

Programa de Fortalecimiento de la Red Empresarial – PROFOREM

Taller para fortalecer la capacidad de las organizaciones empresariales en actividades exportadoras y promocionales para el comercio internacional

**20 – 23 de octubre de 2009
(Santiago de Chile) o (Buenos Aires – Argentina)**

(Número de referencia de Turín)



RESUMEN

¿Qué?
<p><i>¿Ofrece tu organización algún servicio que ayude a las empresas para mejorar su capacidad de exportación? ¿Realiza tu organización alguna acción de lobbying para influir las políticas comerciales de tu país con miras a que las empresas de tu sector accedan a los mercados internacionales?</i></p> <p>El Taller tiene como objetivo ayudarte a desarrollar las habilidades para ampliar la gama de servicios que tu organización presta en materia de comercio exterior y ayudarte a mejorar tus capacidades de lobbying para influir en los procesos de toma de decisión que conducen a las políticas públicas que afectan a las exportaciones.</p>
¿Para quién?
<p>El Taller convocará a 25 ejecutivos / gerentes de organizaciones empresariales que estén directamente vinculadas a actividades productivas con potencial exportador, ya sea en un ámbito sectorial o nacional de los siguientes países: Argentina (4), Bolivia (2), Brasil (2), Chile (3), Colombia (2), Ecuador (2), Paraguay (2), Perú (2), Uruguay (4), y Venezuela (2).</p>
¿Dónde y cuándo?
<p>Santiago de Chile, del martes 20 al viernes 23 de octubre de 2009</p>
¿Cómo?
<p>La capacitación consistirá en una combinación de presentaciones teóricas, casos prácticos, y ejercicios interactivos. Los profesores serán expertos técnicos en materia de comercio internacional y especialistas de la OIT con amplia experiencia en el tema comercial.</p>

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Más exportación puede implicar un mejor desempeño económico y promover más oportunidades de empleo. En muchos países en desarrollo, las empresas no son capaces de explotar plenamente su potencial exportador debido a regulaciones que crean obstáculos que les impiden competir en los mercados internacionales.

Las organizaciones de empleadores pueden desempeñar un papel fundamental para ayudar a sus miembros a mejorar sus capacidades de exportación. Pueden influir en las políticas comerciales de sus gobiernos y presionar a los organismos estatales encargados de la promoción del comercio internacional para que sean más eficaces en crear entornos empresariales propicios para el crecimiento de las exportaciones. Por otra parte, las organizaciones empresariales pueden ayudar directamente a sus miembros mediante la prestación de servicios en el ámbito de los procesos de exportación.

El Taller te permitirá adquirir las habilidades y conocimientos necesarios para identificar las buenas prácticas y el papel que las organizaciones empresariales pueden jugar en todas las fases de un exitoso proceso de promoción de las exportaciones. La adquisición de este know-how técnico permite que las organizaciones de empleadores apoyen a sus miembros para mejorar su rendimiento económico y su desarrollar su verdadero potencial de exportación.

OBJETIVOS

Fortalecer a las organizaciones empresariales en el ámbito de la promoción de las exportaciones,

- ❖ apoyándolas para generar nuevos servicios o reforzar servicios existentes;
- ❖ fortaleciendo sus capacidades de lobbying para generar entornos que permitan a sus miembros incrementar sus exportaciones.

Al concluir el Taller, los participantes habrán adquirido los conocimientos necesarios para desempeñarse de forma efectiva en su organización, y en particular, serán capaces de:

- ❖ Identificar las necesidades de las empresas para mejorar su competitividad en el ámbito de las exportaciones;
- ❖ Influir en las política comercial nacional para promover estrategias que incrementen el comercio;
- ❖ Desarrollar una estrategia de lobbying en el ámbito comercial;
- ❖ Identificar o reforzar los servicios que puede ofrecer una organización empresarial en el ámbito de la promoción de exportaciones;

- ❖ Acceder a un conjunto de herramientas y conocimientos que permitan a sus miembros mejorar sus exportaciones en sectores estratégicos;
- ❖ Crear una red regional de especialistas en comercio y promoción de exportaciones.

Al final del programa de formación, los participantes habrán desarrollado un plan de acción, para su aplicación individual en cada una de sus organizaciones.

PARTICIPANTES

El programa está dirigido a la Ejecutivos y Gerentes de las organizaciones de empleadores, que participan directamente en actividades de promoción de las exportaciones, ya sea por rama o a nivel federal. Se convocará a las organizaciones empresariales de los siguientes países de América Latina a que designen participantes: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay, y Venezuela.

El número máximo de participantes en el taller será de 30. La composición internacional de los participantes será una oportunidad para intercambiar experiencias y facilitar la transmisión de los diferentes enfoques sobre el tema.

ESTRUCTURA Y CONTENIDO

El programa de formación se estructurará de la siguiente manera:

TAREA PREVIA AL TALLER

Los participantes deberán:

- ❖ analizar la situación nacional, así como los puntos fuertes y débiles de su organización en el ámbito de los servicios para la promoción de las exportaciones y lobbying empresarial para promover políticas comerciales;
- ❖ preparar un documento sobre un servicio o caso de lobbying realizado o que tenga previsto realizar en su organización para la promoción de exportaciones

TALLER DE FORMACIÓN

INTRODUCCIÓN

Beneficios del comercio internacional para el crecimiento económico y oportunidades de empleo.

PRIMERA PARTE: Servicios en el ámbito del comercio

¿Qué servicios pueden ofrecer las Organizaciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones?

- ❖ ¿Cómo identificar las necesidades de la empresa miembro?
- ❖ Servicios para que las empresas mejoren su capacidad de exportación.
- ❖ Definiciones de competitividad exportadora
- ❖ Modelo de servicios para mejorar las capacidades exportadoras de las empresas

Función de la Organización Empresarial: creación y proveeduría de servicios de calidad en materia de asuntos comerciales

- ❖ Servicios de capacitación en materia de comercio exterior
- ❖ Servicios de asesoría
- ❖ Procesos de consultas en el área de comercio exterior
- ❖ Mercadeo de servicios
- ❖ Plan de acción

SEGUNDA PARTE:

Lobbying empresarial en materia de comercio exterior

Generando entornos propicios para mejorar las exportaciones

- ❖ Defensa de intereses y el sistema de comercio
- ❖ Relaciones público-privadas en materia de política comercial
- ❖ Defensa de intereses: tendencias y casos
- ❖ Ejercicio de simulación: apoyo político y creación de políticas comerciales
- ❖ Casos de estudio: (por definir)

Promoción de intereses y lobbying en materia de comercio exterior

- ❖ Gestión de la defensa de intereses en asuntos comerciales
- ❖ Como ser más activo en el lobbying comercial
- ❖ Estrategias para promover una campaña en el contexto de la política comercial
- ❖ Discusión de los proyectos / acciones propuestos por los participantes

TAREA DESPUÉS DEL TALLER



Los participantes deberán:

Informar cada 6 meses sobre la manera en la que han echado andar sus planes de acción
Compartir su experiencia en la prestación de servicios de exportación o actividades de lobbying relacionados con el comercio, contribuyendo a un grupo de trabajo virtual gestionado por el Programa de Actividades para los Empleadores en Turín.

METODOLOGÍA

El Taller consistirá en una combinación de presentaciones, debates interactivos entre los participantes y ejercicios prácticos, todo ello tendente a la elaboración de estrategias empresariales que incluirán propuestas de acción para el corto, mediano y largo plazo. Durante las jornadas se adoptarán métodos de aprendizaje y formación flexibles que permitirán satisfacer las diversas necesidades de los participantes. Los ejercicios prácticos tendrán como objetivo lograr impacto y sostenibilidad de la estrategia desarrollada por el participante. Los debates interactivos propiciarán el análisis de prácticas de gestión, y permitirán a los participantes compartir sus experiencias. Los participantes deberán dar seguimiento a sus estrategias de corto, mediano, y largo plazo para implementar los conocimientos adquiridos. Siempre que se disponga de los recursos necesarios, se llevarán a cabo ulteriores iniciativas para prestar asistencia y dar seguimiento a esas acciones.

PROFESORES

Los profesores serán expertos en materia de comercio internacional y especialistas de la OIT con amplia experiencia en el tema comercial y de organizaciones empresariales.

* * * * *

Abril de 2009