

ENAC Exporta “Formación para PyMES que se Internacionalizan”

Aspectos formales

- Duración: 6 meses de duración
- Población objetivo: PYMES
- Modalidad: Encuentros presenciales y virtuales de aproximadamente dos horas de duración.
- Cursada Actividad N°1: días jueves de 16 a 18hs
- Cursada Actividad N°2: un día sábado al mes de 9 a 13hs

Objetivo

El programa de Formación Ejecutiva en Internacionalización de Negocios de MIPyMEs tiene como objetivo dotar a todos aquellos involucrados en la gestión y dirección ejecutiva de MiPyMEs de las herramientas necesarias para iniciar un proceso de internacionalización y brindar asesoría técnica respecto a los mecanismos operativos saludables para la exportación.

ACTIVIDAD N°1

Estudios de Mercado e Introducción al Comercio Exterior

Justificación

El ascenso de Asia y su posicionamiento como la región más dinámica del mundo pone sobre la mesa la relevancia de la geopolítica y la geoeconomía en tanto instrumentos esenciales para el análisis de la coyuntura internacional y regional. El nuevo lugar que ocupa la República Popular China en términos de inversiones, financiamiento y comercio exterior, las oportunidades todavía ocultas del gigante indio, la necesidad de seguir de cerca las potencialidades del caso Vietnam, la nueva etapa de relacionamiento con Rusia, el acceso a mercados alternativos; son todos puntos estratégicos que se empantanarían al intentar acceder a mundos distantes.

En la actualidad, el escenario internacional está definido por las tensiones entre las dos principales superpotencias – China y EE.UU.- y un concierto de potencias grandes y medias que buscan garantizar sus intereses en lo que consideran sus “zonas de influencia”. Movimientos en las relaciones de poder que generan escenarios fluctuantes e imprevisibles, tensiones y alineamientos “no lineales” entre naciones con agendas comunes. Esto obliga a los países periféricos y semiperiféricos, como el nuestro, a moverse con inteligencia y practicidad, sin entrar en alineamientos automáticos e ideologizados.

En este sentido, la denominada crisis del sistema multilateral no es una novedad, sino un signo más del cambio civilizatorio que viene expresándose en toda su magnitud desde la crisis del 2008. Este proceso implica cambios y oportunidades: el nuevo mundo que nace tiene su eje geopolítico en **el Pacífico, Indochina y Eurasia.**

Este contexto representa, por un lado, un enorme desafío para la región latinoamericana y caribeña, zona geopolítica de influencia inmediata de la potencia del Norte. Pero al mismo tiempo, la globalización achicó distancias y organizó las producciones a nivel global en cadenas de valor, generando oportunidades de acceso a mercados alternativos, cooperación técnica y transferencia tecnológica, en mundos donde el inglés no es el idioma común.

Desde Enac presentamos la propuesta de un seminario aplicado en torno a la integralidad de los desafíos que plantea el ascenso de Asia en sus estrategias de desarrollo comercial. El objetivo es identificar actores y regiones, generar vínculos, contextualizar mercados y prácticas de negocios, definir complementariedades a fin de fortalecer la densidad nacional argentina, generar cadenas de valor sustentables y contribuir en la estratégica comprensión de lo que hoy, todavía, son mundos distantes.

Programa

- Módulo 1: Reconfiguración geopolítica global, el desorden internacional el ascenso de Asia y PYMES y comercio exterior frente a los desafíos del contexto internacional (5 encuentros).

○

- Encuentro 1: Geopolítica y la reconfiguración del mercado mundial a partir del Ascenso de Asia.
- Encuentro 2: Contexto macroeconómico y las posibilidades de financiamiento para exportación de las PYME
- Encuentro 3: Herramientas para la búsqueda de mercados objetivo.
- Encuentro 4: Aspectos y herramientas legales del comercio internacional.
- Encuentro 5: PYMES y las principales instancias para la inserción exportadora frente a los desafíos del contexto internacional y frente al ascenso de Asia.
- **Módulo 2: China I: Reemergencia de la RPC, perspectiva geoeconómica, historia de las relaciones bilaterales, el rol de las unidades subnacionales y aspectos integrales de la estrategia de relacionamiento con China (4 encuentros).**
 - Encuentro 1: Re-emergencia de la RPC: contexto sociopolítico, sistema estatal y el rol del Partido Comunista. El crecimiento de China en perspectiva geoeconómica y coyuntura socioeconómica actual.
 - Encuentro 2: Los desafíos para las estrategias comunicacionales y de marketing que presenta comercializar con China.
 - Encuentro 3: Relaciones bilaterales Argentina-China y acuerdos vigentes.
 - Encuentro 4: Mesa especial Unidades subnacionales.
- **Módulo 3: India (2 encuentros).**
 - Encuentro 1: India contemporánea: Coyuntura socioeconómica, acuerdos vigentes, contexto general, desafíos y oportunidades.
 - Encuentro 2: Diálogo con representantes de la embajada de India en Argentina.
- **Módulo 4: Vietnam (2 encuentros)**
 - Encuentro 1: Vietnam contemporánea: Coyuntura socioeconómica, acuerdos vigentes, contexto general, desafíos y oportunidades.
 - Encuentro 2: Diálogo con representantes de la embajada de Vietnam en Argentina.
- **Módulo 5: África y Magreb (3 encuentros).**

- Encuentro 1: Contexto general de las relaciones entre Argentina y medio oriente: principales líneas políticas y comerciales.
- Encuentro 2: Diálogo con representantes de la embajada de Argelia.
- Encuentro 3: Diálogo con representantes de las embajadas de Egipto y Kuwait.
- Módulo 6: Rusia (2 encuentros).
 - Encuentro 1: Rusia contemporánea: Coyuntura socioeconómica, acuerdos vigentes, contexto general, desafíos y oportunidades.
 - Encuentro 2: Diálogo con representantes de la embajada de Argentina en Rusia.
- Módulo 7: China II (4 encuentros).
 - Encuentro 1: Proceso de internacionalización a China y competencias interculturales necesarias.
 - Encuentro 2: El nuevo paradigma de sustentabilidad en China y análisis de triple impacto en el marco de la importación y la exportación.
 - Encuentro 3: Diálogo representantes de la embajada China en Argentina
 - Encuentro 4: Mesa especial Pymes argentinas y China + la agenda del ministerio de producción. (Representantes de ENAC y el Ministerio de Desarrollo Productivo)
- Módulo 8: Conversatorio final (1 encuentro)- Presentación de las autoridades de las instituciones, reflexión final del seminario.

ACTIVIDAD N°2

Exportación de Servicios y Bienes

Justificación

La internacionalización de la empresa puede definirse como un proceso mediante el cual ésta desarrolla una parte de sus actividades (venta de sus productos, compra de suministros, producción, etc.) en otros países distintos al suyo de origen.

El programa busca poder responder los siguientes interrogantes ¿Qué es la internacionalización? ¿Cuáles son los modelos de negocios internacionales? ¿Cómo se desarrolla el proceso de internacionalización, cuáles son sus etapas? ¿Qué empresas MiPyMEs han llevado exitosamente proceso de expansión internacional? ¿Qué herramientas de apoyo públicas y privadas están disponibles para empezar con un proyecto de internacionalización? La respuesta a esta cuestión no se puede generalizar por lo que el programa está orientado a que cada asistente esté en condiciones una vez abordados todos los contenidos de planificar las acciones pertinentes a un proceso de internacionalización de sus negocios.

Programa

Taller 1 Fundamentos de Negocios Internacionales:

Contenidos: Las MiPYMEs en los negocios internacionales, estadísticas internacionales; Fortalezas y debilidades de las MiPyMEs en los negocios internacionales; La visión del negocio enfocada desde el marketing internacional: conceptos fundamentales; La inteligencia comercial; Modelos de internacionalización: Modelo escalar vs nacidas globales.

Taller 2 La exportación:

Contenidos: La exportación directa o indirecta; Exportación de bienes y servicios; Herramientas para el análisis de mercado; Selección de mercados de exportación; Bases para el cálculo del costo de exportación (Producción; logística; aduana y bancos; Fundamentos del marketing para exportación; Mecanismos de promoción comercial: (Remoto y presencial) catalogo son line, misiones comerciales, ferias, rondas de negocios, misiones inversas, instituciones y programa de apoyo en Argentina.

Taller 3 La franquicia:

Contenidos: Las franquicias argentinas de las MiPyMEs en el mundo; Elementos necesarios para franquiciar un negocio; El “Know – How”; conceptualización y estandarización del negocio; Contratos de franquicia, Identificación de las partes: franquiciador o franquiciante (titular de la franquicia) y franquiciado o franquiciatario (entidad que desea explotar productos o servicios franquiciados); Transferencia del saber hacer o know-how; 1. Obligaciones sobre el establecimiento y el personal; 2. Obligaciones respecto de las marcas cedidas; 3. Obligaciones de compra únicamente al franquiciador, al menos, en los elementos esenciales del contrato; 4. Disposiciones sobre precios; 5. Disposiciones sobre el territorio; 6. Disposiciones respecto de la publicidad de la marca; 7. Disposiciones sobre la duración de los contratos; Clausulas generales y otras consideraciones.

Taller 4 La inversión en el extranjero:

Contenidos: Casos de inversiones MiPyMEs argentinas en el extranjero. La inversión extranjera con fines de reducción de costos de fabricación y con fines de aprovechar y participar activamente del nuevo mercado. Aspectos fundamentales sobre la inversión en el extranjero; Regulatorios, comerciales, económicos, culturales laborales, financieros, contractuales, entre otros. El factor clave en este caso es que la motivación fundamental para trasladar la producción no es reducir los costes de producción, sino situar las instalaciones productivas en una localización próxima a donde se encuentra la demanda.

Taller 5 Jornadas empresariales de negocios internacionales:

En este seminario exponen empresarios MIPyMEs exitosos que han desarrollado sus negocios internacionales en base a los modelos de exportación, franquicia internacional e inversión en el extranjero, con el objetivo de despejar todas las dudas sobre la implementación de estas estrategias para la internacionalización.

Taller 6 Herramientas públicas para la internacionalización de las empresas:

En este encuentro se expondrán los programas públicos de apoyo a la internacionalización de MiPyMEs en materia de financiamiento (BICE y Banco Nación), Comercio Exterior (Agencias Argentina de Inversiones) y de fortalecimiento de la competitividad del Ministerio de Producción de la Nación.