FORMACIÓN E-LEARNING

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

Gestión de Compras Internacionales

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 Formación E-learning

Con más de 30 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.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1. La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.
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 el curso.
4. *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

attcliente@iniciativasempresariales.edu.es - america.iniciativasempresariales.com

Objetivos del curso:

- Cómo realizar 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.
- Identificar los principales tipos de contratos internacionales así como las ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos.
- Qué documentos existen para minimizar los riesgos y cubrir las posibles incidencias.
- Factores a tener en cuenta para elegir el medio de transporte más adecuado en cada operación.
- Qué son y cómo analizar los Incoterms 2020 y su relación directa con la contratación y gestión del transporte internacional.
- Conocer 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.
- Diseñar un plan estratégico para compras internacionales.
- Conocer 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.

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 30 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

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

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces

de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning

Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.
En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.

Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.

* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Definiendo la estrategia de compras internacionales

4 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?.
Antes de empezar a comprar fuera de nuestras fronteras, es primordial contar con una estrategia y objetivos claros, compartidos por toda la organización, que nos lleven a dirigir los esfuerzos de manera coordinada para la consecución de las metas marcadas.

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

6 horas

Como profesionales de compras estamos acostumbrados al trato con proveedores y seleccionar y homologar no es nuevo, especialmente en lo que a prospección y homologación se refiere. 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

8 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. Esto se traduce en la existencia de 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 2020:
3.4.1. El Incoterm llevado a costes.

MÓDULO 4. Divisa y medios de pago internacionales

6 horas

El pago supone completar la operación de compra-venta. Teniendo en cuenta que hay otros elementos implicados, como la entrega del bien o el control de la calidad del mismo, la elección del medio de pago adecuado nos aporta una mayor o menor seguridad en cuanto a que estemos pagando por aquello que, efectivamente, habíamos solicitado y en las condiciones que habíamos exigido.

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

6 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.

Autor

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.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.