Paraninfo

Información y gestión operativa de la compraventa internacional

Editorial: Paraninfo
Autor: ANA BELÉN RODRÍGUEZ GARCÍA, JULIA INES TOJO FERNANDEZ
Clasificación: Certificados Profesionales > Comercio y Marketing
Tamaño: 17 x 24 cm.
Páginas: 188
ISBN 13: 9788413664316
ISBN 10: 8413664314
Precio sin IVA: $ 80998.00 COP
Precio con IVA: $ 80998.00 COP
Fecha publicacion: 24/04/2023

Sinopsis

En la coyuntura económica actual, donde los mercados tienden a ser cada vez más globalizados, las relaciones comerciales entre empresas de distintos países cobran gran relevancia.
El mercado internacional supone para las empresas españolas una alternativa de crecimiento, pero exige un mayor esfuerzo y riesgo difíciles de asumir en muchas ocasiones.
Es aquí donde cobran importancia los organismos, tanto nacionales como internacionales, que tratan de eliminar esas barreras. Por otra parte, el conocimiento de la normativa que regula las relaciones de compra-venta internacional se hace imprescindible para cualquier empresa que decida acudir a espacios internacionales para su expansión.
En esta obra se abordan los conceptos principales que afectan a toda empresa que se propone iniciar un proceso de internacionalización o que ya está inmerso en él.
Además, el manual responde fielmente al contenido curricular previsto para la Unidad Formativa UF1757 *Información y gestión operativa de la compraventa internacional,* de 80 horas formativas, transversal e integrada en varios certificados de profesionalidad de la familia profesional de Comercio y marketing: COMM0110 *Marketing y compraventa internacional,* regulado por RD 1522/2011, de 31 de octubre, y COMT0210 *Gestión administrativa y financiera del comercio internacional*, regulado por RD 1522/2011, de 31 de octubre.
El contenido teórico se ve enriquecido con una cuidada selección de destacados, recuerdas, cuadros,

resúmenes, imágenes, tablas y webgrafía, junto con un importante contenido práctico que incluye ejemplos, casos prácticos y propuesta de actividades, que contribuyen a afianzar los conocimientos expuestos y cuyas soluciones están disponibles en www.paraninfo.es

Ana Belén Rodríguez García es diplomada en Ciencias Empresariales, licenciada en Administración y Dirección de Empresas y licenciada en Investigación y Técnicas de Mercado. Profesora de Enseñanza Secundaria en el departamento de Gestión y Organización Comercial, en la especialidad de Comercio.
Julia Inés Tojo Fernández es licenciada en Historia y profesora de Enseñanza Secundaria en el departamento de Gestión y Organización Comercial, en la especialidad de Comercio Internacional.

Indice

1. Marco económico, político y jurídico del comercio internacional
Introducción
1.1. Comercio interior, exterior e internacional
1.2. El sector exterior español
1.2.1. Comercio de productos, servicios e inversiones
1.2.2. Relaciones comerciales por países y sectores
1.3. Balanza de pagos y otras magnitudes macroeconómicas
1.4. Organismos internacionales
1.4.1. Organización Mundial de Comercio. GATT
1.4.2. Fondo Monetario Internacional (FMI)
1.4.3. Grupo Banco Mundial
1.4.4. Conferencia de Naciones Unidas sobre Desarrollo (UNCTAD)
1.5. La integración económica regional. Principales bloques económicos
1.6. La Unión Europea
1.6.1. Política comercial comunitaria
1.6.2. Mercado único
RESUMEN
ACTIVIDADES
WEBGRAFÍA

2. Barreras y obstáculos a los intercambios comerciales internacionales
Introducción
2.1. Barreras arancelarias
2.2. Barreras no arancelarias
2.3. Medidas de defensa comercial
RESUMEN
ACTIVIDADES
WEBGRAFÍA

3. Fuentes de información en el comercio internacional
Introducción
3.1. Información de comercio internacional
3.1.1. Información comercial de clientes y proveedores internacionales
3.1.2. Información de los países de origen y/o destino

3.1.3. Información de apoyo a la internacionalización de la empresa
3.2. Canales y fuentes de información en el comercio internacional
3.2.1. Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)
3.2.2. Cámaras de comercio
3.2.3. Oficinas comerciales
3.2.4. Asociaciones empresariales
3.2.5. Entidades financieras
3.2.6. Organismos internacionales
3.2.7. Agencia Tributaria. Dirección General de Aduanas
3.3. Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional
3.4. Gestión de la información de comercio internacional
3.4.1. Técnicas de archivo y actualización de la información
3.4.2. Criterios de organización y archivo de la información
3.4.3. Elaboración de bases de datos y aplicaciones informáticas
RESUMEN
ACTIVIDADES
WEBGRAFÍA

4. Búsqueda y gestión de clientes y proveedores en el comercio internacional
Introducción
4.1. Localización y búsqueda de clientes/proveedores internacionales
4.1.1. Directorios, portales y guías multisectoriales
4.1.2. E-market places sectoriales y otros
4.1.3. Ferias internacionales: ayudas a la externalización de las empresas
4.2. Clasificación de los clientes/proveedores y criterios de organización
4.2.1. Frecuencia de compra/venta
4.2.2. Volumen
4.2.3. Rentabilidad
4.2.4. Otros
4.3. Tipos de archivos de los clientes/proveedores
4.3.1. Principal
4.3.2. Secundario
4.3.3. Físico
4.3.4. Informático
4.4. Confección de fichas y bases de datos de clientes y proveedores
4.4.1. Elementos
4.4.2. Codificación
4.4.3. Modelos
4.4.4. Aplicaciones informáticas aplicadas a la confección de fichas y bases de datos de clientes y proveedores
4.5. Control de clientes/proveedores internacionales
4.5.1. Frecuencia de pedidos
4.5.2. Consumo
4.5.3. Tamaño de los pedidos
4.5.4. Variaciones en compras/ventas
4.5.5. Cumplimiento de plazos y condiciones de pago, entrega y otros
4.5.6. Incidencias
4.5.7. Rentabilidad
4.6. Creación de sistemas de alerta de nuevos clientes/proveedores

4.7. Reclamaciones en las operaciones de compraventa internacional
RESUMEN
ACTIVIDADES
WEBGRAFÍA

5. Condiciones de la compraventa internacional
Introducción
5.1. Operaciones de compraventa internacional
5.2. Cláusulas generales del contrato de compraventa internacional
5.3. Condiciones de entrega en el comercio internacional, Incoterms
5.4. Interpretación práctica de cada Incoterm
RESUMEN
ACTIVIDADES
WEBGRAFÍA

6. Elaboración de ofertas en comercio internacional
Introducción
6.1. Proceso comercial en las operaciones de compraventa internacional
6.2. Oferta internacional
6.2.1. Información básica de la oferta
6.2.2. Elaboración
6.2.3. Presentación
6.2.4. Negociación de la oferta comercial
6.2.5. Importancia de la tarifa de precios en la relación de compraventa
6.2.6. Condiciones de entrega y tarifa de precios
6.3. Elementos de la tarifa de precios
6.3.1. Producto
6.3.2. Unidad de venta
6.3.3. Vigencia
6.3.4. Precio y condiciones internacionales de entrega: los Incoterms
6.3.5. Información complementaria, observaciones y aclaraciones
6.4. Presentación de la tarifa
6.4.1. Tarifa general de la empresa
6.4.2. Tarifa personalizada: por país, por cliente
6.4.3. Precio e Incoterm
RESUMEN
ACTIVIDADES
WEBGRAFÍA

7. Gestión de pedidos y facturación en el comercio internacional
Introducción
7.1. Proceso documental de la operación comercial
7.2. Orden de pedido
7.3. Preparación del pedido. Lista de contenido
7.4. Factura proforma
7.5. Factura comercial
RESUMEN
ACTIVIDADES

WEBGRAFÍA

8. Aplicaciones informáticas en la gestión administrativa del comercio internacional
Introducción
8.1. Aplicaciones generales, función y utilidades
8.1.1. Procesadores de texto
8.1.2. Bases de datos
8.1.3. Hojas de cálculo
8.1.4. Presentaciones
8.1.5. Agendas y otros
8.2. Aplicaciones específicas: descripción, funciones y utilización
8.2.1. Área comercial
8.2.2. Área fiscal
8.2.3. Área administrativa
8.2.4. CRM, gestor de relaciones con clientes
RESUMEN
ACTIVIDADES
WEBGRAFÍA

Paraninfo Colombia Calle José Abascal, 56 (Utopicus). Oficina 217. 28003 Madrid (España)
Tel. (+34) 914 463 350 Fax
clientes@paraninfo.co www.paraninfo.mx