



Curso Online de **Exportación** para Empresas de **Servicios**

Metodologías y herramientas para la planificación y ejecución de procesos en la internacionalización de empresas de servicios.



[e]
Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



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

Presentación

Mientras el comercio de productos, mercaderías y materias primas existe desde hace siglos y se encuentra en constante evolución, el comercio de servicios ha sido históricamente uno de los grandes desconocidos en internacionalización.

Ejemplos a lo largo de la historia de comercio de bienes tangibles tenemos en todo tipo de compraventas, implantaciones e inversiones de empresas en el extranjero, barreras físicas a su importación, y muchos otros que han sido amplia y abundantemente estudiados, investigados, generando muchísima información y literatura, disponible para las organizaciones cuyo objeto es la compra o venta de bienes de este tipo.

Al contrario ocurre con el estudio, regulación e información disponible para las empresas cuyo objeto es la prestación de servicios y que pretenden internacionalizarse. Es mucho más difícil saber bien por dónde empezar, qué hacer y cómo hacerlo de manera correcta para tener mayores probabilidades de éxito.

Por todo ello es imprescindible promover la información básica para fomentar la internacionalización del sector servicios en empresas, grandes o pequeñas, como factor diferencial frente a la competencia, para sus actuales o futuros profesionales.

Durante el curso se exponen unas nociones generales aplicables a los diversos tipos de servicios, teniendo en cuenta que hay servicios tan diferentes que cada empresa o profesional deberá en un momento determinado valorar en mayor o menor medida los aspectos o consejos más adecuados a los servicios concretos que su empresa presta.

La Educación On-line

Con más de 25 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.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado.

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 este curso.

4 *Trabajar* con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de **50 horas** distribuidas en 4 módulos de formación práctica.

El material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Los 4 módulos del curso contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

Cada uno de los módulos contiene material complementario que ayudará al alumno en la comprensión de los temas tratados.

Se proporcionarán, además, pautas para una correcta elaboración de un proyecto de internacionalización en una empresa revisando factores tan importantes como el autodiagnóstico y la planificación estratégica.

Todo ello se complementa con algunos consejos para enfocar de manera adecuada el acceso a nuevos mercados y la búsqueda de nuevos clientes, las herramientas que lo permiten y aspectos legales, contractuales y fiscales que es necesario tener en cuenta.

Encontrará también ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Este curso le permitirá saber y conocer:

- Cuál es la evolución histórica de los procesos de internacionalización de las empresas de servicios.
- Cómo identificar los tipos de servicios que se pueden internacionalizar.
- De qué modo se puede suministrar un servicio a nivel internacional.
- Cuáles son las diferencias más importantes entre las empresas de prestación de servicios y las de compraventa de mercancías.
- Cuál es la importancia de las TIC e Internet en la prestación de servicios a nivel internacional.
- Cuál es la importancia de diagnosticar la capacidad exportadora de la empresa.
- Cómo determinar los elementos esenciales de un documento encaminado a planificar la internacionalización de la empresa de servicios.
- Cuáles son las formas de acceso a nuevos mercados más habituales.
- Cómo se realiza una búsqueda de nuevos clientes en las empresas de prestación de servicios internacionales.
- Cuáles son las principales barreras que dificultan la comercialización de servicios en otros mercados.
- Cuáles son los aspectos legales, contractuales y fiscales que se deben tener en cuenta por las empresas que prestan servicios a nivel internacional.

“ Conozca y domine las principales formas de acceso a los mercados internacionales tradicionales y emergentes para las empresas de servicios ”

Dirigido a:

Directores Generales, de Exportación, Comercial, Marketing y, en general, a todos aquellos directivos y profesionales de empresas de servicios que estén interesados en obtener una visión moderna de cómo llevar a término la internacionalización de la empresa.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. Comercio internacional de servicios

15 horas

Nociones generales aplicables a los diversos tipos de servicios, teniendo en cuenta que hay servicios tan diferentes que cada empresa o profesional deberá, en un momento determinado, valorar en mayor medida los aspectos o consejos más adecuados a los servicios concretos que su empresa presta.

- 1.1. Introducción.
- 1.2. Qué tipos de servicios se pueden internacionalizar.
- 1.3. Cuáles son las diferencias más importantes de la prestación de servicios internacional respecto al comercio internacional de mercancías:
 - 1.3.1. Naturaleza de los servicios.
 - 1.3.2. Complejidad de la prestación y el suministro de los servicios.
 - 1.3.3. Regulación internacional de la prestación de servicios.
- 1.4. Qué importancia tienen las TIC e Internet en la prestación de servicios internacionales.
- 1.5. Qué factores influyen en la complejidad de la comercialización internacional de los servicios:
 - 1.5.1. Complejidad relacionada con el cliente, ventas y acciones publicitarias y promocionales. La necesaria generación de confianza.
 - 1.5.2. Complejidad relacionada con las formas de acceso al mercado y la selección de los socios adecuados.
 - 1.5.3. Complejidad relacionada con el conocimiento de las barreras o prohibiciones a la importación y de los aspectos contractuales, legales y fiscales.

MÓDULO 2. Plan de internacionalización en empresas de sector servicios

10 horas

En la actualidad, los países y empresas se enfrentan a la globalización, lo que implica que los consumidores dispongan de mayores posibilidades de elegir entre una amplia gama de servicios y que los soliciten en otros mercados. Es por ello que deben ser conscientes que hay que cumplir unos requisitos mínimos y disponer de determinadas capacidades y recursos para acreditar que están preparadas para internacionalizarse.

- 2.1. Importancia del diagnóstico del potencial exportador y del plan de internacionalización.
- 2.2. Otros elementos que determinan las estrategias y el enfoque del servicio.

Exportación para Empresas de Servicios

- 2.3. Determinación del “*target*”. Satisfacción del cliente.
- 2.4. Adecuada preparación del servicio previa a su venta en mercados internacionales.
- 2.5. Presentación del servicio y acciones promocionales.
- 2.6. La calidad en la prestación del servicio.

MÓDULO 3. Acceso a nuevos mercados y búsqueda de nuevos clientes para las empresas del sector servicios

10 horas

Una cuestión importante que la empresa debe plantearse es si debe usar la vía general de selección de mercados para localizar a sus clientes, o bien se dirige a los clientes directamente. Cada empresa deberá, conforme a sus servicios y objetivos, optar por alguna de esas vías.

- 3.1. Selección de mercados vs búsqueda de clientes.
- 3.2. Acceso directo vs utilización de intermediarios.
- 3.3. Principales barreras que dificultan la comercialización de servicios en otros mercados.
- 3.4. Modos de acceso a los nuevos mercados y alianzas con socios locales.

MÓDULO 4. Aspectos legales, contractuales y fiscales

15 horas

Es básico conocer los acuerdos internacionales que afectan a la prestación del servicio, así como a las formas de acceso al mercado y las posibles gestiones a realizar. En el comercio de servicios, debido a la insuficiencia de la regulación frente al de mercancías, se complica el logro de una seguridad jurídica plena, por lo que hay que realizar una investigación exhaustiva, valiéndonos principalmente de Internet como herramienta.

- 4.1. Aspectos legales, acuerdos internacionales y normativa del país de destino:
 - 4.1.1. Acuerdos multilaterales.
 - 4.1.2. Acuerdos bilaterales y Tratados de Libre Comercio.
 - 4.1.3. Convenios de doble tributación.
 - 4.1.4. Acuerdos de protección recíproca de inversiones.
- 4.2. Aspectos legales que afectan a la creación y la gestión de páginas web:
 - 4.2.1. Dominios.
 - 4.2.2. Páginas web.

4.3. Aspectos legales que afectan a la generación de contenidos y la atracción de tráfico:

- 4.3.1. Propiedad y protección de los contenidos.
- 4.3.2. Plagio de los contenidos de nuestra web por parte de terceros.
- 4.3.3. Derechos sobre imágenes y textos de los empleados.
- 4.3.4. Redes sociales.

4.4. Aspectos contractuales. Tipos de acuerdos y contenidos mínimos.

4.5. Aspectos fiscales básicos.

Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:



Eduardo Javier Neira

Abogado del ICA de Zamora posee amplia experiencia dentro del comercio internacional. Asesor y formador en gestión e internacionalización de la empresa es además colaborador habitual con organizaciones empresariales e instituciones educativas públicas y privadas en la elaboración e impartición de materias relacionadas con el comercio internacional.

El autor y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez finalizado el curso de forma satisfactoria, el alumno recibirá un diploma acreditando la realización del curso **EXPORTACIÓN PARA EMPRESAS DE SERVICIOS**.

