

Cómo elaborar un plan de internacionalización de la empresa

Código: 17/200

Duración: 16 horas

Fechas: Del 20 al 29 de noviembre 2017

Horario: Lunes y Miércoles de 16:00-20:00 h

**Importe: 240,00.-€ (Exento IVA)
(Máximo bonificable 86%)**

**Importe Cámara Business Club: 204,00.-€
(Exento IVA) (Máximo bonificable 100%)**

Estudiantes y desempleados: descuento del **10%** sobre el importe de la matrícula (siempre que se acredite dicha condición)

OBJETIVOS

Conocer cómo elaborar un plan de internacionalización de una forma sencilla, adaptando la realidad de la empresa al entorno y mercados exteriores, pasando desde la definición de los objetivos de ventas, producto, mercado, plazos, forma de financiación, etc. En el presente curso se pueden adquirir los conocimientos suficientes que permitan aprender la técnica para recabar la información suficiente para el análisis y selección de mercados donde se destinará el producto o servicios, así como el conocimiento de todos los trámites (aduaneros, logísticos, administrativos, fiscales, etc.) que aseguren el éxito de la operación.

DESTINATARIOS

Técnicos y administrativos del departamento de exportación

Gerentes, Directores Comerciales, Directores de Unidad, Directores Financieros y en general todo el personal de empresas exportadoras que se planteen la implantación en un mercado determinado

PROGRAMA

CONTEXTO INTERNACIONAL

Diferencia entre comercio exterior e internacionalización
Estadísticas de comercio internacional y evolución en el tiempo
Bases de datos de búsqueda

SELECCIÓN DE MERCADOS DE DESTINO

Información del país (entorno económico, geográfico y actual). Métricas de medición del entorno: análisis DAFO y PEST
Información del sector de actividad, segmentación del mercado y del producto.
Marketing mix

Estudio clientes, concentraciones y cuotas máximas de mercado. Barreras de entrada: económicas, tecnológicas, culturales, políticas, etc
Información sobre la logística y canales de distribución en el mercado de destino, así como eventos, ferias y acciones comerciales in situ (formas de promocionar el producto)

PLAN DE INVERSIONES y PLAN FINANCIERO

Estudio de las necesidades de inversión

Estudio de las necesidades de financiación de la inversión acometida y de las necesidades operativas: medios de cobro y pago del comercio internacional

Otras nociones de Comercio Exterior y Financiación Internacional

Tipos de cambio y mercado de divisas.

Coberturas de tipos de interés y tipos de cambio

Contratos y seguros

Medios de pago simples. Medios de pago documentarios

Financiación de las operaciones de comercio internacional

Financiación de Importaciones

Financiación de Exportaciones

DOCENTE

Gonzalo J. Boronat Ombuena

Es economista y diplomado superior de Estudios Financieros. Cuenta también con una extensa formación de postgrado en dirección de empresas, área económico financiera y tributaria. Director general de **GB Consultores Financieros, Legales y Tributarios**, así como consejero externo en distintas empresas.

Roxana Leotescu

Es Economista, máster en tributación y titulada en comercio internacional siendo actualmente consultora en **GB Consultores Financieros, Legales y Tributarios** y responsable del área financiera y de internacionalización de empresas. Es asimismo profesora en las áreas de Contabilidad, Finanzas, Comercio Internacional y Control de Gestión en distintas escuelas de negocios y centros de formación de postgrado.