

Seminario III: La internacionalización como alternativa estratégica para la pyme

OBJETIVOS Y ENFOQUE DEL SEMINARIO:

A nadie se escapa que prácticamente en todos los sectores de actividad los mercados han dejado de ser locales para alcanzar un ámbito global. De hecho, la internacionalización puede ser la principal, cuando no la única, alternativa para empresas cuyos mercados tradicionales están excesivamente maduros. La decisión de internacionalizar es compleja, y requiere de un análisis de múltiples variables. En este seminario pretendemos ayudar a las empresas a:

Comprender la internacionalización como herramienta al servicio de la estrategia de empresa, y analizar la relación y la dependencia de las variables que influyen en la internacionalización (marketing, empresa, competitividad, etc.).

Explicar el cuándo y el por qué de la necesidad de la internacionalización.

Aclarar los condicionantes y el sistema de diagnóstico para determinar la capacidad de internacionalización.

Explicar las diferentes vías de mercado y formas de acceso, a su vez que determinar las diferencias entre la internacionalización de productos y la internacionalización de servicios.

CONTENIDOS:

1. Conceptos básicos necesarios para la internacionalización: relación y dependencia.
2. El proceso estratégico y su relación con la internacionalización.
3. La internacionalización: herramienta y momento.
4. El diagnóstico de la capacidad de internacionalización.
5. Estrategia y operativa de la internacionalización.
6. Formas. Internacionalización de productos y de servicios.
7. La realidad de los programas y de los agentes de la internacionalización en España hoy en día.