

# San Telmo imparte en Granada un seminario de internacionalización

**En términos de empresa, salir a hacer negocios fuera, no es una aventura apetecible si no una auténtica necesidad.**



Los pasados días 29 y 30 de abril se celebró en Granada el Seminario organizado junto a CdeA (Comercializadora de Productos Andaluces) «Salir Fuera: ¿Aventura o Necesidad?». Este seminario estaba dirigido a los responsables de empresas, para las que la cifra de negocio exterior todavía es inexistente o está en desarrollo, pero que han asumido que tienen que iniciar un proceso de internacionalización por cuestión de crecimiento, diversificación o supervivencia a nivel estratégico.

■ En el contexto actual, la internacionalización de las empresas es más bien una necesidad más que una aventura por cuestión de estricta supervivencia a nivel de negocio.

Los objetivos de este seminario eran aportar ideas, herramientas y experiencias alrededor de los siguientes contenidos:

■ Salir a hacer negocios fuera como opción estratégica de crecimiento y supervivencia, un cambio de mentalidad necesario.

■ Fórmulas prácticas para identificar oportunidades de mercado en el exterior.

■ Diseño de estrategias de penetración de mercados y selección de fórmulas de distribución a nivel internacional.

■ Valoración de capacidades y recursos existentes en la empresa para implementar una salida al exterior con éxito.

■ Implicaciones para las diferentes áreas de la empresa de la puesta en marcha de un proceso de internacionalización.

El contenido del Seminario proporciona a los participantes la ocasión de

discutir, analizar y poner al día conocimientos, prácticas y experiencias más relevantes sobre la salida a mercados exteriores y el desarrollo de un proceso de internacionalización: por qué acudir a mercados exteriores. Cómo hacerlo. Qué implicaciones tiene para la empresa. Cómo consolidar los primeros logros iniciales, etc.

Mario Carranza, Profesor Colaborador del Instituto Internacional San Telmo en el Área Comercial y Responsable Académico de Internacionalización, y Francisco Parés Canalías, consultor de marketing estratégico internacional, además de autor de casos sobre pequeñas empresas españolas en las etapas iniciales de su internacionalización, ganadores de premios a los mejores casos europeos, otorgados por la EFMD, fueron los encargados de impartir este seminario en la ciudad de Granada. ■