

AÑO:	2023
------	------

1- Datos de la asignatura

Nombre	INTERNACIONALIZACION DE PYMES REGIONALES
--------	--

Código	1122
--------	------

Tipo (Marque con una X)

Obligatoria	X
Optativa	

Modalidad (Marque con una X)

Presencial	
Híbrida ¹	X

Nivel (Marque con una X)

Pregrado	X
Grado	

Área curricular a la que pertenece	ADMINISTRACION
------------------------------------	----------------

Departamento	ADMINISTRACION
--------------	----------------

Carrera/s	TECNICATURA UNIVERSITARIA EN COMERCIO EXTERIOR
-----------	--

Ciclo o año de ubicación en la carrera/s	TERCER AÑO
--	------------

Carga horaria asignada en el Plan de Estudios:

Total	64
Semanal	4

Distribución de la carga horaria (semanal) presencial de los alumnos:

Teóricas	Prácticas	Teórico - prácticas
2	2	

¹ Ver instrucciones anexas

Relación docente - alumnos:

Cantidad estimada de alumnos inscriptos	Cantidad de docentes		Cantidad de comisiones		
	Profesores	Auxiliares	Teóricas	Prácticas	Teórico-Prácticas
60	1	1	1	1	

2- Composición del equipo docente :

Nº	Nombre y Apellido	Título/s
1.	María Laura Diez y González	Mg en Comercio Exterior/Contadora Pública
2.	Juan Manuel Sumay	Licenciado en Comercio Internacional
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		
11.	

Nº	Cargo								Dedicación			Carácter			Cantidad de horas semanales dedicadas a: (*)				
	T	As	Adj	JTP	A1	A2	Ad	Bec	E	P	S	Reg.	Int.	Otros	Docencia		Investig.	Ext.	Gest.
															Frente a alumnos	Totales			
1.			X							X		X			2	10			
2.					X					X			A término		2	10			
3.																			

4.																			
5.																			
6.																			

(* la suma de las horas Totales + Investig. + Ext. + Gest. no puede superar la asignación horaria del cargo docente.

3. Plan de trabajo del equipo docente

3.1 Objetivos de la asignatura

3.1.1 Fundamentación

La materia Internacionalización de Pymes Regionales busca que el alumno aplique temas vistos a lo largo de la Tecnicatura al caso específico de las pymes, las cuales poseen ciertas particularidades al momento de su salida al exterior. Cabe destacar la importancia de la materia ya que la mayoría de las empresas de nuestra región son pymes y muchos de los alumnos pueden llegar a trabajar en ellas.

Los contenidos de la asignatura buscan contribuir a lo indicado antes y abarcan algunos de los temas que revisten mayor complejidad para la internacionalización de las pymes. A su vez, se incorporan algunas temáticas más actuales como las vinculadas a las nuevas tecnologías y a la digitalización del comercio, las cuales, revisten una especial relevancia para las pymes, facilitando su internacionalización.

Las distintas unidades que se estudiarán en la asignatura apuntan a crear en los alumnos la inquietud por contribuir al logro de que más pymes de la región se internacionalicen y que, además, lo hagan en forma exitosa. De esta manera, se pretende que desarrollen un análisis crítico para el mejor abordaje de las distintas situaciones que se le presentan a las pymes al actuar en mercados internacionales.

3.1.2 Objetivos

A partir de lo mencionado anteriormente, los objetivos de la asignatura Internacionalización de Pymes Regionales son los que se enuncian a continuación:

- 1- Colaborar con las estrategias de internacionalización de empresarios PyMe de la región, poniendo el foco sobre su relación con las distintas funciones, procesos y estructuras organizacionales.
- 2- Acercar la visión y experiencia empresarial, para enriquecer los contenidos académicos que se han visto en la carrera.
- 3- Estimular a los alumnos en la perspectiva internacional de las empresas, como vía de exploración y desarrollo viable.
- 4- Promover la diferenciación por parte de los alumnos entre el contexto local y el regional-internacional.

3.1.3 Contenidos mínimos

Teniendo en cuenta que esta materia debe alcanzar los objetivos detallados previamente, se considera imprescindible que la misma posea los siguientes contenidos mínimos:

- a) Las pymes en el contexto internacional.
- b) Estrategias y Marketing Internacional para Pymes.
- c) Logística Internacional. Herramientas de financiación para Pymes.
- d) Operatoria bancaria y cambiaria.
- e) Estructura de Recursos Humanos en Pymes exportadoras.
- f) Interacción del Sector Público y Privado en el ámbito internacional.
- g) Nuevas tecnologías, negocios y mercados en el comercio internacional.

3.2 Enunciación de la totalidad de los contenidos a desarrollar en la asignatura y bibliografía (básica y complementaria)

UNIDAD 1: LAS PYMES EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL

- 1.1 Características de la pyme. Las pymes y la internacionalización.
- 1.2 Contribución de las pymes al Comercio Internacional.
- 1.3 Inserción de las pymes en cadenas globales de valor.
- 1.4 Importancia de los acuerdos comerciales regionales para las pymes. Mercosur.

Bibliografía básica

- Ochoa, P. y Vicchi, A. (2018). *Documento de trabajo N° 23 Cadenas de valor globales como estrategia de internacionalización. Política comercial, inserción internacional y desarrollo productivo*. Comisión Nacional de Comercio Exterior. Buenos Aires.
- Bertagni, D. y Nocetti, C. (2014). *Internacionalización de las PyMEs*. Escuela de Negocios PWC Argentina. Universidad de San Andrés. Buenos Aires.
- Peña, F. (2008). *La internacionalización de empresas y el comercio exterior argentino*. Fundación Standard Bank. Buenos Aires. Módulos I y II.
- Orlandi, P. (2006). *Las pymes y su rol en el Comercio Internacional*. Centro de Estudios para el Desarrollo Exportador. Universidad de Palermo. Buenos Aires.

UNIDAD 2: INTERNACIONALIZACIÓN DE PYMES

- 2.1 Ventajas y barreras de la internacionalización para las pymes.
- 2.2 Etapas del proceso de internacionalización.
- 2.3 Plan de internacionalización para la pyme
- 2.4. Diagnóstico de internacionalización para la pyme. Herramientas para su realización.

Bibliografía básica

- Arteaga Ortiz, J. (2017). *Manual de Internacionalización*. ICEX España Exportaciones e Inversiones. Madrid. Ed. ICEX. Capítulo 2.

UNIDAD 3: ESTRATEGIAS Y MARKETING INTERNACIONAL

- 3.1 Investigación de mercados internacionales.
- 3.2 Marketing mix internacional.
- 3.3 E-commerce y marketing digital. Oportunidades para pymes.
- 3.4 Estrategias de entrada a los mercados internacionales.

Bibliografía básica

- Veiga, L. (2021). *Hacia una infraestructura digital para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Santiago de Chile. Ed. Naciones Unidas.
- Arteaga Ortiz, J. (2017). *Manual de Internacionalización*. ICEX España Exportaciones e Inversiones. Madrid. Ed. ICEX. Capítulo 8.
- Gutiérrez, M. y otros (2017). *¿Cómo exportar? Guía práctica para pymes y agricultura familiar*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura con Asociación Latinoamericana de Integración. Montevideo.
- Entrando en el Juego del Comercio Internacional. Guía para Pequeñas Empresas Exportadoras*. (2005). Adaptación de la Cámara de Exportadores de la República Argentina. Buenos Aires. Capítulos 3 y 4.

UNIDAD 4: FINANZAS INTERNACIONALES

- 4.1 Financiamiento de pymes exportadoras en Argentina.
- 4.2 Formas de financiación internacional utilizadas por las pymes.
- 4.3 Medios de pago internacionales. Nuevas tendencias.
- 4.4 Responsabilidad cambiaria. Rol de las entidades financieras.
- 4.5 Seguro de crédito y tipo de cambio.

Bibliografía básica

- Veiga, L. (2021). *Hacia una infraestructura digital para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Santiago de Chile. Ed. Naciones Unidas.
- Exportar para Crecer. Guía práctica de Comercio Exterior*. Banco Sabadell (2020). Barcelona.
- La Exportación paso a paso*. Cámara de Comercio Exterior de Córdoba (2019). Córdoba. Páginas 34-37.
- Aparicio, F. (2015). *Manual de Comercio Electrónico para la Internacionalización*. ICEX España Exportación e Inversiones. Madrid. Ed. ICEX. Capítulo 4.
- González, N. y Diez y González, M. (2013). “El financiamiento de las Pymes Exportadoras en Argentina: ¿Mayores pasivos o menores activos?”. Mar del Plata. *Revista del Consejo Profesional de Ciencias Económicas Delegación General Pueyrredón*.

UNIDAD 5: LOGISTICA INTERNACIONAL

- 5.1 Incidencia de la operatoria logística internacional en la competitividad de las pymes.
- 5.2 Transporte internacional. Ventajas y desventajas.
- 5.3 Seguros internacionales.
- 5.4 Logística online.

Bibliografía básica

- La Exportación paso a paso*. Cámara de Comercio Exterior de Córdoba (2019). Córdoba.
- Aparicio, F. (2015). *Manual de Comercio Electrónico para la Internacionalización*. ICEX España Exportación e Inversiones. Madrid. Ed. ICEX. Capítulo 1.
- Brosa N., y Kirby, C. (2011). *La Logística como factor de competitividad de las pymes en las Américas*. Ed Banco Interamericano de Desarrollo. Washington.

UNIDAD 6: RECURSOS HUMANOS

- 6.1 Perfil del profesional de Comercio Exterior en las pymes.
- 6.2 Estructura de las áreas de Comercio Exterior en una pyme.
- 6.3 Ámbitos de formación y especialización de RRHH.

Bibliografía básica

- Diez y González, M. (2021). *Recursos Humanos en pymes que operan en el ámbito internacional*. Material elaborado por la autora para circulación interna de la cátedra Internacionalización de Pymes Regionales. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Arese, F. (2015). *Introducción al Comercio Exterior*. Buenos Aires. Ed. Errepar. Capítulo 20.

UNIDAD 7: INTERACCION DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO

- 7.1 Rol del Estado en la promoción de la internacionalización.
- 7.2 Relevamiento de organismos de apoyo a la internacionalización de las pymes.

7.3 Estímulos para la internacionalización de las pymes.

7.4 Fuentes de financiación públicas y privadas para la internacionalización de las pymes.

Bibliografía básica

-Diez y González, M. (2021). *Interacción del Sector Público y Privado*. Material elaborado por la autora para circulación interna de la cátedra Internacionalización de Pymes Regionales. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata.

-Mondino, L. (2018). Organismos de Promoción de Exportaciones. Propuestas para la Argentina. Revista Realidad Económica N°316.

-Bertagni, D. y Nocetti, C. (2014). *Internacionalización de las PyMEs*. Escuela de Negocios PWC Argentina. Universidad de San Andrés. Buenos Aires. Páginas 12 y 13.

-Peña, F. (2008). *La internacionalización de empresas y el comercio exterior argentino*. Fundación Standard Bank. Buenos Aires. Módulo V.

-Grimaldi, H. (2005). *Promoción de Exportaciones: Sumar es mejor que dividir*. Revista Mercado.

UNIDAD 8: NUEVAS TECNOLOGIAS Y MERCADOS INTERNACIONALES

8.1 Las nuevas tecnologías aplicadas al Comercio Internacional y a las pymes.

8.2 Internacionalización de pymes del sector de servicios. Particularidades.

8.3 Internacionalización de pymes TIC.

8.4 Derechos de propiedad intelectual.

Bibliografía básica

-Veiga, L. (2021). *Hacia una infraestructura digital para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Santiago de Chile. Ed. Naciones Unidas.

-López, A. y Ramos, A. (2018). *El sector de software y servicios informáticos en la Argentina. Evolución, competitividad y políticas públicas*. Fundación CECE. Buenos Aires. Páginas 13-32.

-*Informe sobre el comercio mundial 2018*. Organización Mundial del Comercio (2018). Ed. Organización Mundial del Comercio. Páginas 5-15.

-Arteaga Ortiz, J. (2017). *Manual de Internacionalización*. ICEX España Exportaciones e Inversiones. Madrid. Ed. ICEX. Capítulo 6. Páginas 657-663.

-Costa, M. (2015). *El comercio internacional de servicios*. ICEX España Exportación e Inversiones. Madrid. Ed. ICEX. Páginas 8-54.

***Bibliografía complementaria**

- García, P. y Rozemberg, R. (2021). Blockchain y Comercio Internacional. Revista Integración & Comercio #46. Ed Banco Interamericano de Desarrollo.
- Llach, J. y Rozemberg, R. (2019). *Aportes para la Estrategia Nacional Exportadora de la Argentina*. Instituto de Estrategia Internacional. Cámara de Exportadores de la República Argentina.
- Wilson, M. (2019). *Informe Comercio Exterior de Servicios*. Cámara Argentina de Comercio y Servicios. Buenos Aires.
- Informe sobre el Comercio Mundial 2019*. Organización Mundial del Comercio (2019). Ed. Organización Mundial del Comercio (OMC).
- Llamazares, O. (2017). *Plan de internacionalización para empresas*. Ed. Global Marketing Strategies. Madrid.
- Sainz de Vicuña Ancín, José (2015). *Plan de internacionalización de la pyme en la práctica*. Ed. ESIC. Madrid.
- Frohmann, A. y otros (2016). *Internacionalización de las pymes*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Santiago de Chile. Ed. Naciones Unidas.
- Padilla, R. y Oddone, N (2016). *Manual para el fortalecimiento de cadenas de valor*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. México.
- Guía para la internacionalización de la empresa*. Confederación española de organizaciones empresariales (2016). Madrid.
- Guía de internacionalización*. DHL Express (2014). Madrid.
- Bebczuk, R. (2010). Acceso al financiamiento de las pymes en Argentina: estado de situación y propuestas de política. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Santiago de Chile. Ed. Naciones Unidas.
- Guía para la internacionalización de empresas desarrolladoras de software y servicios informáticos*. Dirección General de Comercio Exterior del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2010). Buenos Aires.
- Zurita, A. (2009). *El rol de las Pymes en el Mercosur*. Revista Española de Relaciones Internacionales. Núm. 3.
- Bezchinsky, G. (2003). *Aportes para una estrategia pyme en la Argentina*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Buenos Aires. Capítulo 4.
- Ferraro, C. y Gatto, F. (1993). *Las pymes en el Mercosur*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Buenos Aires.

3.4 Descripción de Actividades de aprendizaje

- Los alumnos efectuarán una serie de trabajos prácticos sobre las distintas unidades del programa.
- Se realizarán actividades de debate en clase o a través del campus virtual.

- Los alumnos participarán de una actividad de simulación (juego de roles).
- Se pedirá a los alumnos la resolución de 1 Actividad Pedagógica Evaluable (APE). De acuerdo a la normativa vigente, será exigible tenerla aprobada para poder promocionar.

3.5 Cronograma de contenidos, actividades y evaluaciones

N° CLASE	DIA	FECHA	UNIDAD	TEORIA/PRACTICA
1	MARTES	22/8/2023	Presentación materia	Clase teórica
2	VIERNES	25/8/2023	TP Unidad 1 (introducción)	Clase práctica
3	MARTES	29/8/2023	Unidad 1	Clase teórica
4	VIERNES	1/9/2023	TP Unidad 1	Clase práctica
5	MARTES	5/9/2023	Unidad 2	Clase teórica
6	VIERNES	8/9/2023	TP unidad 2	Clase práctica
7	MARTES	12/9/2023	Unidad 3	Clase teórica
8	VIERNES	15/9/2023	TP unidad 3	Clase práctica
9	MARTES	19/9/2023	Unidad 4	Clase teórica
10	VIERNES	22/9/2023	TP unidad 4	Clase práctica
11	MARTES	26/9/2023	Repaso 1º parcial	Clase teórica/práctica
12	VIERNES	29/9/2023	1º parcial	
13	MARTES	3/10/2023	Unidad 5	Clase teórica
14	VIERNES	6/10/2023	TP Unidad 5	
15	MARTES	10/10/2023	Entrega y revisión 1º parcial	Clase teórica
16	VIERNES	13/10/2023	Feriado	Clase práctica
17	MARTES	17/10/2023	Actividad especial (virtual/presencial)	Clase práctica
18	VIERNES	20/10/2023	Recuperatorio 1º parcial	

19	MARTES	24/10/2023	Unidad 6	Clase práctica
20	VIERNES	27/10/2023	TP Unidad 6	Clase teórica
21	MARTES	31/10/2023	Entrega y revisión recuperatorio 1º parcial/APE (virtual/presencial)	Clase teórica
22	VIERNES	3/11/2023	APE (virtual/presencial)	Clase práctica
23	MARTES	7/11/2023	Unidad 7	Clase teórica
24	VIERNES	10/11/2023	TP unidad 7	Clase práctica
25	MARTES	14/11/2023	Unidad 8-Recuperatorio APE	Clase teórica
26	VIERNES	17/11/2023	TP unidad 8	Clase práctica
27	MARTES	21/11/2023	Actividad especial (virtual/presencial)	Clase teórica
28	VIERNES	24/11/2023	Repaso 2º parcial práctica	Clase práctica
29	MARTES	28/11/2023	Repaso 2º parcial teoría	Clase teórica
30	VIERNES	1/12/2023	2º parcial	
31	MARTES	5/12/2023	-	
32	VIERNES	8/12/2023	Feriado	
33	MARTES	12/12/2023	Entrega y revisión 2º parcial	Clase teórica-práctica
34	VIERNES	15/12/2023	Recuperatorio 2º parcial	
35	VIERNES	22/12/2023	Entrega y revisión recuperatorio 2º parcial	Clase teórica-práctica

3.6 Procesos de intervención pedagógica

Se prevé la utilización de las siguientes herramientas:

1. Clases magistrales.
2. Creación de grupos de trabajo y debates guiados.

3. Foros de discusión vía campus virtual sobre temáticas específicas.
4. Análisis de casos.
5. Utilización de recursos didácticos convencionales y no convencionales que puedan enriquecer las clases teóricas y prácticas.
6. Organización de charlas con empresas que se desempeñen en el ámbito del Comercio Internacional para presentar sus casos particulares a los alumnos.
7. Juego de roles.

3.7 Evaluación

Se ha previsto el siguiente régimen de evaluación de acuerdo a lo establecido por la OCA 810/22:

Parciales

Los alumnos tendrán durante el cuatrimestre dos evaluaciones teórico-prácticas en forma presencial con sus respectivos recuperatorios sobre las unidades vistas en clase hasta la fecha del parcial. La nota obtenida en el recuperatorio reemplazará a la del parcial. En las pruebas parciales se consignarán los criterios de evaluación y las condiciones de aprobación. La nota final se consignará en la evaluación.

Actividades pedagógicas

Se pedirá la resolución de 1 APE cuyo formato podrá ser del tipo prueba conceptual, test de lectura o ejercicio práctico. Se tomará en forma virtual o presencial. Se prevé una instancia de recupero en caso de ser necesario.

Régimen de promoción

Accederán a la promoción del cursado de la asignatura aquellos alumnos que hubieren aprobado las instancias de examen parcial o sus respectivos recuperatorios con una suma de 12 (doce) puntos como mínimo y 1 APE. Adicionalmente, se estima un requisito para aprobación de la materia de asistencia no menor al 60% a las clases teóricas y prácticas.

Evaluación habilitante

El objetivo es habilitar al alumno para acceder al examen final. Tendrá derecho a rendirla quien haya probado uno de los dos parciales. La evaluación será de carácter teórico-práctico y abarcará temas del parcial que se haya desaprobado.

Examen Final

Estarán habilitados a rendirlo quienes, habiendo aprobado los dos parciales, no reúnan los requisitos exigidos para promocionar y aquellos que hayan aprobado el examen habilitante.

3.8 Asignación y distribución de tareas de cada uno de los integrantes del equipo docente

Tareas a cargo de los docentes

Las clases teóricas serán dadas por la profesora adjunta, quien focalizará siempre en la aplicación de los conceptos teóricos en la práctica, relacionándolos con situaciones reales y fomentando la reflexión en los alumnos.

El ayudante graduado guiará a los alumnos en la resolución de los trabajos prácticos.

Los debates que se generen serán moderados tanto por la profesora adjunta como por el auxiliar ayudante.

Cabe destacar que el enfoque metodológico que se adopta es que los estudiantes puedan construir nuevos conocimientos a partir de los previos y en permanente interacción con los que incorporen en la cursada de la asignatura.

Duración y carga horaria

La materia se dictará en forma presencial, con la opción de incluir algunas clases virtuales (entre 2 y 4) según lo detallado en el cronograma. Asimismo, la misma se llevará a cabo durante el segundo cuatrimestre del ciclo lectivo. La carga horaria comprende horas virtuales y presenciales de formación distribuidas en clases teóricas, prácticas y espacios destinados a la evaluación.

La cantidad de clases destinadas al desarrollo de cada unidad temática se indica también en el cronograma haciendo referencia a lo detallado en el programa de la materia.

Planificación de las tareas de los docentes designados

La profesora adjunta se encargará de la preparación y dictado de las clases teóricas, articulando las mismas con las clases prácticas, que serán dictadas por el ayudante graduado.

La profesora adjunta y el ayudante graduado se encargarán de la confección de los trabajos de la guía de trabajos prácticos, buscando casos actuales y reales de empresas vinculadas al Comercio Exterior.

También, se buscará contactar empresas y profesionales de Mar del Plata que trabajen, en contacto o dentro de pymes en el ámbito de Comercio Exterior, para dar una charla a los alumnos. Esta última podrá ser de forma presencial o virtual, sobre alguno de los temas del programa de la cursada, con el objetivo de acercar a los estudiantes a la realidad de la actividad.

En este ciclo lectivo se buscará seguir aprovechando las herramientas disponibles en el campus virtual para complementar los espacios presenciales de enseñanza.

La profesora adjunta elaborará y corregirá los exámenes, contando con la asistencia del ayudante graduado.

Al ser el Comercio Exterior un área muy dinámica, se continuará con la incorporación a la bibliografía de información y publicaciones a los fines de mantener la materia actualizada.