

PROGRAMA ANALÍTICO

FECHA DE ELABORACIÓN: AGOSTO 1997

FECHA DE REVISIÓN: ENERO 2001

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	TÉCNICAS Y PRÁCTICAS DE COMERCIO EXTERIOR
CLAVE:	ECA - 475
Nº DE HORAS DE TEORÍA:	5
Nº DE HORAS DE PRÁCTICA:	0
Nº DE CRÉDITOS:	10
IMPARTIDO A:	ALUMNOS DE LA CARRERA DE LICENCIATURA EN ECONOMÍA AGRÍCOLA Y AGRONEGOCIOS
TIPO DE MATERIA:	OPCIÓN TERMINAL DE MERCADOS AGROPECUARIOS
PRE - REQUISITOS:	ECONOMÍA Y COMERCIO INTERNACIONAL DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS
REQUISITO PARA:	

II OBJETIVO GENERAL

Que el estudiante posea una visión global de la estructura y funcionamiento del comercio internacional de productos agropecuarios y de su importancia para México; que conozca los aspectos legales, administrativos y financieros relacionados con las importaciones y exportaciones de productos, así como los apoyos que pueden obtener los productores a través de la política de fomento a las agroexportaciones que se han establecido en el país; por último, que conozca y maneje una metodología para la evaluación de los mercados potenciales de exportación.

El curso tiene como antecedente cognoscitivo directo la temática correspondiente a la asignatura de Economía y Comercio internacional de Productos Agropecuarios. En la trayectoria secuencial del aprendizaje de la carrera, la temática abordada en la materia es imprescindible para abordar los tópicos de las asignaturas de las opciones terminales de Mercados Agropecuarios y Agronegocios.

III. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Revisar los conceptos básicos de la teoría del comercio internacional y de las finanzas internacionales, como punto de partida para ubicar los aspectos prácticos de comercio exterior.
2. Comprender y comparar los términos de las negociaciones comerciales establecidas por México con otras naciones, en materia agropecuaria, tanto en aspectos arancelarios como no arancelarios.
3. Identificar los retos y oportunidades en las principales actividades agropecuarias del país generadas a partir de las negociaciones internacionales, por medio de los acuerdos comerciales.
4. Valorar la importancia que tiene en materia de comercio internacional el identificar los factores que hacen que una actividad económica genere ventajas competitivas, a través del conocimiento que ofrece la mercadotecnia internacional.
5. Conocer los elementos que conforman a un Plan de Negocios Internacional, como premisa de toda empresa interesada en participar en el comercio internacional.
6. Identificar los elementos fundamentales que integran la formulación de un contrato de compraventa internacional, así como su relevancia para la seguridad de los negocios internacionales.
7. Conocer y aplicar los diversos criterios que se pueden aplicar en una empresa para establecer las cotizaciones de los productos de exportación, como un elemento importante de las negociaciones en el comercio exterior.
8. Estudiar las técnicas y metodologías de investigación de mercados, con el propósito de identificar oportunidades de exportación para una empresa, y generar una mayor confiabilidad en los negocios internacionales.
9. Conocer los trámites fiscales, financieros, administrativos, transporte y aduaneros para realizar un proceso de exportación o de importación, conjuntamente con los aspectos legales implícitos en los trámites indicados.
10. Identificar las ventajas y desventajas de las diversas modalidades de pago internacional que se pueden emplear, así como las condiciones bajo las cuales las modalidades es posible aplicarlas.

11. Estudiar y comprender los diversos aspectos que comprende la logística del comercio internacional, en un contexto de una economía globalizada, donde la atención a los aspectos de empaque, embalaje, etiquetado, transporte, medios de comunicación, entre otros, representan aspectos claves para el éxito de una empresa en comercio exterior.

12. Conocer los apoyos fiscales, financieros y administrativos que ofrece el gobierno del país para fomentar y promover las agroexportaciones.

IV. TEMARIO

Presentación

I. ENTORNO INTERNACIONAL DE LA EMPRESA, RETOS Y OPORTUNIDADES

1. La política comercial

a) Proteccionismo

b) Libremercado

c) Liberación del comercio internacional

2. Tendencias de la economía mundial

3. Programas de integración económica

4. Acceso a aranceles preferenciales en mercados específicos

5 Tratado de libre comercio de América del norte

a) Acceso a mercados

b) Agricultura

c) Normas

d) Prácticas desleales

e) Autoridades encargadas en establecer las regulaciones no arancelarias

6. Oportunidades de exportación para el sector de alimentos y procesados de México

II. COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DE LA EMPRESA

1. El planteamiento del proyecto de internacionalización

a) Los primeros pasos

b) Las principales barreras al comercio exterior

c) Efecto iceberg

d) Secuencia del proceso de internacionalización

III. MERCADOTECNIA INTERNACIONAL Y PLAN DE NEGOCIOS DE COMERCIO EXTERIOR

1. Importancia de la mercadotecnia

2. Análisis de oportunidades y selección del mercado meta

3. El proceso de la mercadotecnia

4. La comunicación y la promoción.

4.1 Las diferencias culturales.

4.2 La marca.

4.3 La feria internacional.

4.4 La imagen que se va a transmitir.

4.5 El viaje de negocios y la misión empresarial.

5. Prerrequisitos para la elaboración del plan internacional de mercadotecnia

6. Guía de una investigación internacional de mercados

7. La gestión del mercado.

7.1 La selección del mercado.

7.2 Formas de gestión del mercado.

7.3 La selección de la contraparte o socio (partner).

8. Tipos de alianzas estratégicas. ventajas y limitaciones

9. Términos de referencia de un plan de negocios de exportación

10. Búsqueda de información en Internet

11. La organización interna de la empresa para la exportación.

11.1 El departamento de exportación.

11.2 Ejemplos de formatos.

11.3 La información en un departamento de exportación.

IV. FORMACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN Y COTIZACIÓN INTERNACIONAL

1. Conceptos y clasificación de los costos.
2. La fijación de precios y los objetivos de la empresa.
3. Términos internacionales de comercio.
4. Cotización con base en el mercado y/o la competencia.
5. La oferta exportable.
6. Cotización con base en el costo.

V. ENVASE Y EMBALAJE

1. Conceptos
2. Funciones del envase
3. Criterios de selección del envase y embalaje

VI. DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

1. Importancia de la logística en el comercio exterior
2. Sistema logístico: actividades claves y de soporte
3. Componentes de costo en la distribución física internacional
4. Diez recomendaciones estratégicas para una distribución física internacional competitiva

VII. CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. Marco conceptual que regula los contratos de compraventa internacional de mercancías en el derecho mexicano.
2. Ámbito de aplicación y disposiciones generales.
3. Formación del contrato.
4. Contratos de compraventa de mercancías.
5. Obligaciones y derechos del vendedor y del comprador.
6. Contratos de representación o de agencia.
7. Arbitraje comercial.

VIII. FORMAS DE PAGO INTERNACIONAL

1. Elementos a considerar al seleccionar la forma de pago internacional.
2. Ventaja y desventajas de las diferentes modalidades de pago internacional.
3. Cheque personal o empresarial.
4. Transferencia de fondos: giros, orden de pago, "SWITT".
5. Cobranza bancaria.
6. Cartas de crédito. Clasificaciones.
7. Documentación requerida.

IX. ANÁLISIS DE CASOS DE COMERCIO EXTERIOR DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS.

V. METODOLOGÍA

El curso estará organizado de la siguiente forma:

- a) Exposiciones magisteriales por parte del maestro de los temas de vital importancia del curso, apoyado con lecturas de bibliografía y complementada con trabajo grupal de discusión.
- b) Para los temas del programa de menor grado de complejidad serán a través de exposiciones de los alumnos previamente preparadas en equipos de trabajo.
- c) En cuanto a los temas secundarios, de apoyo o de cultura general, se encargará que cada alumno los lea por su cuenta, no se verán en clase, pero es posible que se pregunten en los exámenes.

VI. EVALUACIÓN

La evaluación consistirá en tres exámenes parciales, considerando además el trabajo en equipos (de tres alumnos), tanto para la resolución de laboratorios, análisis y discusión de los temas vistos en clase, como la exposición de los mismos, además los alumnos realizarán un Plan de Negocios de Exportación de un producto agropecuario, en equipo. La ponderación de los anteriores criterios será de la siguiente manera:

CRITERIOS	PONDERACIÓN (%)
Exposición y discusión	15
Trabajo final en equipo	35
Exámenes parciales	50

Nota: la calificación mínima aprobatoria del curso es de 7 (siete).

VIII BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Manual del Exportador, Nicola Minervini, Mc Graw Hill, 1999
- José Guadalupe Narro Reyes, Texto del curso de Técnicas y Prácticas del comercio exterior, UAAAN, 2002.
- Guía Básica del Exportador, Bancomext, 7° Edición, 1999.
- La clave del comercio: respuestas para el exportador, Bancomext, 1999.
- Manual de trámites y procedimientos, CONACEX Noreste, A. C., 1998.
- Ley Aduanera y Reglamento, México.
- Alimentos Frescos, Bancomext, México, 1999.
- Alimentos procesados, Bancomext, México, 1999.
- Envase y embalaje de alimentos frescos, Bancomext, México, 1998.

VIII BIBLIOGRAFÍA ADICIONAL

- Negocios y Comercialización Internacional, Carlos A. Ledesma y Cristina I. Zapata, Ediciones Macchi, 1993.
- Fundamentos y práctica del comercio exterior y derecho aduanero, Juan Raúl López Villa, Ediciones SICCO, 1997.
- Marketing research, and applied orientation. Prentice Hall, 1° edición, 1993
- Entendiendo el TLC, Centro de Estudios Estratégicos, F.C.E., 1994.
- "El impacto del tratado de libre comercio en el campo mexicano", en Lo Negociado en el TLC, de Georgina Kersell, Mc Graw Hill, 1993.
- El ABC del Comercio Exterior Agrario, J. Briz Escribano, Editorial, Agroguías Mundi - Prensa, 1988.
- LL. G. Renart; Consorcios para la exportación, Biblioteca IESE, España, 1997.
- Formación del Precio de Exportación, P. Contreras, et. al., Bancomext, 1996.
- Competitividad Internacional : su aplicación a la pequeña y mediana empresa, Alejandro Cruz Serrano, Bancomext, 1995.
- Ley de Comercio Exterior, México.
- Ley Aduanera, México.
- Felipe Acosta Roca; Clasificación arancelaria de las mercancías, Empresa Editorial, México, 1998.
- Felipe Acosta Roca; INCOTERMS, Términos de compraventa internacional, Empresa Editorial, México, 1999.

IX PROGRAMA ELABORADO POR : M.C. JOSÉ GUADALUPE NARRO REYES

X PROGRAMA REVISADO POR: ACADEMIA DE ECONOMÍA