

PROGRAMA D'ESTRATÈGIA INTERNACIONAL



PROGRAMA D'ESTRATÈGIA INTERNACIONAL

El Programa d'Estratègia Internacional es focalitza en la definició d'una estratègia d'internacionalització de les empreses en un entorn global. El Programa crea un marc adequat de reflexió estratègica, a la vegada que aporta els coneixements, les tècniques i la metodologia adequats per al disseny i el desenvolupament d'una estratègia internacional.

Aspectes sobre els que incidirà el programa

- Com identificar els avantatges competitius de l'empresa?
- Quins són els punts forts i els punts febles de l'empresa?
- Com detectar i aprofitar les oportunitats que ofereixen els mercats internacionals?
- Quines oportunitats ofereixen els mercats emergents, tals com la Xina, Índia, Àsean, Europa de l'Est, Brasil o els mercats del golf Pèrsic?
- Com planificar un procés de deslocalització? Quins beneficis pot aportar l'empresa? Quins aspectes s'han de tenir en compte?
- Quins avantatges i inconvenients ofereix a l'empresa l'outsourcing?
- Quins criteris s'han de tenir en compte a l'hora de seleccionar un distribuïdor internacional?
- Quins avantatges ofereix a l'empresa un acord joint-venture? Com fer la recerca del soci? Com seleccionar-lo? Com negociar l'acord?
- Quina hauria de ser l'estratègia de preus i de producte més adequada per l'empresa en els mercats internacionals?
- Com dissenyar un pla de negoci internacional? Quina és la seva estructura i continguts? Com l'hem d'implementar?

Informació

Si desitja més informació sobre el contingut, metodologia, professorat, calendari i condicions de matriculació pot contactar amb nosaltres a:

PROGRAMES DE DESENVOLUPAMENT DIRECTIU

CAMBRA DE COMERÇ DE TERRASSA

Tel. 93 733 98 31 / 32 - Fax 93 789 11 65

formacio@cambraterrassa.es

www.cambraterrassa.es

CAMBRA DE COMERÇ DE SABADELL

Tel. 93 745 12 59 / Fax 93 745 12 54

formacio@cambrasabadell.org

www.cambrasabadell.org

OBJECTIUS DEL PROGRAMA

El Programa té com a objectius ajudar a les empreses a:

- Avaluar i treure profit de les oportunitats dels negocis internacionals.
- Analitzar els aspectes claus de la globalització.
- Fer una reflexió de l'empresa local en un context internacional.
- Conèixer les diferents estratègies per establir acords en diferents països.
- Revisar les decisions de l'empresa amb relació amb els competidors.
- Respondre a les noves oportunitats que ofereix la internacionalització.

Conscienciar tots els participants que les empreses han de fer front a un entorn cada dia més competitiu i globalitzat, que requereix una visió global i un enfocament estratègic.

Motivar els participants a avançar en el seu nivell d'internacionalització aprofitant els punts forts de la seva empresa i producte i, al mateix temps, detectant les oportunitats que ofereixen els mercats internacionals.

Transmetre els coneixements i les eines més adients, des d'un punt de vista estratègic, perquè el participant pugui dissenyar una estratègia internacional adequada a la seva estructura i possibilitats.

Reflexionar sobre la situació actual de cada empresa participant, les decisions adoptades i les oportunitats que ofereixen els mercats internacionals.

PARTICIPANTS

Els destinataris d'aquest curs són:

- Empresaris i directius amb responsabilitat directa per impulsar estratègies d'operacions internacionals.
- *Export Managers* i *Area Managers*.
- Empresaris i directius que vulguin desenvolupar i actualitzar coneixements i habilitats en direcció estratègica des d'una perspectiva internacional.
- Directors generals i gerents.



ESTRUCTURA

FASE 1. ETAPA DE REFLEXIÓ ESTRATÈGICA I DE DESENVOLUPAMENT

Aquesta fase es desenvolupa a través de sessions de treball en grup en les quals es treballaran els coneixements i les habilitats en els diferents aspectes que componen la definició de l'estratègia internacional.

Al llarg de les sessions, el participant reflexionarà sobre la pròpia estratègia internacional, obtindrà eines i metodologia necessària per al disseny de l'estratègia i desenvoluparà habilitats directives per actuar en diferents entorns internacionals.

FASE 2. DESENVOLUPAMENT DE L'ESTRATÈGIA INTERNACIONAL

Paral·lelament a les sessions de treball, es faran tutories individuals orientades a donar suport a la realització i desenvolupament del projecte empresarial internacional.

Aquesta fase s'iniciarà en paral·lel a la formació a partir del segon mòdul del curs (l'Estratègia Internacional) i finalitzarà entre 3 i 6 mesos després d'haver acabat la fase 1 (segons disponibilitat de cadascun dels participants). Consisteix en el disseny d'un pla d'acompanyament i el seguiment a través de tutories individuals, amb l'objectiu de donar suport a la definició del projecte empresarial internacional.

Els eixos de la tutoria es definiran de forma individual.

A partir de la detecció de necessitats s'elaborarà un pla de treball individual en funció de l'estratègia individual.

METODOLOGIA

La metodologia del Programa estarà basada en:

- **L'exposició dels continguts conceptuals** del temari per part de l'equip de professors. Les sessions lectives seran participatives i adaptades a la realitat empresarial actual.
- **Dinàmiques grupals** que tindran el propòsit de reflexionar sobre les diferents problemàtiques empresarials dels participants i avaluar les diferents possibilitats i/o oportunitats que els mercats internacionals ofereixen.
- **Debats** sobre determinades experiències i/o problemàtiques empresarials entre els participants del programa i el formador.
- **Exposicions de diferents experiències empresarials** a càrrec de destacats experts que han estat protagonistes en la implantació d'estratègies internacionals: obertura de filials, negociacions d'associacions d'empreses, avaluació i selecció de proveïdors internacionals, cerca de socis tecnològics, etc.
- **Tutories individuals** conduïdes per un consultor especialitzat en estratègia internacional i mercats internacionals, amb el propòsit de donar suport a la realització del projecte d'estratègia empresarial internacional de cada participant.

PROGRAMA

EL CONTEXT INTERNACIONAL: LES IMPLICACIONS DE LA GLOBALITZACIÓ

Analitzar i comprendre les principals tendències del context internacional actual i conèixer les implicacions de la globalització per a les empreses.

- Anàlisi del cicle econòmic internacional actual: principals actors. L'impacte dels conflictes polítics internacionals.
- La liberalització comercial. L'aparició de blocs econòmics regionals.
- L'especialització regional i la necessitat de cercar un avantatge competitiu en el context internacional.
- La societat de la informació: principals implicacions i oportunitats.
- L'impacte dels canvis socials, culturals i econòmics en el món empresarial.
- La creixent convergència dels hàbits de consum a diferents països i regions del món.

L'ESTRATÈGIA INTERNACIONAL

Obtenir una visió global de les possibilitats d'internacionalitzar la cadena de valor de l'empresa i conèixer les estratègies i nivells d'internacionalització que té l'empresa al seu abast.

- La internacionalització de la cadena de valor per obtenir més eficiència en el context competitiu (compres, R+D, logística, vendes...).
- Diferents estratègies en la internacionalització de la cadena de valor:
 - Exportació directa i indirecta.
 - L'associació d'empreses: fabricació, distribució, recerca i desenvolupament...
 - Les triangulacions empresarials.
 - La subcontractació.
 - L'oficina de representació.
 - La filial de distribució (IED).
 - La filial de producció (IED).
- Punts forts i punts febles de cada estratègia.
- Nivell d'orientació internacional: domèstica, internacional, multinacional, global i transnacional.

ANÀLISI DELS MERCATS INTERNACIONALS

Conèixer les característiques dels principals mercats internacionals, amb el propòsit de determinar l'estratègia i les oportunitats empresarials d'internacionalització més adequades per cadascun d'ells (Xina, Índia, Japó, Corea, ASEAN, els països

del nord d'Àfrica, els de l'Europa de l'Est i Rússia, els del Golf Pèrsic, del NAFTA i l'Amèrica del Sud).

- L'entorn macroeconòmic.
- L'entorn polític.
- L'entorn microeconòmic.
- L'entorn sociocultural: negociació intercultural, comportament del consumidor, valors culturals.
- Avantatges competitius dels diferents mercats.
- Condicionants legals segons l'estratègia d'internacionalització escollida.
- Experiències empresarials.

FORMULACIÓ I IMPLANTACIÓ DE L'ESTRATÈGIA INTERNACIONAL

Facilitar a la direcció de l'empresa una metodologia de diagnòstic interna que permeti desenvolupar una estratègia de creixement internacional d'acord amb les seves capacitats i els seus recursos.

Transmetre les eines de treball per a la reflexió estratègica internacional amb el propòsit que s'incorporin en la gestió habitual de l'empresa.

Valorar les diferents alternatives estratègiques, amb el propòsit de formular els objectius d'internacionalització de l'empresa, a mitjà i llarg termini.

- Identificació dels recursos i de les capacitats de l'empresa:
 - Recursos: humans, financers, de producció...
 - Anàlisi de les competències: tecnologia, producte, mercats, saber fer...
 - Anàlisi de la cadena de valor de l'empresa.
 - Anàlisi de les estratègies internacionals (marketing, entrada en els mercats internacionals...) adoptades per l'empresa fins ara.
- Anàlisi de l'entorn internacional:
 - Anàlisi del macroentorn.
 - Anàlisi del microentorn (sectorial).
- Conclusions de l'anàlisi DAFO:
 - Fortaleses, debilitats, oportunitats i amenaces
 - Identificació de les àrees de millora i d'adequació dels recursos empresarials.
 - Definició de l'estratègia internacional.
 - Definir els objectius a mitjà i llarg termini.
 - Pla d'accions internacional.
 - Pressupost i compte d'exploració provisional.
 - Pla de contingència i indicadors de seguiment.

PROFESSORAT

L'equip docent estarà constituït per professionals amb una sòlida experiència en diferents àrees internacional i en programes formatius i seminaris professionals. L'equip està integrat pels professors - consultors següents:

Jordi Mundet

■ Diplomant en Relacions Laborals per la UB. Diplomant en Negocis internacionals per la Universitat de Sheffield. Postgraduat en Comerç i Finances Internacionals per la UB. MBA Internacional per La Salle (URL) i el Manhattan College de Nova York. Socifundador de COFORMA; consultor i formador especialitzat en l'àrea de màrqueting i estratègia internacional de comercialització. Professor de l'Escola Superior de Comerç Internacional (ESCI-UPF) en el màster "Executive of International Business (MIB)" i de l'Institut Superior de Màrqueting-ESIC en el màster de màrqueting i gestió comercial.

Joaquim Amat

■ Llicenciat en Direcció i Administració d'empreses. Postgrau en Direcció Comercial i Màrqueting per l'Institut de Empresa. Director de l'àrea d'internacionalització i innovació d'ASECORP i exdirector de CESCE a Catalunya. Consultor i formador especialitzat en internacionalització i en el mercat de la Xina.

Núria Tobella

■ Llicenciada en Ciències Econòmiques i Empresarials per la UB. Postgraduada en Economia i Mercats d'Amèrica Llatina pel Centre d'Estudis Internacionals. Diplomada en Estudis Asiàtics per la UPF i la UAB. Sociafundadora de COFORMA; consultora i formadora en seminaris professionals sobre comerç exterior, negociació internacional i economia internacional. Exdirectora d'exportació de l'empresa Manufactures Falbar, SA.

Josep M. Chaqués

■ Enginyer superior en Telecomunicacions per la UPC. Enginyer tècnic en Telecomunicacions per la Salle (URL). MBA Internacional per La Salle (URL) i el Manhattan College de Nova York. Programa d'Alta Direcció d'Empresa (PADE) per l'IESE. Soci-director de 3Tech Consulting, SL. Exconseller Delegat i director general d'AGM (Agbar Global Market).

PANELS EMPRESARIALS

Xavier Albarracín • Oportunitats de mercat en els països del Golf Pèrsic

■ Llicenciat en Ciències Polítiques per la UAB. Director de l'àrea de la Mediterrània i l'Orient Mitjà del Consorci de Promoció Comercial de Catalunya (COPCA).

David López Camprubí • Oportunitats i amenaces del mercat xinès

■ Llicenciat en Administració i Direcció Empresarial per la European University. Responsable de l'obertura d'una planta de producció per MEPSA, SA. a Xina. Expert en la recerca i selecció de proveïdors a Xina i d'altres mercats asiàtics.

Alfons Calderón • El Quebec com a porta d'entrada al mercat nordamericà (NAFTA)

■ Llicenciat en Administració i Direcció d'Empreses per la UPC. Llicenciat en Ciències Empresarials i MBA per ESADE. Professor del Departament de Política d'Empresa d'ESADE. Agregat per Assumptes Econòmics i Comercials del Govern de Quebec a Espanya.

Carlos Matillas • La implantació de Borges, SA a l'Europa de l'Est i a Rússia

■ Màster Executive of International Business per l'ESCI-UPF. Programa de Perfeccionament Directiu PPD per l'IESE. Director Corporatiu de la Divisió Internacional del Grup Borges, SA.

Miquel Ferrer • L'Índia, un mercat d'oportunitats

■ Llicenciat en Enginyeria Industrial per la UPC. Conseller delegat de Nodelay Energy. Soci-director de Sonferpor PVT LTD (Índia). Assessor a diverses empreses en les relacions comercials amb l'Índia.

DIRECCIÓ DEL PROGRAMA

Jordi Mundet

■ Socifundador de COFORMA; consultor i professor especialitzat en l'àrea de màrqueting i estratègia internacional.

Josep Beltran

■ Director de serveis de la Cambra de Comerç i Indústria de Terrassa.

Joan Valls

■ Director de l'àrea de formació i consultoria de la Cambra de Comerç de Sabadell.

DURADA DEL PROGRAMA

FASE 1. ETAPA DE REFLEXIÓ ESTRATÈGICA I DESENVOLUPAMENT

Durada: 50 hores

FASE 2. DESENVOLUPAMENT DE L'ESTRATÈGIA INTERNACIONAL

Durada: a concretar

INFORMACIÓ DEL PROGRAMA

El procés d'admissió: donat que el nombre de places és reduït, aquestes s'assignaran per rigorós ordre d'inscripció i la Cambra confirmarà directament a les persones inscrites la seva admissió al programa abans del seu inici.

Acreditació: als participants que hagin assistit a un mínim d'un 80% de les 50 hores lectives, se'ls lliurarà un diploma acreditatiu.

Lloc de realització: el programa es realitzarà a les instal·lacions de la Cambra de Comerç de Terrassa, c. Blasco de Garay, 29-49.

Informació i inscripcions:

Cambra de Comerç de Terrassa

C. Blasco de Garay, 29-49

08224 TERRASSA

Tel. 93 733 98 31/32 - Fax 93 789 11 65

formacio@cambraterrassa.es

Cambra de Comerç de Sabadell

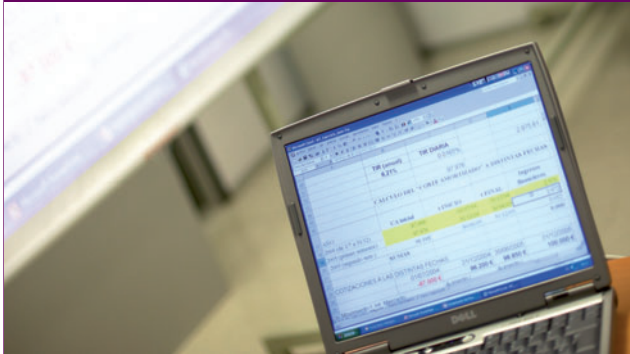
Av. Francesc Macià, 35

08206 SABADELL

Tel. 93 745 12 59 - Fax 93 745 12 54

formacio@cambrasabadell.org

Aquest programa es pot bonificar d'acord amb el sistema de formació continuada a través dels butlletins mensuals de cotització a la Seguretat Social.



CAMBRA DE COMERÇ DE TERRASSA

Blasco de Garay, 29-49
08224 TERRASSA
Tel. 93 733 98 33 - Fax 93 789 11 65
e-mail: formacio@cambraterrassa.es
www.cambraterrassa.es

CAMBRA DE COMERÇ DE SABADELL

Av. de Francesc Macià, 35
08206 SABADELL
Tel. 93 745 12 59 - Fax 93 745 12 54
e-mail: formacio@cambrasabadell.org
www.cambrasabadell.org



Cambra de Comerç
de Barcelona



Cambra de Comerç
de Sabadell



Cambra de Comerç
de Terrassa