Catálogo de Especialidades Formativas

PROGRAMA FORMATIVO

PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN DE PYMES EN LATINOAMÉRICA

Julio 2025

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL
SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL
SEPE

SISTEMA NACIONAL DE EMPLEO

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN DE PYMES EN LATINOAMÉRICA
Familia Profesional:	COMERCIO Y MARKETING
Área Profesional:	COMPRAVENTA
Código:	COMT0070
Nivel de cualificación profesional:	3

Objetivo general

Identificar las oportunidades de inversión en el exterior para una PYME a mercados situados en Latinoamérica, así como adquirir una metodología para el diseño de un plan de internacionalización en el que se recoja la hoja de ruta para llevarla a cabo.

Relación de módulos de formación

Módulo 1	Hoja de ruta para la internacionalización de las PYMES	20 horas
Módulo 2	Radiografía del mercado latinoamericano y soluciones estratégicas para la internacionalización	25 horas
Módulo 3	Contratación, medios de pago y financiación para la internacionalización de PYMES	15 horas

Modalidades de impartición

Presencial

Teleformación

Duración de la formación

Duración total en cualquier modalidad de impartición	60 horas
Teleformación	Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

Requisitos de acceso del alumnado

Acreditaciones / titulaciones	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: -Título de Bachiller o equivalente -Título de Técnico Superior (FP Grado superior) o equivalente -Haber superado la prueba de acceso a Ciclos Formativos de Grado Superior -Haber superado cualquier prueba oficial de acceso a la universidad -Certificado de profesionalidad de nivel 3 -Título de Grado o equivalente -Título de Postgrado (Máster) o equivalente
Experiencia profesional	No se requiere

Modalidad de teleformación	Además de lo indicado anteriormente, los participantes han de tener las destrezas suficientes para ser usuarios de la plataforma virtual en la que se apoya la acción formativa.

Prescripciones de formadores y tutores

Acreditación requerida	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: - Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente del ámbito de conocimiento de ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo, Relaciones Internacionales, Derecho. - Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente del ámbito de conocimiento de ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo, Relaciones Internacionales, Derecho.
Experiencia profesional mínima requerida	Se requiere 1 año en el ámbito de Compraventa, en caso de disponer de formación.Se requieren 3 años en el ámbito de Compraventa, en caso de no disponer de formación.
Competencia docente	Se requiere cumplir como mínimo con alguno de los siguientes requisitos: - Experiencia docente acreditable de, al menos, 150 horas, en los últimos 2 años, relacionada con la Familia Profesional de Comercio y Marketing. - Seis meses de experiencia docente en el sector o en su defecto, aportar una de las siguientes titulaciones: Máster del profesorado, Certificado de Aptitud Pedagógica (CAP), Certificado Profesional de Docencia de la Formación Profesional para el Empleo SSCE0110. - Titulaciones universitarias de Psicología/Pedagogía o Psicopedagogía, Máster universitario de Formación de formadores u otras acreditaciones oficiales equivalentes.
Modalidad de teleformación	Además de cumplir con las prescripciones establecidas anteriormente, los tutores-formadores deben acreditar una formación, de al menos 30 horas, o experiencia, de al menos 60 horas, en esta modalidad y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.

Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

Espacios formativos	Superficie m² para 15 participantes	Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes)
Aula de gestión	45.0 m²	2.4 m² / participante

Espacio formativo	Equipamiento
Aula de gestión	- Mesa y silla para el formador - Mesas y sillas para el alumnado - Material de aula - Pizarra - PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador - PCs instalados en red e Internet con posibilidad de impresión para los participantes - Software específico para el aprendizaje de cada acción formativa. Software necesario para realizar la formación

La superficie de los espacios e instalaciones estarán en función de su tipología y del número de participantes. Tendrán como mínimo los metros cuadrados que se indican para 15 participantes y el equipamiento suficiente para los mismos.

En el caso de que aumente el número de participantes, hasta un máximo de 30, la superficie de las aulas se incrementará proporcionalmente (según se indica en la tabla en lo relativo a m²/participante) y el equipamiento estará en consonancia con dicho aumento.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico-sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

Aula virtual

Características
• La impartición de la formación mediante aula virtual se ha de estructurar y organizar de forma que se garantice en todo momento que exista conectividad sincronizada entre las personas formadoras y el alumnado participante así como bidireccionalidad en las comunicaciones. • Se deberá contar con un registro de conexiones generado por la aplicación del aula virtual en que se identifique, para cada acción formativa desarrollada a través de este medio, las personas participantes en el aula, así como sus fechas y tiempos de conexión.

Para impartir la formación en **modalidad de teleformación**, se ha de disponer del siguiente equipamiento.

Plataforma de teleformación

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá alojar el material virtual de aprendizaje correspondiente, poseer capacidad suficiente para desarrollar el proceso de aprendizaje y gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo, y reunir los siguientes requisitos técnicos de infraestructura, software y servicios:

- **Infraestructura:**

  Tener un rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:

  a) Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas de formación profesional para el empleo que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando que el número máximo de alumnos por tutor es de 80 y un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.
  b) Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 300 Mbs, suficiente en bajada y subida.

  Estar en funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.

- **Software:**

- Compatibilidad con el estándar SCORM y paquetes de contenidos IMS.
- Niveles de accesibilidad e interactividad de los contenidos disponibles mediante tecnologías web que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.
- El servidor de la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 40 a 43 de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como, en lo que resulte de aplicación, en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas respecto del tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.
- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el acceso al mismo sin coste.
- Disponibilidad del servicio web de seguimiento (operativo y en funcionamiento) de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en el anexo V de la Orden/TMS/369/2019, de 28 de marzo.

- **Servicios y soporte:**

- Sustentar el material virtual de aprendizaje de la especialidad formativa que a través de ella se imparta.

- Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que de soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. Las formas de establecer contacto con este servicio, que serán mediante teléfono y mensajería electrónica, tienen que estar disponibles para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, manteniendo un horario de funcionamiento de mañana y de tarde y un tiempo de demora en la respuesta no superior a 48 horas laborables.
- Personalización con la imagen institucional de la administración laboral correspondiente, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.

  Con el objeto de gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, la plataforma de teleformación integrará las herramientas y recursos necesarios a tal fin, disponiendo, específicamente, de herramientas de:

  - Comunicación, que permitan que cada alumno pueda interaccionar a través del navegador con el tutor-formador, el sistema y con los demás alumnos. Esta comunicación electrónica ha de llevarse a cabo mediante herramientas de comunicación síncronas (aula virtual, chat, pizarra electrónica) y asíncronas (correo electrónico, foro, calendario, tablón de anuncios, avisos). Será obligatorio que cada acción formativa en modalidad de teleformación disponga, como mínimo, de un servicio de mensajería, un foro y un chat.
  - Colaboración, que permitan tanto el trabajo cooperativo entre los miembros de un grupo, como la gestión de grupos. Mediante tales herramientas ha de ser posible realizar operaciones de alta, modificación o borrado de grupos de alumnos, así como creación de «escenarios virtuales» para el trabajo cooperativo de los miembros de un grupo (directorios o «carpetas» para el intercambio de archivos, herramientas para la publicación de los contenidos, y foros o chats privados para los miembros de cada grupo).
  - Administración, que permitan la gestión de usuarios (altas, modificaciones, borrado, gestión de la lista de clase, definición, asignación y gestión de permisos, perfiles y roles, autenticación y asignación de niveles de seguridad) y la gestión de acciones formativas.
  - Gestión de contenidos, que posibiliten el almacenamiento y la gestión de archivos (visualizar archivos, organizarlos en carpetas –directorios- y subcarpetas, copiar, pegar, eliminar, comprimir, descargar o cargar archivos), la publicación organizada y selectiva de los contenidos de dichos archivos, y la creación de contenidos.
  - Evaluación y control del progreso del alumnado, que permitan la creación, edición y realización de pruebas de evaluación y autoevaluación y de actividades y trabajos evaluables, su autocorrección o su corrección (con retroalimentación), su calificación, la asignación de puntuaciones y la ponderación de las mismas, el registro personalizado y la publicación de calificaciones, la visualización de información estadística sobre los resultados y el progreso de cada alumno y la obtención de informes de seguimiento.

Material virtual de aprendizaje:

El material virtual de aprendizaje para el alumnado mediante el que se imparta la formación se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse a todos los elementos de la programación (objetivos y resultados de aprendizaje) de este programa formativo que figura en el Catálogo de Especialidades Formativas y cuyo contenido cumpla estos requisitos:

- Como mínimo, ser el establecido en el citado programa formativo del Catálogo de Especialidades Formativas.

- Estar referido tanto a los objetivos como a los conocimientos/ capacidades cognitivas y prácticas, y habilidades de gestión, personales y sociales, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciase pedagógicamente de tal manera que permiten su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la adquisición de competencias, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante y a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- 12111015 DIRECTORES DE DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS, EN GENERAL
- 12191019 DIRECTORES DE DEPARTAMENTO DE ASUNTOS JURÍDICOS Y FISCALES
- 12211032 DIRECTORES DE DEPARTAMENTO DE MARKETING
- 25991019 ASESORES FISCALES Y TRIBUTARIOS
- 26111052 TÉCNICOS SUPERIORES EN CONTABILIDAD Y/O FINANZAS, EN GENERAL
- 26121019 ASESORES FINANCIEROS Y EN INVERSIONES
- 26221027 ASESORES DE EMPRESAS

Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo).

Centro Móvil

Es posible impartir esta especialidad en centro móvil.

DESARROLLO MODULAR

MÓDULO DE FORMACIÓN 1: **Hoja de ruta para la internacionalización de las PYMES**

OBJETIVO

Definir la internacionalización para PYMES y el proceso de exportación de las empresas en general.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 20 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Definición de un proyecto internacional
  - Cómo definir y estructurar un proyecto internacional
  - El plan de expansión
- Descripción de la estrategia de internacionalización
  - La estrategia de internacionalización completa
  - Objetivos empresariales, mercados objetivo, competencia y riesgos
  - Los acuerdos de colaboración entre empresas
  - Ventajas y desafíos de cada tipo de acuerdo
- Identificación de socios y el proceso de negociación
  - Estrategias para la identificación y selección de entidades socias internacionales
  - Técnicas de negociación en el ámbito global y adaptación a diferentes culturas empresariales
- Definición de la hoja de ruta para la internacionalización de PYMES
  - Internacionalización de PYMES
  - Exportación de productos y servicios
  - Oportunidades de las PYMES en el comercio global
- Análisis del esquema descriptivo de una operación Import/Export
  - Proceso de importación y exportación
  - Elementos esenciales del contrato internacional
  - Principales riesgos comerciales, financieros y logísticos
  - Procesos aduaneros y su impacto en la logística internacional
- Definición de los pasos en el esquema secuencial del plan de exportación
  - Detección de la necesidad de exportar
  - Análisis de la empresa y sector
  - Criterios para la selección de los mercados y la toma de decisión final
- Aplicación de técnicas de marketing
  - Estrategias de precios para competir en el mercado internacional
  - La competitividad del precio
  - Canales de distribución internacional
  - Estrategias promocionales en mercados internacionales
- Gestión del proceso de exportación y la gestión aduanera
  - El proceso de exportación
  - El despacho aduanero y la documentación necesaria
  - Principales barreras aduaneras y cómo gestionarlas de forma

efectiva
- Participación en licitaciones internacionales
    - Identificación de oportunidades internacionales
    - Presentación de propuestas competitivas
    - Requisitos legales y financieros para asegurar el éxito en las licitaciones

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Coordinación entre mercados de las diversas regiones latinoamericanas durante el camino a la internacionalización.
- Implicación en los diversos mercados y los principales sectores para la internacionalización de las PYMES a Latinoamérica.
- Curiosidad por la gestión de las PYMES y su apertura al mercado internacional a través de la implementación de técnicas para el mercado latinoamericano.

MÓDULO DE FORMACIÓN 2: Radiografía del mercado latinoamericano y soluciones estratégicas para la internacionalización

OBJETIVO

Identificar y aplicar soluciones estratégicas para la internacionalización de empresas en el contexto del mercado latinoamericano.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 25 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Descripción de la radiográfica del mercado latinoamericano
    - Características del mercado latinoamericano: geográficas y económicas
    - Principales tendencias del mercado latinoamericano
    - Situación económica de los principales países de la región
    - Estructura sociodemográfica y su afectación al comportamiento de consumo y de las oportunidades de mercado
- Análisis del tejido empresarial
    - El proceso de internacionalización en Latinoamérica
    - Camino a la internacionalización: pasos y desafíos para internacionalizar empresas en la región
    - Empresas por regiones: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Panamá, Perú, Venezuela
- Identificación de oportunidades y necesidades
    - Mercados y sectores emergentes
    - Oportunidades de crecimiento en la región
- Planificación de exportaciones a Latinoamérica
    - Factores clave a considerar al exportar a Latinoamérica
    - Análisis de mercado, logística y aspectos normativos
    - Estructuración del plan de exportación enfocado en el mercado latinoamericano

- Gestión de las inspecciones
    - Proceso de inspección de mercancías en el comercio internacional
    - Preparación del contenido para cumplir con los requisitos de control aduanero
- Definición y análisis de la tasa de retorno
    - La tasa de retorno de inversiones internacionales
    - Cálculo de la tasa de retorno y su impacto en las decisiones estratégicas
- Definición de la inversión exterior
    - Tipologías de inversión exterior (directa, indirecta, en capital o activos)
    - Planificación de una estrategia de expansión internacional basada en inversión
- Consideración de las condiciones para invertir en el exterior
    - Factores legales, fiscales y financieros que deben tenerse en cuenta antes de realizar una inversión en el extranjero
    - Registro de inversiones en mercados internacionales y cumplir con las regulaciones nacionales e internacionales
- Gestión de la matriz para la toma de decisiones
    - Herramienta para tomar decisiones estratégicas sobre mercados, socios y métodos de expansión internacional
    - Análisis de costos, riesgos y beneficios
- Uso de herramientas para las empresas
    - Recursos y plataformas digitales para la gestión de la internacionalización
    - Simuladores de costos de exportación, gestores de riesgos y herramientas de financiación
- Identificación de las referencias web
    - Sitios y recursos en línea para obtener información sobre comercio internacional, inversión extranjera y gestión de riesgos
    - Herramientas digitales
- Descripción de las entidades de apoyo a la internacionalización en España
    - Organismos y entidades de apoyo
    - Instituciones clave
- Descripción de la elaboración de un Plan de acción y presupuesto
    - Desarrollo de un plan de acción detallado
    - Cronograma y asignación de recursos financieros

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Implicación en el proceso de selección de entidades socias internacionales y en el proceso de negociación.
- Atención en el proceso de exportación y la selección de rutas que minimicen el impacto en el medio ambiente.
- Interés por el análisis de los mercados internacionales y, concretamente, en el mercado latinoamericano para la exportación de mercancías y servicios.

MÓDULO DE FORMACIÓN 3:	Contratación, medios de pago y financiación para la internacionalización de PYMES

OBJETIVO

Gestionar eficazmente los contratos internacionales, los medios de pago más adecuados y los instrumentos de financiación que facilitan la internacionalización de las empresas, con especial énfasis en la gestión de riesgos y el apoyo de entidades financieras.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 15 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Selección de medios de pago internacionales
    - Adecuación del medio de pago (seguridad, costos, rapidez) según la tipología de transacción y las condiciones del contrato
    - Revisión de la documentación comercial
    - El cheque personal y el cheque bancario
    - Orden el pago simple. Funciones y ventajas
    - La orden de pago documentaria como garantía de pago vinculado
    - La remesa simple en el comercio internacional
    - Crédito documentario como mecanismo para asegurar el pago y su aplicación en transacciones internacionales
- Contratación internacional
    - Elementos y componentes de un contrato internacional
    - Diferencias entre contratos internacionales y contratos domésticos
    - Requisitos en la contratación
    - Los INCOTERMS
- Gestión de riesgos
    - Impago en operaciones internacionales
    - La prevención de fraude y engaño
    - Riesgos inherentes al negocio en mercados internacionales
    - Riesgos políticos y su afectación en las operaciones
    - Mitigación de riesgos de cambio asociado a las fluctuaciones
    - Cambios en las tasas de interés y su afectación en las operaciones de financiación internacional
- Revisión de la financiación del comercio exterior
    - Principales instrumentos financieros para la facilitar la financiación de exportaciones e importaciones
    - Riesgos asociados a la prefinanciación y la financiación de exportaciones
    - Cuentas en divisas para gestionar transacciones internacionales
    - Programas de internacionalización de empresas, incluyendo garantías y seguros de crédito
- Gestión de la logística de la entrega y cobro
    - Proceso logístico y financiero para la entrega de mercancías
    - Gestión de cobros internacionales

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Interés por las gestiones y mitigación de riesgos vinculados a la contratación internacional.
- Rigor en la gestión de las contrataciones y pagos vinculados.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicite, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.