



Curso Online de
**Apertura y Gestión de nuevos
Mercados Internacionales**

Domine la expansión internacional de su empresa identificando países objetivo, partners y oportunidades reales de negocio.



[e]
Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

Apertura y Gestión de nuevos Mercados Internacionales

Presentación

Depender únicamente del mercado nacional supone un gran riesgo ante posibles contingencias de diversos tipos, por lo que la búsqueda de nuevos mercados internacionales se antoja una necesidad estratégica.

Este curso comparte estrategias para una correcta planificación y desarrollo de planes de expansión en mercados internacionales. Si bien es necesario que dichos planes tengan en cuenta las particularidades de cada sector y organización, hay unas directrices generales que se pueden aplicar y que pretenden facilitar dicha tarea.

Una vez tomada la decisión de exportar, llega otra de las decisiones más importantes: ¿por dónde empezar? Por ello, abordaremos la forma de realizar una evaluación interna que junto a un análisis del contexto internacional nos llevarán a fijar una selección de países objetivos. Propondremos una búsqueda proactiva de nuevos colaboradores con la finalidad de acortar los plazos marcados, donde será de vital importancia la combinación de nuevas tecnologías incluyendo la Inteligencia Artificial y las redes sociales, así como también el desarrollo de una red de contactos propia.

Una vez empiecen los primeros contactos, es importante generar confianza, pero también clarificar y ordenar la mejor forma de colaboración por ambas partes. La gestión minuciosa de los primeros pedidos y de posibles reclamaciones es de vital importancia para afianzar la relación, que en el mejor de los casos puede durar muchos años.

La Formación E-learning

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.

Apertura y Gestión de nuevos Mercados Internacionales

Objetivos del curso:

- Proporcionar nociones básicas de exportación (exportación directa, indirecta, alianzas con terceros), así como los factores a tener en cuenta en un proceso de decisión.
- Repasar conceptos de exportación y planificar la prioridad geográfica de nuestras acciones según el contexto internacional y la situación interna de la organización.
- Repasar con detenimiento los distintos actores que nos podemos encontrar en el comercio internacional, así como las formas de colaboración y la elección de las más adecuadas a nuestros intereses.
- Aprender a utilizar las nuevas tecnologías y las redes sociales en la búsqueda de colaboradores y distribuidores internacionales.
- Utilizar la Inteligencia Artificial para identificar, analizar y contactar a potenciales colaboradores o clientes internacionales de forma más rápida y eficiente.
- Conocer cómo iniciar nuevos acuerdos comerciales y la mejor forma de gestionarlos para afianzarlos y que puedan ser sostenibles.

“ Domine herramientas para la búsqueda de distribuidores y colaboradores internacionales utilizando la Inteligencia Artificial, las redes sociales y metodologías prácticas ”

Dirigido a:

Profesionales de empresas que quieran iniciar, ampliar o consolidar su presencia en mercados internacionales, especialmente de los departamentos de Exportación, Comercio Exterior, Internacional, Desarrollo de Negocio, Dirección Comercial, Ventas Internacionales y Gerencia. También resulta de gran utilidad para perfiles de Marketing Internacional que participen en acciones de prospección, captación y apoyo comercial en mercados exteriores, así como para responsables de alianzas, distribuidores, partners o canales internacionales.

Por su enfoque práctico, es especialmente recomendable para empresas que necesiten seleccionar países objetivo, identificar colaboradores internacionales, apoyarse en la IA y las redes sociales para la búsqueda comercial y gestionar los primeros acuerdos, pedidos y relaciones con clientes o distribuidores exteriores.

Apertura y Gestión de nuevos Mercados 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

4 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. Conceptos básicos en la exportación y priorización de zonas geográficas

10 horas

Para poder acceder a los mercados internacionales, es necesario tener productos o servicios con una relación calidad / precio suficiente para poder competir a nivel internacional. Una vez se está preparado para ello, es el momento de planificar las acciones en el exterior. Tener presencia a nivel internacional supone reducir la dependencia del mercado nacional, y por ello reducir riesgos.

1.1. Conceptos básicos en la exportación:

- 1.1.1. Exportación directa e indirecta.
- 1.1.2. Alianzas y acuerdos con terceros.
- 1.1.3. Factores a tener en cuenta en el proceso de decisión.

1.2. Priorización de zonas geográficas:

- 1.2.1. Análisis interno (DAFO y CAME).
- 1.2.2. Análisis del contexto geopolítico internacional.
- 1.2.3. Conocimiento de ferias y eventos internacionales.
- 1.2.4. Estudios de mercado y de la competencia.
- 1.2.5. Selección de mercados / países objetivo.
- 1.2.6. Documentación y requisitos legales para exportar.

MÓDULO 2. Actores y tipos de acuerdos de colaboración

6 horas

Es importante poder identificar a los distintos actores que nos podemos encontrar en el comercio internacional para poder adaptar nuestra estrategia de colaboración y evitar problemas futuros.

2.1. Distribuidores internacionales:

- 2.1.1. ¿Cómo trabajan los distribuidores internacionales?
- 2.1.2. La famosa exclusividad.

2.2. Agentes.

2.3. Canales de venta.

2.4. Franquicias.

2.5. Licenciarios.

2.6. Socios en una Joint-Venture.

2.7. Partners de subcontratación o producción (OEM).

Apertura y Gestión de nuevos Mercados Internacionales

2.8. Contratos de BOT (Built-Operate-Transfer).

2.9. Partners logísticos.

MÓDULO 3. Búsqueda de colaboradores internacionales

6 horas

3.1. Búsquedas mediante contactos propios y redes sociales.

3.2. Búsquedas de bases de datos de clientes potenciales.

3.3. Utilizar IA como herramienta de búsqueda avanzada.

3.4. Campañas de captación.

3.5. Asistencia a ferias y eventos internacionales.

3.6. Búsqueda de agentes internacionales.

3.7. Primeros contactos y creación de un canal permanente de comunicación.

3.8. El marketing y las redes sociales como herramienta de apoyo en la captación de nuevos clientes.

MÓDULO 4. Desarrollo y gestión de los nuevos acuerdos internacionales

8 horas

4.1. Conseguir visitas presenciales a la sede de la compañía.

4.2. Generación de primeras ofertas.

4.3. Negociación y gestión del primer pedido.

4.4. Elaboración del primer contrato y/o acuerdo marco.

4.5. Formas de pago aseguradas en el comercio internacional.

4.6. Conceptos básicos del transporte internacional.

4.7. Seguimiento y gestión de los clientes a medio plazo.

Apertura y Gestión de nuevos Mercados Internacionales

Autor



Javier Gutiérrez Pascual

Doble licenciado en Administración de Empresas y Derecho con postgrados en Licitaciones Internacionales y Planificación y Gestión de proyectos de Desarrollo Internacional. Cuenta con amplia experiencia en la apertura y gestión de mercados internacionales, tanto en el sector privado como en organizaciones no gubernamentales y multilaterales.

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.

