

PROGRAMA
SEMINARIO

BENCHMARKING ESTRATEGICO

Ponente: Dr. José María Viedma Martí

BENCHMARKING ESTRATÉGICO GLOBAL

OBJETIVO

En un entorno cada vez más globalizado y en una economía cada vez más internacionalizada, cualquier empresa independientemente del sector en que opere, se encuentra con una competencia cada vez mayor. En este contexto, la formulación de estrategias triunfadoras sólo puede hacerse con un conocimiento profundo de la competencia y de los mercados y muy especialmente de lo que hacen y cómo lo hacen sus mejores competidores, es decir, los competidores excelentes.

El “benchmarking” estratégico es una metodología que permite conocer de una manera sistemática lo que hacen estos competidores excelentes y así aprender de ellos al comparar sus productos, procesos, arquitectura, innovación, estrategia y cultura con los correspondientes de la empresa objeto de “Benchmarking”. Dicho del modo más breve posible se trata de formular nuestras propias estrategias inspirándonos en las de los mejores competidores.

1ª PARTE

La Empresa competitiva en un entorno internacionalizado y globalizado

1. La internacionalización de la economía y la globalización de los mercados y de las operaciones.
2. La competitividad de la empresa en los mercados globales.
3. La empresa triunfadora en un contexto internacionalizado y globalizado. Los estudios empíricos.
4. La empresa triunfadora en un contexto internacionalizado y globalizado. Los paradigmas actuales.

El objetivo de esta primera parte es determinar los factores de competitividad y los principios básicos de management (estratégicos y culturales) que condicionan el éxito o fracaso de una empresa en el actual contexto.

2ª PARTE

La formulación de estrategias y el análisis estratégico en un entorno internacionalizado y globalizado

5. La estrategia empresarial. Formulación y análisis clásico.
6. La estrategia empresarial, nuevos métodos y herramientas de formulación y análisis.
7. Las necesidades de información para la toma de decisiones estratégicas en los mercados globales.

El objetivo de esta segunda parte es estimular a las empresas, a crear nuevos sistemas de información centrados en los mercados y los competidores y a utilizar los nuevos métodos y herramientas de formulación y análisis estratégico, ambos requisitos indispensables para competir con éxito en los mercados globales.

3ª PARTE

El Benchmarking como metodología y herramienta clave para aprender de los mejores

8. El Benchmarking (I). Definición y características.
9. El Benchmarking (II). Su proceso de aplicación.
10. Benchmarking (III). Recogida y análisis de datos.
11. Benchmarking (IV). Desarrollo y aplicación de un plan de mejoras.
12. Benchmarking (V). Casos prácticos de aplicación.

El objetivo de esta tercera parte es profundizar en el Benchmarking básico como metodología y herramienta clave para aprender de los mejores. Su conocimiento es indispensable para comprender la cuarta y última parte del programa que trata del Benchmarking estratégico global y que como su nombre indica se refiere a un tipo de Benchmarking superior.

4ª PARTE

El Benchmarking Estratégico Global. La senda hacia el éxito empresarial.

13. El Benchmarking Estratégico Global. Introducción.
14. Benchmarking de entornos competitivos: Países.
15. Benchmarking de entornos competitivos: “cluster”
16. Benchmarking de la empresa (I): El SBS (Strategic Benchmarking System) como metodología estructurada de Benchmarking Estratégico.
17. Benchmarking de la empresa (II): Etapas en el desarrollo de la metodología “SBS Strategic Benchmarking System”
18. Benchmarking de la empresa (III): Los factores clave de competitividad de la organización.
19. Benchmarking de la empresa (IV): Los factores clave de competitividad de los equipos directivos.
20. Benchmarking de la empresa (V): La forma de utilización de la metodología “SBS”
21. Benchmarking de la empresa (VI): Los frutos de la utilización de la metodología “SBS”
22. Del “SBS” al Benchmarking Estratégico Global.
23. Casos prácticos de Benchmarking Estratégico Global.

El objetivo de esta cuarta parte es presentar al Benchmarking Estratégico Global como la herramienta y la metodología más poderosa para la formulación y análisis de estrategias triunfadoras en el contexto de los mercados globales y de una economía internacionalizada. El Benchmarking Estratégico Global viene a ser una síntesis del más moderno Benchmarking competitivo y de los modelos más recientes de estrategia empresarial.

OPCIÓN ALTERNATIVA REDUCIDA AL PROGRAMA DEL SEMINARIO DE BENCHMARKING ESTRATEGICO GLOBAL

Objetivo: En un entorno cada vez mas globalizado y en una economía cada vez mas internacionalizada, cualquier empresa, independiente del sector en que opere, se encuentra casi siempre con una competencia cada vez mayor. En este contexto la formulación de estrategias triunfadoras solo puede hacerse con un conocimiento profundo de la competencia y de los mercados, y muy en especial de lo que hacen, y como lo hacen los mejores competidores, es decir, los competidores excelentes.

El Benchmarking Estratégico es una metodología que permite conocer de una forma sistemática lo que hacen estos competidores excelentes y así aprender de ellos al comparar sus productos, procesos, estrategia y cultura con los correspondientes de la empresa objeto de benchmarking. Dicho de una forma lo más breve posible se trata de formular nuestras propias estrategias inspirándose en las de los competidores mejores.

Programa:

1. La internacionalización de la economía y la globalización de los mercados.
2. Las informaciones necesarias para la toma de decisiones estratégicas en el nuevo entorno global.
3. La búsqueda de la competitividad en el nuevo entorno global
4. Los factores determinantes de la competitividad de los países, de "los clusters " y de las empresas.
5. El Benchmarking, una metodología indispensable para aprender de los mejores.
6. La evolución histórica del Benchmarking.
7. Los diferentes tipos de Benchmarking. Interno, Competitivo y Funcional.
8. El proceso de Benchmarking.
9. El Benchmarking de entornos competitivos. (países y "clusters").
10. La metodología del Benchmarking de entornos competitivos:
"S.B.S.Strategic Benchmarking System".
11. Los elementos que lo constituyen y la puesta en funcionamiento del
"S.B.S. Strategic Benchmarking System".

12. La aplicación del "S.B.S. Strategic Benchmarking System" a un caso práctico.
13. El Benchmarking estratégico de la empresa (contra los competidores "best in class").
14. La metodología de Benchmarking estratégico de la empresa: "S.B.S. Strategic Benchmarking System".
15. Los elementos que lo constituyen y la puesta en funcionamiento del "S.B.S. Strategic Benchmarking System".
16. Los beneficios que se obtienen con el "S.B.S. Strategic Benchmarking System".
17. La aplicación del "S.B.S. Strategic Benchmarking System" a un caso práctico.