

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

La internacionalización de la actividad

Modalidad: Híbrido (presencial, *online*, mixto)

Curso 2022/23

AUTOR y Director: Julián Salcedo Gómez

Doctor en Economía

Graduado en Derecho y MBA Internacional

INTRODUCCIÓN

“Internacionalizarse no consiste solamente en realizar actividades en los mercados exteriores, ni de comercio exterior (import-export), ni financiarse en los mercados internacionales. La internacionalización de la empresa implica desarrollar en otros países la producción y realizar actividades tales como el diseño de los productos, el marketing, el soporte técnico y la asistencia a los clientes, la distribución y la venta, la prestación del servicio postventa, las finanzas, etc.,...”.

Tema 1.- La decisión estratégica de internacionalizarse

- **Motivación y objetivos perseguidos.**
- **Análisis DAFO interno.**
- **La matriz de Solberg.**
- **Plan de etapas.**

En éste tema se expondrán las razones más frecuentes que impulsan a las empresas y/o profesionales a plantearse la salida al exterior, así como a definir con claridad los objetivos (cuantitativos y cualitativos) que se pretenden obtener (a corto, medio y largo plazo).

Por ello es preciso comenzar elaborando un análisis DAFO interno, incluyendo un estudio de las capacidades propias y de la posición en el mercado interior, estableciendo valoraciones ponderadas que permitan objetivar el proceso de toma de decisiones.

Por último, se determinarán las etapas o fases a seguir para materializar la salida al exterior.

Tema 2.- A dónde orientar la actividad

- **Conocimiento e indicadores principales de los mercados exteriores.**
- **Experiencias previas.**
- **Análisis de las ventajas competitivas de la zona geográfica/país de destino elegido.**
- **Evaluación del riesgo país.**

En éste tema se facilitarán los fundamentos para analizar el entorno internacional, a partir de una serie de indicadores clave, que posibiliten establecer comparaciones entre países (desarrollados, en vías de desarrollo, emergentes) o áreas geográficas diferentes.

Las experiencias previas, propias o ajenas, permiten realizar un análisis de la competitividad (real o potencial) en el contexto internacional, por lo que se expondrán los factores en que ésta se fundamenta.

Las ventajas del factor localización, en relación con el ciclo de vida de la empresa y/o de los productos o servicios que desarrolla, determinarán la existencia de sinergias, economías de escala, etc.,... que impulsarán/ralentizarán la decisión de salir al exterior.

La evaluación del riesgo país es imprescindible a la hora de seleccionar el destino exterior.

Tema 3.- Estrategias para un proceso de internacionalización

- **El enfoque estratégico.**
- **Modelos de estrategias competitivas.**
- **Alianzas estratégicas.**
- **La importancia de la “cultura”.**

En este tema se expondrán los fundamentos estratégicos de todo proceso de internacionalización de la actividad, desde los primeros pasos (actividad exportadora), hasta la Inversión Directa Exterior (IDE/IED), pasando por la apertura de Delegaciones, constitución de filiales, etc.,...

Se analizará la evaluación y gestión de proyectos en el exterior, las estrategias y formas de entrada y salida de un país, las estructuras jurídicas y de propiedad de utilización más frecuente, así como la clasificación de los distintos tipos de alianzas y fórmulas de cooperación.

Por último, se hará referencia a la “cultura”, tanto propia como del país/área geográfica de destino, aspecto fundamental a tener en consideración en todo proceso de salida a los mercados exteriores.

Tema 4.- Políticas para el “desembarco” internacional

- **Decisiones y adaptación previa de la estructura interna.**
- **La gestión del cambio de los RRHH.**
- **La investigación de los mercados exteriores y formas de penetración.**
- **La contratación internacional y los medios de pago utilizados.**

En éste tema se abordan las actuaciones necesarias para desarrollar actividades en los mercados exteriores, desde la adopción de decisiones e introducción de medidas que suponen cambios o adaptaciones de la estructura interna de la empresa, gestión y selección de los recursos humanos que se destinarán a la actividad exterior, la investigación comercial de los mercados y elección de las formas de penetración en los mismos, incluyendo las necesarias referencias a la contratación internacional y los medios de pago generalmente utilizados.

Tema 5.- Fundamentos de economía y finanzas

- **La integración de la empresa en el entorno internacional.**
- **La financiación de la empresa en los mercados exteriores.**

- **La importancia de la fiscalidad en los procesos de internacionalización de la actividad.**
- **La “triangulación” internacional.**

En éste tema se expondrán los fundamentos clave económicos y financieros para conseguir una eficaz integración de la empresa en un entorno internacional, así como las posibilidades de financiación en los mercados exteriores y la importancia decisiva que tiene la fiscalidad en todo proceso de internacionalización (salida y repatriación de capitales, distribución de dividendos, convenios de doble imposición).

Por último, se hará una mención a la posibilidad de “triangulación” en actividades internacionales, utilizando terceros países, además del de origen y de destino, que pueden facilitar la penetración de productos o servicios.

6.- Mesa redonda

Como cierre del curso se llevará a cabo una mesa redonda en la que asistentes y ponentes intercambiarán experiencias y opiniones de carácter eminentemente práctico y debatirán sobre los temas expuestos.