



Curso Online de **Contratación y Negociación Internacional**

Negociación, redacción e interpretación de los contratos internacionales.


Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp
(34) 601615098

Contratación y Negociación Internacional

Presentación

La situación actual de globalización en todos los aspectos, no solamente a nivel económico sino también político y social, es una de las claves para entender el auge de las relaciones comerciales internacionales.

Las relaciones entre empresas, gobiernos y todo tipo de agentes económicos que intervienen en las mismas, han derivado en diferentes tipos de colaboraciones y acuerdos en los que no sólo se mantiene la tradicional operación de compraventa internacional sino que han surgido otro tipo de relaciones, adaptadas a los cambios y a la continua deslocalización empresarial, entre los que podemos destacar los acuerdos de intermediación comercial y los de distribución como vía de penetración de una empresa o marca en otros mercados.

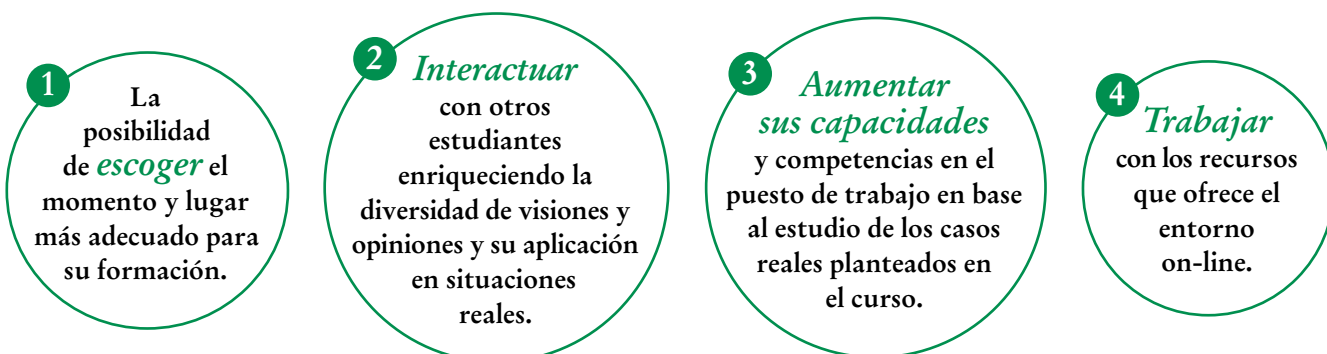
A estas figuras debemos añadir nuevas tendencias de colaboraciones o alianzas internacionales en la búsqueda de mutuos beneficios: acuerdos de *Joint Venture*, de transferencia de licencias o know-how, o la conocida figura de la franquicia, cada una con sus propias características.

Este curso le permitirá saber cómo afrontar un proceso de comunicación y negociación con empresas de otros países. Su estudio, puesta en marcha y revisión, así como la plasmación formal del acuerdo alcanzado en el contrato adecuado son el motor de todas las operaciones posteriores, documentales, de pago, seguros, aduaneras y fiscales.

La Formación E-learning

Con más de 35 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.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:



Contratación y Negociación Internacional

Objetivos del curso:

- Definir las técnicas más utilizadas en las relaciones de comunicación de las organizaciones empresariales.
- Cómo desarrollar las etapas de un proceso de negociación internacional.
- Identificar las características más relevantes de los negociadores de acuerdo a sus diferentes culturas.
- Reconocer los diferentes estilos de negociación internacional y el protocolo a seguir en cada situación.
- Interpretar la normativa y usos habituales que regulan las operaciones de comercio internacional.
- Cuáles son los aspectos jurídicos de la contratación internacional y la normativa que los regula.
- Conocer los aspectos que deben figurar en un contrato internacional de compraventa de mercaderías.
- Conocer los elementos más relevantes que compone un contrato de intermediación internacional.
- Identificar otros tipos de contratos mercantiles que se utilizan a nivel internacional.
- Reconocer los sistemas de resolución de discrepancias que puedan existir en las relaciones comerciales internacionales.

“ Para saber identificar los aspectos fundamentales y diferenciales de los diferentes contratos internacionales ”

Dirigido a:

Directores Generales, de Exportación, Compras, Aprovisionamientos, Material Managers, Directores de Operaciones y Logística y, en general, a todos aquellos directivos y profesionales que estén interesados en obtener una visión moderna de la negociación internacional.

Contratación y Negociación Internacional

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 60 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

7 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. La importancia de la comunicación en los negocios y en las relaciones comerciales internacionales

10 horas

Las organizaciones empresariales que actúan en los mercados internacionales no pueden ser ajenas a la importancia que posee la comunicación en la búsqueda del éxito dentro de la actividad que llevan a cabo. Por este motivo, se debe comenzar partiendo de una definición adecuada de este concepto, para posteriormente pasar a desarrollar sus características y formas de optimización según el objetivo que se pretenda, y del destinatario de la información o mensaje que se quiera alcanzar.

1.1. Introducción.

1.2. Los procesos de comunicación y las relaciones comerciales:

- 1.2.1. Los elementos de la comunicación.
- 1.2.2. Las etapas de la comunicación.
- 1.2.3. Los canales de la comunicación.
- 1.2.4. Los medios de comunicación.
- 1.2.5. Las dificultades y las barreras en la comunicación internacional.
- 1.2.6. Recursos para manipular datos de percepción.
- 1.2.7. La comunicación generadora de comportamientos.

1.3. Tipos de comunicación:

- 1.3.1. Comunicaciones masivas: publicidad y promoción.
- 1.3.2. Comunicaciones selectivas: marketing directo y telemarketing.
- 1.3.3. Comunicaciones personales: venta personal.

1.4. Actitudes y técnicas en la comunicación:

- 1.4.1. Coherencia comunicativa e imagen corporativa. Función e importancia.
- 1.4.2. Medios y equipos. Innovaciones tecnológicas aplicadas a la comunicación.
- 1.4.3. Autoconocimiento y desarrollo personal. Habilidades de comunicación.

1.5. La información telefónica y presencial. Transmisión y recepción de mensajes:

- 1.5.1. Información telefónica.
- 1.5.2. Comunicación presencial.

1.6. La comunicación oral en las relaciones comerciales internacionales:

- 1.6.1. La comunicación telefónica y presencial.
- 1.6.2. Técnicas de transmisión y recepción de mensajes orales.
- 1.6.3. La atención al cliente. Actitudes técnicas que favorecen la comunicación.

1.7. La comunicación escrita en el comercio internacional:

- 1.7.1. Normas de comunicación y expresión escrita.
- 1.7.2. Modelos de comunicación.

Contratación y Negociación Internacional

1.8. Relaciones Públicas en el comercio internacional:

1.8.1. Técnicas de Relaciones Públicas.

1.9. Internet como instrumento de comunicación:

1.9.1. Comercio electrónico. El B2B y el B2C.

1.10. Conclusiones.

MÓDULO 2. La negociación internacional. Elementos fundamentales en su desarrollo

12 horas

La globalización de la economía ha derivado en un acercamiento cada día mayor, no solo entre gobiernos de los distintos Estados del mundo a efectos de limitar o eliminar las barreras comerciales a nivel internacional, sino también entre las empresas y todos los agentes económicos que participan en el mercado global.

Diariamente se llevan a cabo miles de operaciones comerciales internacionales que exigen que los ejecutivos y directivos implicados en ellas posean una serie de habilidades imprescindibles para adaptarse, conocer y negociar en entornos y ambientes internacionales.

2.1. Introducción.

2.2. Preparación de la negociación internacional:

2.2.1. Análisis previo del proceso:

2.2.1.1. Principios para el negociador en el proceso de negociación internacional.

2.2.2. Planificación de la negociación internacional:

2.2.2.1. Fases de la planificación de la negociación internacional.

2.2.3. Componentes básicos de la negociación:

2.2.3.1. Partes negociadoras.

2.2.3.2. Objeto de la negociación.

2.2.3.3. Lugar de celebración.

2.2.3.4. Momento de celebración.

2.2.3.5. Poder negociador.

2.2.3.6. Actitud negociadora.

2.2.4. Fases que configuran la negociación:

2.2.4.1. Etapa inicial de la negociación.

2.2.4.2. La planificación de la negociación.

2.2.4.3. Entrevista.

2.2.4.4. La oferta.

2.2.4.5. La negociación.

2.2.4.6. El cierre del acuerdo.

2.2.4.7. La puesta en marcha del acuerdo.

Contratación y Negociación Internacional

2.2.4.8. Seguimiento de la negociación.

2.3. Desarrollo de la negociación internacional:

2.3.1. Propuesta, contrapropuesta y concesiones.

2.3.2. La actitud y el comportamiento en la negociación.

2.4. Técnicas de negociación internacional:

2.4.1. Clasificación de los tipos de negociación.

2.4.2. Tipología cliente/proveedor.

2.4.3. Tipología productos.

2.4.4. Aspectos socio-profesionales del país cliente/proveedor:

2.4.4.1. El ancla.

2.4.4.2. Exigencias crecientes.

2.4.4.3. Autoridad superior.

2.4.4.4. El hombre bueno y el hombre malo.

2.4.4.5. El farol.

2.4.4.6. Arriba y abajo.

2.5. Consolidación de la negociación internacional:

2.5.1. Puntos de acuerdo.

2.5.2. Momento del cierre del acuerdo.

2.5.3. Problemas en el cierre del acuerdo.

2.6. Estilos de negociación internacional:

2.6.1. Negociación intercultural: diferencias y semejanzas.

2.6.2. Estilo de negociación en Estados Unidos.

2.6.3. Estilo de negociación en Gran Bretaña.

2.6.4. Estilo de negociación en Francia.

2.6.5. Estilo de negociación en Alemania.

2.6.6. Estilo de negociación en Japón.

2.6.7. Estilo de negociación en China.

2.6.8. Estilo de negociación en Latinoamérica (LATAM):

2.6.8.1. México.

2.6.8.2. Chile.

2.7. Protocolo internacional:

2.7.1. Curiosidades sobre el protocolo y las costumbres en algunos países.

2.8. Conclusiones.

Contratación y Negociación Internacional

MÓDULO 3. La contratación internacional. Aspectos fundamentales

10 horas

Las negociaciones entre empresas de diferentes países concluyen en ocasiones en un contrato internacional que refleja los derechos y obligaciones que se determinan para cada una de las partes implicadas. Estos contratos plantean una serie de circunstancias (a nivel normativo y de jurisdicción) que dichas partes deben conocer y afrontar.

3.1. Introducción: trascendencia de los contratos internacionales

3.1.1. Cinco preguntas básicas sobre contratación internacional.

3.2. Definición de contrato internacional:

3.2.1. Principios rectores de la contratación internacional.

3.3. Clases de contratos internacionales:

3.3.1. Contrato de compraventa internacional de mercaderías.

3.3.2. Contrato de agencia comercial internacional.

3.3.3. Contrato de concesión o distribución comercial internacional.

3.3.4. Contrato de *joint venture* internacional.

3.3.5. Contrato de franquicia internacional.

3.3.6. Contrato internacional de transferencia de tecnología.

3.3.7. Contrato internacional de I+D.

3.4. Requisitos de los contratos internacionales.

3.5. Elementos a tener en cuenta al efectuar un contrato internacional.

3.6. Documentación preparatoria para formalizar un contrato internacional.

3.7. Regulación básica de la contratación internacional en España.

3.8. Resolución de controversias en contratación internacional.

3.9. Conclusiones.

MÓDULO 4. La compraventa internacional

10 horas

Los acuerdos comerciales entre empresas de diferentes países han de formalizarse a través de un contrato de compraventa internacional. La importancia de ese documento se justifica por el traspaso de bienes, mercaderías o productos entre las empresas, y la complejidad del ámbito jurídico y comercial en el que la transacción tiene lugar.

4.1. Regulación:

4.1.1. Instrumentos de armonización: *Lex Mercatoria*.

Contratación y Negociación Internacional

4.1.2. Principios *Unidroit*.

4.1.3. Convenios de Viena y de Roma.

4.1.4. Leyes modelo.

4.1.5. Unificación del Derecho y otros.

4.1.6. Convenios internacionales.

4.2. Reglas CCI (Cámara de Comercio Internacional de París).

4.3. Incoterms 2020:

4.3.1. Incoterms. Concepto.

4.3.2. Finalidad y alcance.

4.3.3. Aspecto contractual de los Incoterms.

4.3.4. Utilización de los Incoterms según la modalidad de transporte, el tipo de operación y el medio de cobro o pago internacional.

4.3.5. Revisiones. Análisis Incoterms.

4.3.6. Clasificación de los Incoterms en grupos.

4.3.7. Obligaciones del comprador y del vendedor según Incoterms.

4.4. Contrato de compraventa internacional:

4.4.1. Obligaciones de las partes intervinientes:

4.4.1.1. Principales obligaciones del vendedor según el Convenio de Viena.

4.4.1.2. Principales obligaciones del comprador según el Convenio de Viena.

4.4.2. Elementos esenciales del contrato de compraventa internacional.

4.4.3. Clausulado del contrato.

4.4.4. Incumplimiento y resolución.

4.5. Arbitraje comercial internacional:

4.5.1. Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional.

4.6. Conclusiones.

MÓDULO 5. La intermediación comercial internacional

6 horas

Con frecuencia, los fabricantes de un determinado producto o los productores de una determinada materia prima, no venden su mercancía en el extranjero de manera directa al consumidor final, sino que esos bienes pasan a través de uno o varios intermediarios que representan los distintos eslabones en la cadena de distribución entre el fabricante o productor y los consumidores finales, quienes en los negocios internacionales se encuentran ubicados en diferentes países.

5.1. Introducción.

5.2. Formas de intermediación internacional:

5.2.1. Tipos de intermediarios.

Contratación y Negociación Internacional

5.2.2. La red de ventas internacional.

5.2.3. Similitudes y diferencias en contratos de comisión, mediación y agencia.

5.3. El contrato de agencia comercial internacional:

5.3.1. Conceptos y características.

5.3.2. Obligaciones principales del agente comercial internacional.

5.3.3. Obligaciones principales del exportador frente al agente comercial.

5.3.4. Duración del acuerdo y modos de extinción o finalización.

5.4. El contrato de distribución internacional:

5.4.1. Conceptos y características.

5.4.2. Cláusulas básicas del contrato de concesión o distribución internacional.

5.4.3. Obligaciones principales del distribuidor internacional.

5.4.4. Duración del acuerdo y modos de extinción o finalización.

5.5. Criterios de selección de agentes y distribuidores internacionales:

5.5.1. Diferencias y similitudes entre agente, distribuidor y otros tipos de intermediarios.

5.5.2. Fuentes de información y búsqueda de intermediarios internacionales.

5.6. La red de ventas internacional:

5.6.1. Establecimiento temporal de la red de ventas internacional.

5.6.2. Motivación e imagen de empresa en la red de ventas internacional.

5.7. Conclusiones.

MÓDULO 6. Otros contratos comerciales internacionales

6 horas

6.1. Introducción.

6.2. El contrato internacional de transferencia de tecnología:

6.2.1. Acuerdos de licencia internacional de patente.

6.2.2. Acuerdos de licencia internacional de “know-how”.

6.2.3. Cláusulas básicas del contrato internacional de transferencia de tecnología.

6.3. El contrato de “Joint Venture” internacional:

6.3.1. Concepto y regulación.

6.3.2. Estructura básica del contrato de “joint venture” internacional.

6.3.3. Criterios de selección del colaborador en los contratos de “joint venture” internacional.

6.4. El contrato de franquicia internacional:

6.4.1. Aspectos generales, partes del acuerdo y tipos de contrato según el objeto.

6.4.2. Obligaciones del franquiciado internacional.

6.4.3. Obligaciones del franquiciador internacional.

6.5. Conclusiones.

MÓDULO 7. El arbitraje comercial internacional como vía de resolución de conflictos

6 horas

El arbitraje comercial internacional es una forma de solucionar las posibles divergencias que puedan aparecer entre las partes en la interpretación y puesta en práctica del contenido de un contrato internacional comercial.

7.1. Introducción.

7.2. Posibilidades de prevención y resolución de conflictos derivados del contrato comercial internacional:

7.2.1. ADR.

7.2.2. Peritaje.

7.3. Principales organismos arbitrales internacionales.

7.4. Ventajas del uso del sistema arbitral de resolución de conflictos.

7.5. El procedimiento arbitral internacional:

7.5.1. Cuestiones previas a determinar para iniciar el procedimiento arbitral internacional.

7.5.2. Fases del procedimiento arbitral internacional:

7.5.2.1. Demanda y contestación.

7.5.2.2. Inicio del procedimiento.

7.5.2.3. Gastos del arbitraje.

7.5.2.4. Acta de misión.

7.5.2.5. Instrucción de la causa.

7.5.2.6. Examen previo del proyecto de laudo y laudo definitivo.

7.5.3. El laudo arbitral y su ejecución.

7.6. Conclusiones.

Contratación y Negociación Internacional

Autor



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.

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.

