

Guía CENEVAL EGEL Comercio 2021

DESARROLLADA

CAPÍTULO A. DESARROLLO DE PLANES DE NEGOCIOS.

A1. Oportunidades de negocios internacionales.

A1.1. Analizar los mercados internacionales para detectar oportunidades de negocios (nuevos, expansión y consolidación).

A1.2. Identificar competencias clave de la empresa frente la oportunidad detectada.

A2. Plan de mercadotecnia internacional.

A2.1. Identificar los mercados meta.

A2.2. Definir objetivos y metas mercadológicas.

A2.3. Realizar las adecuaciones pertinentes del producto respecto al mercado meta y en concordancia con las otras variables de la mezcla.

A2.4. Diseñar la estrategia de comercialización.

A2.5. Analizar la competencia del producto.

A2.6. Analizar el macroentorno para detectar las principales oportunidades y amenazas.

A2.7. Identificar la rentabilidad del proyecto con base en diversos escenarios (ventas y costos).

A2.8. Identificar alternativas o modalidades de negocios (alianzas estratégicas, fusión, entre otras).

CAPÍTULO B. NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL.

B1. Análisis del entorno y estrategias de negociación.

B1.1. Elementos económicos, culturales, políticos y legales.

B1.2. Los objetivos de una negociación.

B1.3. Técnicas y límites de la negociación.

B2. Contratos internacionales.

B2.1. Aspectos técnicos y logísticos.

B2.2. Incoterms.

B2.3. Elementos de contratos internacionales.

B2.4. Condiciones de contratos internacionales.

CAPÍTULO C. APLICACIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL.

C1. Detección de oportunidades en la empresa mediante el análisis permanente del entorno nacional e internacional.

C1.1. Revisar la política comercial del mercado meta.

C1.2. Identificar la necesidad de cumplir con estándares nacionales e internacionales.

C1.3. Revisar la dinámica del entorno del comercio exterior.

C1.4. Evaluar los compromisos establecidos en los acuerdos internacionales suscritos por México.

C1.5. Proponer estrategias para incrementar la competitividad de la empresa a partir de la detección de oportunidades.

C2. Proceso administrativo en el comercio internacional.

C2.1. Planear, organizar, dirigir y controlar operaciones y actividades internacionales.

C2.2. Definir estrategias para posicionarse en los mercados internacionales.

CAPÍTULO D. LOGÍSTICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.

D1. Diseño del plan logístico.

D1.1. Elaborar el plan de embarque.

D1.2. Identificar aduanas acorde.

D1.3. Identificar medios y rutas de transporte.

D2. Implementación logística.

D2.1. Actores logísticos y agentes aduanales.

D2.2. Documentos.

CAPÍTULO E. GESTIÓN ADUANAL.

E1. Programas de fomento al comercio exterior.

E1.1. Seleccionar los Programas de Fomento aplicables a ciertos productos y/o empresas.

E2. Proceso del despacho aduanal.

E2.1. Normatividad jurídica de la operación aduanal.

E2.2. Prácticas desleales de comercio.

E2.3. Política arancelaria y no arancelaria.

E2.4. Tratados de libre comercio.

E2.5. Documentos del despacho aduanero.

