

### PROGRAMA DE CURSO

Código	Nombre			
IN 5624	NEGOCIO INTERNACIONAL AGROINDUSTRIAL			
Nombre en Inglés				
Internacional Food Business				
SCT	Unidades Docentes	Horas de Cátedra	Horas Docencia Auxiliar	Horas de Trabajo Personal
3	5	1.5	0	3.5
Requisitos			Carácter del Curso	
IN4601 Marketing I			Electivo de la carrera de Ingeniería Civil Industrial	
Resultados de Aprendizaje				
Al finalizar el curso los alumnos serán capaces de:				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar los componentes de los negocios internacionales en un sector tan dinámico de la economía, como es el de la fruticultura y la agroindustria, como una técnica de gestión, de uso obligado en mercados cada más abiertos y competitivos.</li> <li>• Comprender los cambios y tendencias en los mercados de productos alimentarios y sus implicaciones para las cadenas productivas.</li> <li>• Discutir las condiciones de acceso a los mercados internacionales e identificar las oportunidades de generar negocios de exportación o importación en virtud de los acuerdos comerciales suscritos.</li> <li>• Analizar y detectar las oportunidades de negocio, así como las condiciones de acceso a los mercados internacionales, en particular para el sector fruticultura y agroindustrial.</li> </ul>				

Metodología Docente	Evaluación General
<p>Las metodologías que se utilizarán son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clases expositivas, durante las cuales se propiciará el debate por parte de los alumnos.</li> <li>• El profesor planteará problemas y casos, cuyas soluciones los estudiantes deberán expresarlas en la clase siguiente.</li> </ul>	<p>El curso se evaluará mediante:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Controles (2)</li> <li>• Examen</li> </ul> <p>La nota de presentación (<math>N_p</math>) al examen se calculará:</p> $N_p = 0,5 C_1 + 0,5 C_2$ <p>La eventual eximición puede estar vinculada a la participación, calificación y asistencia.</p>

### UNIDADES TEMÁTICAS

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
1	COMERCIO INTERNACIONAL	3.0
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
<ol style="list-style-type: none"> <li>El comercio internacional como factor de crecimiento de los países y sus empresas.</li> <li>Macrotendencias en el consumo de alimentos en países desarrollados y emergentes.</li> <li>Efecto del tipo de cambio en diferentes naciones, para el comercio exterior de Chile y otros países. Selección de mercados en función de la evolución de su paridad cambiaria.</li> </ol>	<p>El estudiante:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Reconoce las oportunidades del comercio exterior para el crecimiento y desarrollo de los países.</li> <li>Identifica los segmentos hacia donde orientar las exportaciones de alimentos</li> </ol>	1

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
2	BARRERAS Y OPORTUNIDADES AL COMERCIO	3.0
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
<ol style="list-style-type: none"> <li>Cláusulas de venta (Incoterms): exwork, FAS, CFR, CIF, DDU, etc. Glosa y partidas arancelarias. Cálculos de costos para el importador y con cargo al exportador.</li> <li>Barreras y oportunidades del comercio internacional: medidas arancelarias, para-arancelarias y no arancelarias. Política arancelaria. Cálculos de aranceles de beneficio fiscal.</li> <li>Preferencias: acuerdos comerciales y calendario de desgravación. Fechas de vigencia, contingentes y precios mínimos de importación. Sistema generalizado de preferencia (SGP). ATPDA y similares, para países andinos. Cálculos de aranceles.</li> </ol>	<p>El estudiante:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Conoce y aplica las cláusulas de venta que se utilizan en el comercio internacional.</li> <li>Identifica las barreras al comercio internacional y reconoce las ventajas arancelarias inherentes a los acuerdos comerciales entre países.</li> <li>Aplica los conceptos para determinar el costo de internación de mercancías en un país.</li> </ol>	2 y 3

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
3	INTEGRACIÓN ECONÓMICA	3.0
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
<ol style="list-style-type: none"> <li>Niveles de integración económica entre países: acuerdo de alcance parcial, acuerdos de libre comercio (TLC), unión aduanera, mercado común, etc. Experiencia de Chile como es mayor suscriptor de acuerdos comerciales del mundo.</li> <li>Mecanismos de protección autorizados por la OMC: medidas antidumping y salvaguardias.</li> <li>Normas y certificación de origen: Unión Europea, EE.UU. y Corea. Instituciones certificadoras en Chile. Beneficios arancelarios de los importadores.</li> </ol>	<p>El estudiante:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Identifica los principales factores asociados a un proceso de internacionalización.</li> <li>Genera, identifica y/o aprovecha oportunidades de negocios, mediante una interacción fluida con los actores globales.</li> </ol>	1, 2 y 4

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
4	PRODUCTO Y MERCADO	3.0
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
<ol style="list-style-type: none"> <li>Selección del mercado objetivo. Factores económicos, factores de mercado, factores culturales, aspectos legales, aspectos logísticos, capacidad financiera e infraestructura.</li> <li>Selección del producto o servicio potencial a exportar. Adaptación de productos. Marcas propias. Ciclo de vida.</li> </ol>	<p>El estudiante:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Aplica los conceptos para seleccionar los mercados y productos de exportación.</li> </ol>	1 y 3

Número	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
5	EXPORTACIONES	3.0
Contenidos	Resultados de Aprendizajes de la Unidad	Referencias a la Bibliografía
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proceso de exportación e importación paso a paso: pago seguro por las exportaciones. Transferencia bancaria, cheque bancario, letras en cobranza y carta de crédito. Recepción de mercancías importadas en calidad, cantidad y fecha de embarque requerida.</li> <li>2. Tramitación de Aduana. Agentes de aduana, freight forwarder y operadores aéreos.</li> <li>3. Transporte aéreo y marítimo: agentes participantes, control sanitario.</li> <li>4. Instrumentos de incentivos a las exportaciones.</li> <li>5. Diseño de un plan de negocio de exportación.</li> </ol>	<p>El estudiante:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplica los criterios fundamentales para realizar exportaciones o importaciones con riesgo conocido</li> <li>2. Identifica a los actores relevantes en las operaciones de comercio exterior.</li> <li>3. Identifica la ruta crítica para realizar un negocio exportador.</li> </ol>	2 y 3

### Bibliografía General

1. Czinkota, M. y Ronkainen, I. 2005. Marketing internacional. Thompson.
2. Keegan, W. y Green, T. 2000. Fundamentos de mercadotecnia internacional. PrinticeHall.
3. Hill, C. 2001. Negocios internacionales. McGraw-Hill.
4. Ledesma, C. 1997. Principios de Comercio internacional. Ediciones Macchi.

Vigencia desde:	Primavera 2012
Elaborado por:	Marco Schwartz M.
Aprobado por:	Comisión de Docencia DII