionamiento activo como herramienta de fomento a las exportaciones.

Carga horaria: 8 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 y Packaging

- a) Concepto y ubicación de la logística en la cadena de valor, logística in bound y out bound y sus elementos.
- b) El envase, historia, concepto, fabricación, materiales, Envases especiales (alimentos, medicamentos).
- c) Embalaje, concepto, fabricación, materiales, información y doble entidad.
- d) Unidades de carga, móviles (Pallet, Contenedor, Vagón, Tráiler, Barcaza, chata barrera, gabarra), fijas, bodegas buque y avión
- e) La carga, conceptos generales.
- f) Diferencia entre las cargas terrestres, acuáticas y aéreas.
- g) Breve historia de los transportes, de la caminata hasta el carro, el buque y los descubrimientos, el ferrocarril y la historia del camión
- h) Modos, medios y modalidades
- i) El transporte terrestre, sus infraestructuras e interfaces, características, derechos y obligaciones en ambito Nacional, Regional e Internacional
- j) Documentación: Del vehículo, del transportista, de la carga, de los tripulantes y de terceros
- k) El modo acuático: Infraestructuras e interfaces, la navegación interior doméstica y regional
- l) La navegación internacional, rutas rectas y pendulares, los sujetos de la navegación y sus derechos y obligaciones, registro y bandera del buque
- m) Modo aéreo, interfase y líneas, cargas, su tipo y preparación
- n) Transporte intermodal y multimodal conceptos, derechos y obligacione del organizador, de del consignatario.

- o) Transporte Multimodal y Combinado, concepto, derechos y obligaciones del cargador, características, entregas y documentos, tipos (Ferroutage, Roll On / Roll Off)

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: Gestión Aduanera del Comercio Internacional 2

- Exportación:
 - a) Tipo de destinos de exportación, sus características. Relación con las normas cambiarias.
 - b) Particularidades de hecho y momento imponible. Cumplido del permiso de embarque.
 - c) Tributación en la exportación. Ejercicios de cálculo.
 - d) Gestión de cierre de permiso de embarque y cierre de factura.
 - e) Estímulos aduaneros a la exportación, tipos y condiciones para su aplicación. Cálculos y gestión de cobro.

- Regímenes Especiales
 - a) Casos prácticos sobre operaciones de exportación a través de las diferentes destinaciones aduaneras.
 - b) 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: 8 horas

Docente: Lic. Sergio Giannice

Módulo V: Contratos Logísticos Internacionales y Documentos de transportes

- a) El contrato, historia, caracteres (capacidad, bien y objeto)
- b) Contratos logísticos (origen)
- c) Contrato de compraventa internacional (INCOTERMS)
 - i. Derivados
 - a. Contrato de packaging
 - b. Contrato de transporte
 - c. Contrato de seguros
 - d. Contrato bancario
- d) El contrato de transporte, caracteres, partes, capacidad
- e) Transporte carretero, caracteres y ley aplicable
- f) Contrato ferroviario, caracteres, y ley aplicable
- g) Transporte fluvio-marítimo, contrato de línea regular
 - 1. Reglas de la Haya-Visby
 - 2. Reglas de Hamburgo
 - 3. Reglas de Rotterdam
 - 4. Contrato de fletamento
 - 5. Contrato de ajuste
- h) Transporte aéreo, caracteres del contrato y los convenios de Varsovia 1922 y de Chicago 1944
- i) Contrato de transporte multimodal, caracteres, partes.
- j) Contrato de seguros, seguros directos (LAP, CA, CTR), seguros en los INCOTERMS.

Carga horaria: 4 horas

Docente: Dr. Jose Luis Racciatti

Módulo VI: Supply Chain

- a) Administración de las Relaciones con Proveedores: Selección y evaluación de proveedores, negociación de contratos y colaboración en el suministro.
- b) Administración de la Cadena de Suministro Interna: Planificación estratégica, de la demanda, y del abasto. La importancia del cumplimiento en el servicio.
- c) Administración de las Relaciones con Clientes: Marketing, Fijación de precios y Ventas, Atención al cliente y administración de ordenes.
- d) Administración del Portafolio de Productos y Servicios (PPS): que es la oferta que la compañía hace al mercado. Toda la Cadena de Suministro se diseña y ejecuta para soportar esta oferta.
- e) Servicio a Clientes (SAC): que es responsable de conectar la necesidad del cliente con la operación interna de la compañía.
- f) Control de Producción (CP): Políticas de servicio, administración de la demanda, actividad de abastecimiento de insumos.
- g) Abastecimiento: provisión de insumos necesarios para satisfacer las necesidades de producción.
- h) Distribución : Producto terminado, llegada al cliente, custodia de consumo y relaciones post-consumo

Carga horaria: 4 horas

Docente: Dr. Jose Luis Racciatti

Módulo VII: Proceso Integral de Operaciones de Importación y Exportación

Integración de Conceptos:

- a) Importar para exportar. Análisis de las herramientas aduaneras, cambiarias y administrativas para la optimización y visualización de puntos de riesgo y control eficiente de las variables.
- b) Operaciones de reposición de stock como método alternativo al estímulo de exportación Draw Back. Su relación la importación temporaria para perfeccionamiento activo.

Operaciones Especiales:

- a) Muestras de mercadería: Definición. Diferencia entre valor de la muestra y forma de pago. Procedimientos para la importación y para la exportación. Ventajas y desventajas del uso del régimen.
- b) Ingreso de mercaderías sin derecho a uso.
- c) Régimen de Tránsito Promocional del Mercosur.
- d) Régimen de Viajantes de Comercio Internacional.
- e) Régimen especial de Courier. Sus particularidades y opciones.
- f) Régimen de Exporta Simple.
- g) Exportaciones en Consignación: Una tendencia internacional. Su aplicación, beneficios y riesgos.
- h) Régimen de reimportación.
- i) Régimen de compensación por deficiencias.
- j) Relación de las normas bancarias y cambiarias en cada uno de los regímenes. Análisis estratégico, económico y financiero.
- k) Regímenes especiales para la importación y exportación. Conveniencia de la utilización de cada régimen aduanero, según el interés empresario. Casos de estudio.



Carga horaria: 8 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 VIII: Marketing Internacional

- a) Investigación y selección de mercados
- b) Inteligencia comercial, estrategias de Internacionalización o acceso a mercados
- c) Internacionalización de la oferta exportable, política de precios y promoción comercial



Carga horaria: 4 horas

Docente: Alejandro Vicchi

Licenciado en Comercio Exterior

Magister en relaciones y negociaciones internacionales

Candidato a Magíster en economía y desarrollo industrial c/especializac.

En pymes y creación de empresas

Se desempeña como Coordinación de consultores y capacitadores del programa “Valor_RSE+Competitividad” (SEA-AMIA) trabajando en las cadenas de valor de Henkel, Newsan, Telecom y Toyota, entre otras.

Consultor y capacitador en planeamiento estratégico y exportación para la Agencia Argentina de Comercio Internacional, GLOBA, y el Consejo Profesional de Arquitectura y Urbanismo, entre otros.

Docente a cargo de Estrategias de Internacionalización de Servicios en la Licenciatura en Comercio Internacional y Posgrado en Negocios Internacionales, Universidad Argentina de la Empresa (UADE)

Docente titular de Comercio Internacional en la Licenciatura en Relaciones Internacionales de la Universidad del Salvador.

Periodista del Suplemento de Comercio Exterior del Diario La Nación.

Módulo IX: Exportación de Servicios y Bienes Intangibles

- a) Escenario macro del comercio internacional de servicios
- b) Estrategias de internacionalización de servicios
- c) Principales aspectos comerciales e impositivos

Carga horaria: 4 horas

Docente: Alejandro Vicchi

Módulo X: Marketing digital para Comercio Exterior

¿Cómo utilizar las herramientas de MKT Digital para potenciar mi estrategia de Comercio Exterior?

- a) Pasos a seguir para la coordinación de objetivos comerciales con objetivos de comunicación.
- b) Checklist de las herramientas de comunicación digital. Parte I:
 - Medios propios: Sitio Web. Chat online. Redes Sociales. Facebook. LinkedIn. Newsletter.
 - Medios ajenos: El ABC de las pautas publicitarias en Google Ads, Facebook y LinkedIn.
- c) Checklist de las herramientas de comunicación digital. Parte II:
 - ¿Cómo gestionar exitosamente las campañas de comunicación digital?: Organizando al equipo de colaboradores.
- d) Las palabras clave que busca mi target.
 - Entendiendo la importancia de las palabras claves para el marketing digital. Ejercicio práctico de cierre: Primeros pasos para desarrollar una estrategia de palabras clave.

Carga horaria: 4 horas

Docente: Klyver Christian Javier



Maestría en Marketing Digital. Adveischool. (España 2016/17)

Especialización en docencia universitaria. UBA (2010 / 2011).

Maestría en Marketing Estratégico y Comunicación U.C.E.S. (2006/2007).

Posgrado en Planeamiento y Administración Estratégica. UBA Ciencias Económicas (2004).

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Orientación opinión

pública y publicidad.

UBA. Ciencias Sociales. (2003)

Es Director Klyver y Asociados una agencia de comunicación y marketing estratégico. Se especializa en la planificación estratégica de la comunicación y la puesta en marcha de campañas de marketing y comunicación para instituciones del ámbito privado, público, marcas, PyMEs y cámaras empresarias.

Actualmente brinda servicios para: FAIMA (Federación Argentina de la Industria Maderera y Afines. Tanto para la Federación como para su programa “Viví la Madera”), CAFYDMA (Cámara de Fabricantes de Muebles, Tapicería y Afines), Fundación Credicoop (Asistencia técnica para Red

Textil, Percolac SA. Docente en el taller de ventas para Cooperativas de la Red Textil), Noray Muebles Modernos, Noray Kids, Contessi Muebles, Zelian Equipos de Laboratorio. Soluciones Analíticas (Argentina) y Analítica del Pacífico (Perú) ambas empresas comercializadoras de equipos para laboratorios, Modesto Rimba (Editorial), Laboratorio Rospaw (Industria Farmacéutica), CALCIC (Capacitación para emergencias), TRAFER (Diseño, construcción y mecanización de plantas de silos), Flowtec (Fábrica de equipos dosificadores).

Anteriormente brindó servicios para: APN (Administración de Parques Nacionales), Tango Poreño, OPDEA (Obra Social del Personal de Dirección), CIM San Fernando (Centro Industrial Maderero), CIMA Cañada de Gómez (Cámara de Industriales Madereros de Cañada de Gómez), Oriental Muebles, La Valenciana, La Boticaria Muebles, Laurentia Muebles y Decoración, Caballito Shopping Center, Errehache empresa de servicios eventuales, Santarossa Muebles.

Módulo XI: Operatoria Bancaria de Importación y Exportación

- a) Cartas de Crédito, Esquemas, procesos y funciones de los bancos intervinientes.
- b) Cobranzas Documentarias y simples. Esquemas, procesos y funciones de los bancos intervinientes.
- c) Transferencias y Órdenes de pago, conceptos básicos.
- d) Normativa cambiaria relacionada a Exportaciones (SECOEXPO).
- e) Normativa cambiaria relacionada a Importaciones (SEPAIMPO).
- d) Normativa cambiara relacionada a Renta y Capital.
- f) Códigos de conceptos dispuesto por el BCRA - Balanza de Pagos



Docente: Lic. Santiago Mesiano

Carga horaria: 8 horas

Licenciado en Comercio Internacional de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE).

Se desempeña como Jefe de Departamento Normas Generales, Contratos y Operaciones de Alta Complejidades en el Banco Credicoop Coop. Ltda -

Gerencia de Exterior, brindando asesoramiento técnico vinculado a el tratamiento cambiario y la relación directa que contemplan las distintas operatorias con cuestiones impositivas, aduaneras y el cuidado que se debe tener sobre la prevención de lavado de dinero y financiación al terrorismo.

En sus 35 años de experiencia bancaria en comercio exterior, se desempeñó en las áreas de Exportación, Importaciones, Garantías Internacionales, Posición de Cambio (regímenes informativos con el BCRA) y como operador de cambio.

Módulo XII: 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 empresarial 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.