

SEMINARIO INTERNACIONAL



Titulación
Universitat Politècnica de Catalunya
(Campus Barcelona)



Dezisiona
MANAGEMENT

MODULO II – 12 HORAS

INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS: UNA VISIÓN DE EUROPA HACIA EL MUNDO

Profesor

Joaquim Forcada

(Barcelona – España)

SÍGUENOS EN



Breve currículum del profesor: Joaquín Forcada



Su experiencia y formación están relacionadas con la gestión de Negocios, siendo experto en el desarrollo de Negocios Internacionales. Su formación básica es la de Ingeniería Industrial en Organización de Empresas. Posteriormente se graduó en Dirección Comercial y de Marketing por la Escuela de Negocios ESADE - Barcelona. Posteriormente realizó un Máster Business Administration en la European University / Ginebra (Suiza) así como un Post Grado en Alta Dirección de Empresas en la Escuela de Negocios IESE (Universidad de Navarra) en Barcelona. Como complemento a su formación generalista y Áreas Comercial y Marketing , se especializó en el Área Financiera realizando un Máster en Dirección Financiera , Control de Gestión y Auditoría por la Universidad Pompeu Fabra.

Es profesor de diversas Universidades (EAE / ESADE / CETT) en Barcelona y asesor externo de diversas compañías (alimentación, construcción, comunicación, navieras/logística).

Su formación profesional pasa inicialmente por la Compañía NESTLE en el Área Marketing (Productos Congelados) , para posteriormente como Director de Expansión y Nuevos Negocios entrar a formar parte de la empresa inglesa Hillsdown Holding , donde se especializó en mercados internacionales (productos : textil / alimentación / .

Le surgió la oportunidad de convertirse en emprendedor de la mano de una compañía Francesa (Hogar Plastic)/Holandesa (Wavin Shell) especializada en el mercado de productos plásticos (hogar / almacenaje / obra pública), siendo Director General y accionista minoritario de la filial Española. Por decisiones estratégicas de la compañía, se desinvirtió en determinados sectores y dejó de formar parte del accionariado de dicha compañía.

Hace 7 años junto con un socio, crearon su propia empresa de Auditoría y Consultoría para atender el mercado Nacional con énfasis en Negocios Internacionales. Últimamente han incorporado un Vivero de Empresas para el desarrollo de nuevos negocios (startups) : Ecoturismo / Alimentación / Energías Renovables / Servicios

Presentación del Seminario:

La internacionalización se ha convertido en un objetivo prioritario para las empresas de la Comunidad Europea. La falta de consumo, las medidas estructurales de reducción del gasto público, el endeudamiento bancario y la tasa de morosidad, la elevada tasa de desempleo,... han llevado a las empresas a entender que su mercado no es solo Europa , hay que diversificar , crear alianzas , fusionarse o adquirir empresas en diferentes países , vender tecnología , exportar ,

En este seminario abordamos los puntos críticos para el éxito de una empresa en su proceso de Internacionalización, lo vemos desde la óptica Europea, con los retos que se están produciendo en estos momentos dentro de la CE.



Objetivos

A lo largo de este Seminario abordaremos que Estrategias son las más adecuadas para la Internacionalización de las empresas. La deslocalización de la producción, los costes laborales, las diferentes culturas, el producto global...

Porque Internacionalizamos? Estamos capacitados para ello? Cuál es nuestro valor diferencial en cuanto a la competencia? Tenemos la cultura corporativa adecuada y asumimos el reto de Internacionalizar nuestra empresa? Que ofrecemos las industrias Europeas en comparación con otras industrias de otros continentes?

Programa

1. LA EMPRESA MULTINACIONAL :

- 1.1.- Concepto de Empresa Multinacional
- 1.2.- Estamos preparados para Internacionalizarnos
- 1.3.- Razones para la Internacionalización

2. LA COMPETENCIA GLOBAL : FACTORES Y ESTRATEGIAS

- 2.1.- Concepto de Industrias Globales y Multipaís
- 2.2.- Factores de Globalización
- 2.3.- Alternativas estratégicas para competir internacionalmente

3. ESTRATEGIAS DE ENTRADA EN MERCADOS EXTERIORES :

- 3.1.- Selección del país de destino
- 3.2.- Estrategias de Entrada
- 3.3.- Análisis comparativo de las estrategias de entrada

4. EL PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA MULTINACIONAL :

- 4.1.- Donde vamos a localizar nuestras actividades? Según qué criterios?
- 4.2.- La estrategia del Marketing y la Comercialización.
- 4.3.- Como gestionamos los Recursos Humanos. Gestión Global
- 4.4.- Gestión de la Cultura de los diferentes Países en proyectos Internacionales
- 4.5.- Diseño de la estructura organizativa

5. LA PLANIFICACION Y EL CONTROL ESTRATEGICO :

- 5.1.- La Planificación y el Control Estratégico (Business Intelligence – BI)
- 5.2.- La medición de resultados de la empresa (trabajamos con multdivisa)
- 5.3.- La definición de los sistemas de control interno

6. RESOLUCION DEL CASO : SWATCH (relojes , joyas , venta online)

- 7.1.- Aplicación: Business Model Canvas

Metodología didáctica que se utilizara en el Seminario:

El seminario se desarrolla a lo largo de 3 sesiones de 4 horas, utilizando para ello:

1.- PARTE TEORICA: apuntes que se entregaran al inicio del primer día del seminario

2.- CASOS CORTOS: de empresas Europeas Internacionalizadas que se entregaran junto a los apuntes de la parte teórica y servirán como material de discusión y visión práctica de la internacionalización de empresas. (Se debatirán a lo largo de la clase)

Se entregaran diferentes casos referidos al área internacional, donde podremos evaluar diferentes criterios a la hora de implantar una Estrategia de Internacionalización entre ellos podemos citar:

IKEA (Suecia): la revolución del I+D+i a nivel Global

BENETTON (Italia): sistemas de información y control

INDITEX (España): gestión de marcas globales

REPSOL – YPF (España – Argentina): estrategia internacional

NESTLE (Suiza): cultura organizativa

GESTIÓN DE DIRECTIVOS EXPATRIADOS EUROPEOS (Nota técnica IESE): como lo gestionamos

3.- CASO PRACTICO PARA RESOLUCION EN GRUPO : con este caso se pretende valorar todas las áreas de la Internacionalización y nos servirá como cierre del seminario con una discusión en grupo . Se entregara el primer día del seminario, para su lectura en casa

CASO SWATCH (Suiza): relojes, joyas y venta online

Bibliografía

... Dess,G/LumpkinG.T.(2003) Dirección Estratégica. Mc Graw Hill

... Pla Barbier / Leon Darder (2004) Dirección de Empresas Internacionales (Pearson)

... Alenxander Osterwalder .(2010) Business Model Generation (Wiley)

... G. Johnson / K. Scholes (2006) Dirección Estratégica (Pearson)

... Lecturas varias que se facilitaran al empezar el seminario