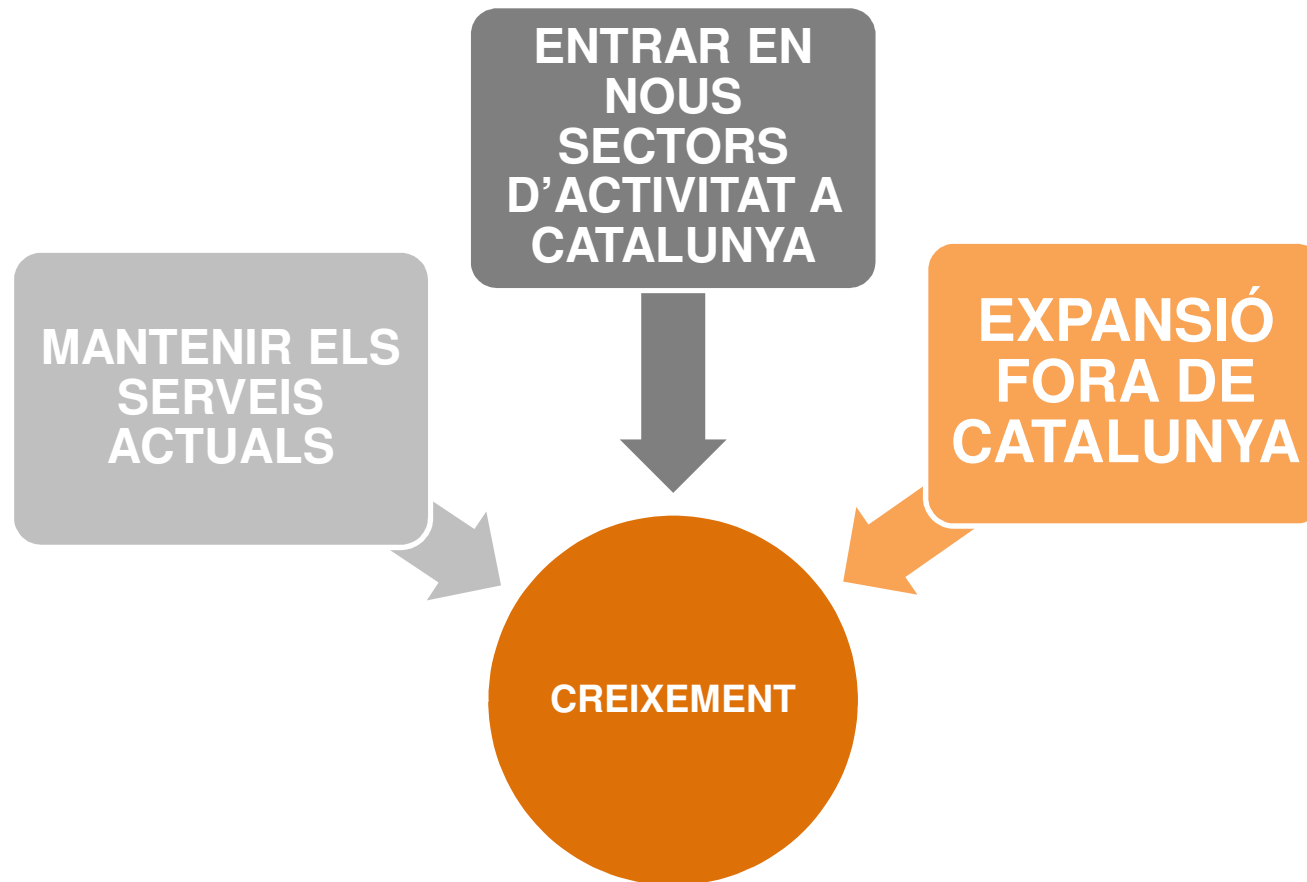


Estratègia Implantació Internacional 2013-14

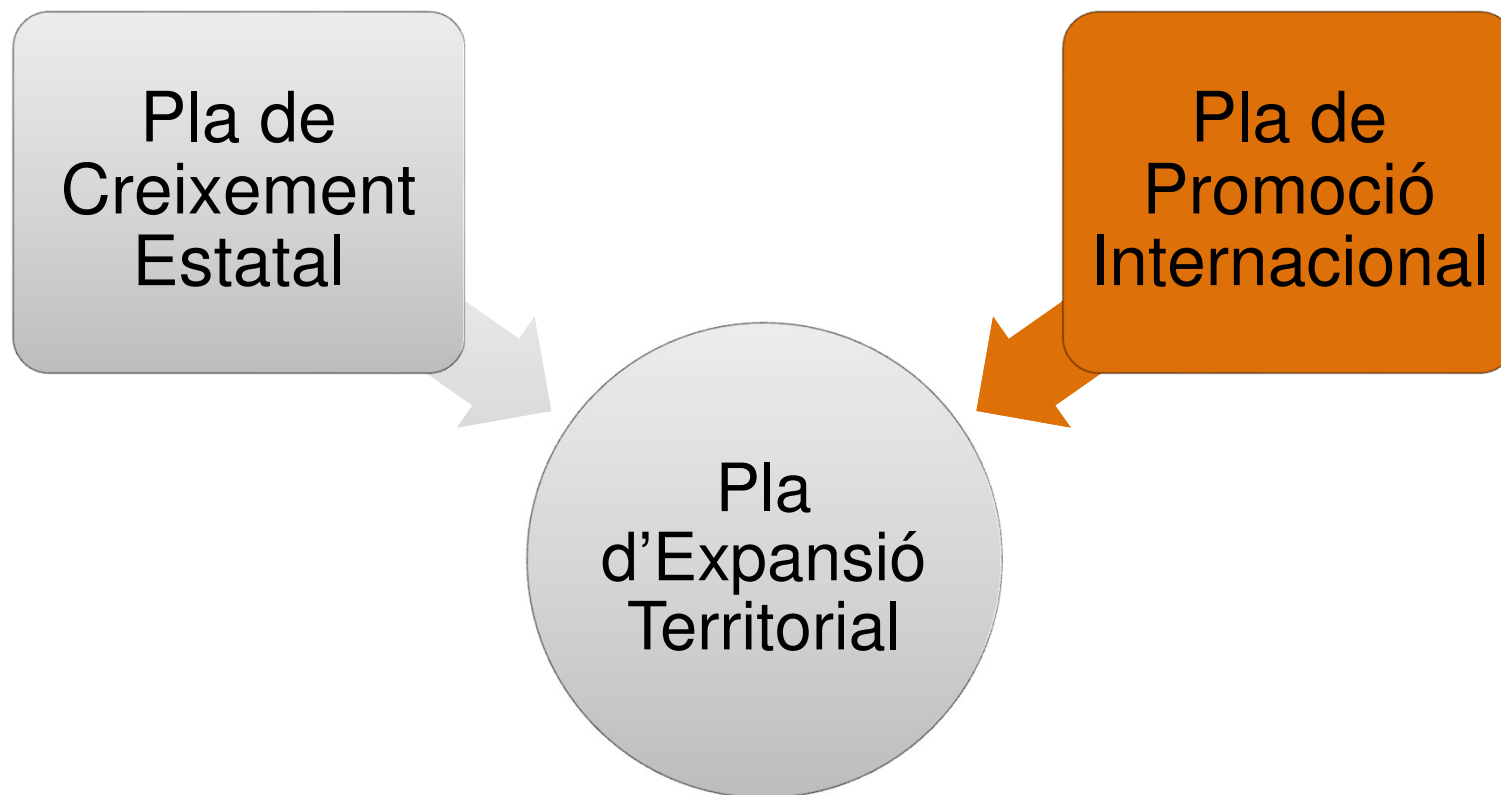


teixim vincles

Decisió estratègica (any 2012)



Com ho farem?



Pla de Promoció Internacional

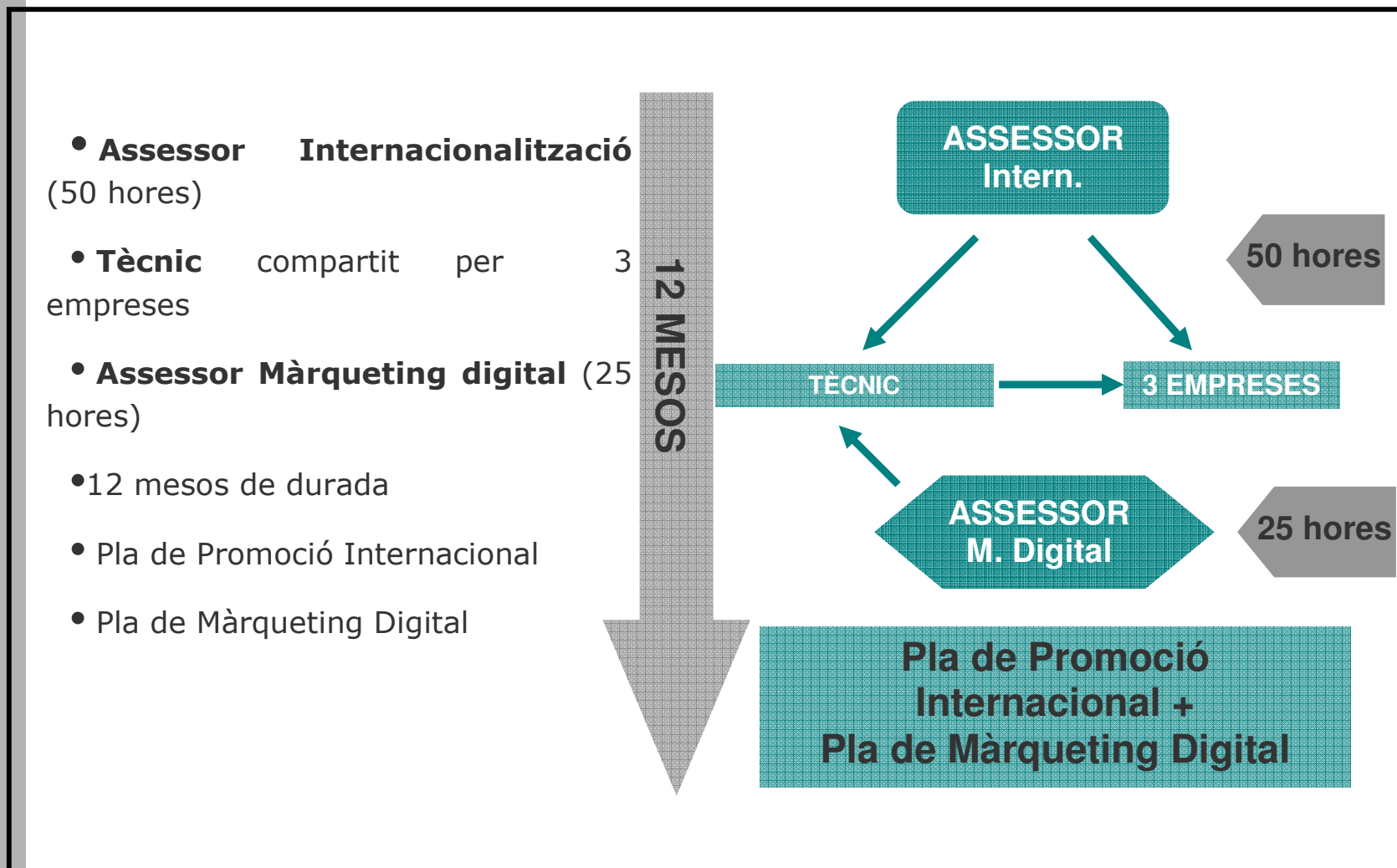
Objectius

- Ampliar les fronteres territorials de l'activitat actual de SUARA.
- Assegurar la permanència i el creixement futur de la cooperativa.
- Més economia social arreu del territori. Aprofitar el coneixement i l'experiència adquirida al llarg dels anys per exportar-ho fora de Catalunya.
- Explorar, conèixer i aprendre altres experiències en la gestió de serveis a Espanya i arreu del món. La internacionalització ha de ser un procés bidireccional.
- Mantenir una actitud activa davant la nostra competència real. En front grans operadors estatals / internacionals mercantils no podem mantenir una actitud defensiva.

Pla de Internacionalització

- Selecció de productes exportables
- Selecció de països
- Segmentació del mercats seleccionats
- Identificació dels canals de distribució
- Accions a desenvolupar

Assessorament ACC10



Selecció de mercats en funció dels productes més desenvolupats a nivell intern que considerem exportables. Els segments seleccionats són:

- Infància en risc: menors tutelats, no tutelats en situació d'exclusió social, etc.
- Gent gran: persones dependents o que necessiten de suport professional.
- Dones: programes destinats a dones de diferents col·lectius (víctimes de violència de gènere, sense sostre, mares solteres, etc.).
- Pobresa i inclusió: programes adreçats a persones en situació d'exclusió social (sense sostre, mobilitzat per conflictes, etc.)
- Educació: escoles infantils, escoles espanyoles al Magreb, etc.

Possibilitats de implantació

- Socis del àmbit de l'economia social (cooperatives, fundacions i associacions.)
- Empreses mercantils del sector de serveis socials que ja tinguin contactes amb organismes i institucions del país.
- Licitacions de caràcter internacional amb finançament multilateral.
- Consultoria a nivell instrumental com primer pas.

Criteris de selecció:

- Països amb demanda creixement de serveis socials que estiguin amb taxes de creixement importants
- Sectors en els que SUARA manté un lideratge de mercat a Catalunya
- Situació financera dels països a seleccionar i seguretat jurídica. Estabilitat del país.
- Cartera actual de serveis als mercats objectius i plans estatals en matèria de serveis socials
- Perspectives d'externalització dels serveis socials
- Diversificació del risc

Selecció de països

Àmbit

Amèrica
Llatina

Mediterrani

Europa

Nivell 1

Colòmbia
Perú

Tunísia

Nivell 2

Xile

Marroc

França

Nivell 3

Mèxic

Accions realitzades



Estudi i prospecció de mercat a diferents països: Tunísia i Marroc, Colòmbia, Perú i Xile, amb el suport d'ACCIÓ

Participació Fira MEDESS Tunísia – Economia Social i Solidaria de la Mediterrània

Situació actual de desenvolupament no aconsella la entrada al mercat de Tunísia

Vistes als països seleccionats com a prioritaris: Colòmbia, Perú i Xile

País seleccionat: XILE



Dades

- Xile és un dels països més estables i pròspers de sudamèrica, amb un creixement del PIB mig del 5 % (5,6 % al 2012), una inflació del 2,8% i una taxa d'atur al voltant del 5 %.
- En comparació amb la resta de països existeix una seguretat jurídica per les empreses i no hi ha una situació de corrupció destacada.
- La població total de Xile és de 17,5 milions i aproximament el 50 % es concentra a l'àrea metropolitana Santiago. El 17 % de la població és major de 60 anys i la tendència es a incrementar-se de forma important durant els propers anys.

País seleccionat: XILE



- S'ha reduït de forma considerable la pobresa durant els darrers anys. Passant del 37,5 % al 14 %. Existeix una classe mitja emergent molt important i una reduïda classe social alta amb gran poder adquisitiu.
- El canvi polític en curs facilitarà un impuls de determinades polítiques socials que necessitarà d'operadors amb experiència.
- El sector de l'atenció a la gent gran està en creixement, i existeix una demanda sense cobrir que anirà incrementant-se.

Accions a Xile

- Recerca de socis locals, tant inversors com gestors.
- Interlocució amb les administracions
- Definició del sostre màxim d'inversió, per part de Suara
- Realització de 4 viatges, entre ells, un amb el Director General de Suara.
- Estudi d'operacions concretes
- Estem en procés de creació d'una societat i d'elaboració del pla d'entrada

Conclusions

- És necessària una reflexió clara dins l'organització (socis, quadres directius, consell rector) i una visió compartida.
- És important que l'organització tingui capacitat d'adaptació (traducció de documents, adaptació dels models de serveis, agilitat en la presa de decisions....)
- És necessari disposar d'estudis previs, sabent que no reflecteixen el 100% de la realitat. Hem de trepitjar el terreny.
- Als viatges inicials és important que hi vagin dues persones.
- La planificació d'agenda de contactes previs a la visita contribueix a obtenir-ne uns resultats molt positius

Conclusions

- És important l'assessorament especialitzat, sobretot durant la primera fase de prospecció i de procés d'implantació.
- Cal identificar dins l'organització persones directives disposades i disponibles.
- L'organització ha de planificar uns recursos per a invertir i per a fer front a les despeses: viatges, estudis, expatriació dels directius..
- És interessant recolzar-se amb empreses catalanes i espanyoles que ja estan implantades al país. En alguns casos aquí podríem ser competència, a fora som aliats.
- És bàsic buscar socis adequats per a poder avançar.



GRÀCIES PER L'ATENCIÓ