

CHINA ÍNDIA & you

MING-JER CHEN E MILIND LELE
UNDERSTANDING CHINA & ÍNDIA

SALA DE AULA HSM
22 E 23 DE MAIO, **SÃO PAULO, BRASIL**

CHINA



MING-JER CHEN

Entendendo a China:
estratégias de negócios para
enfrentar oportunidades
e desafios do crescente
poderio Chinês.

Requisitado especialista mundial em estratégia, Ming-Jer Chen é autor do livro *Inside chinese business: a guide for managers worldwide*, que já se tornou referência obrigatória para toda empresa que planeje fazer parte do ambiente de negócios na China.

Chen é atualmente professor da Darden Business School da University of Virginia. Antes foi fundador e diretor da Global Chinese Business Initiative da Wharton School, University of Pennsylvania. Também faz parte da Chinese University de Hong Kong, do Imperial College of Science, Technology & Medicine (no Reino Unido), e da National University of Singapore.

Com profundo conhecimento da cultura e da história da China, e larga experiência internacional em gestão, Ming-Jer Chen leciona em grande variedade de programas de formação de executivos, em universidades como Columbia, Wharton e Darden. Entre seus clientes como consultor estão empresas como FedEx, DuPont, Alcoa, AIG, Morgan Stanley, China Development Bank, Kelon Electronics (China) e Young Entrepreneur Organization (Hong Kong).

Chen foi premiado por instituições de peso, como a Academy of Management, por seu trabalho pioneiro na área de dinâmicas competitivas e tem escrito artigos e concedido entrevistas para publicações como *Forbes*, *The Wall Street Journal*, *USA Today* e *Newsweek International*.

I. O ressurgimento da China e suas implicações globais

- O mercado chinês
- A ascensão da classe média chinesa
- A tríade global: a nova paisagem competitiva
- China: 5.000 mil anos em 25
- Competir ou cooperar com os chineses?
- Negócios na China continental em transição

II. Por dentro dos negócios chineses

- O confucionismo e seu impacto sobre as práticas comerciais e sociais chinesas em todo o mundo
- Contatos, contratos e guanxi relacionamentos duradouros
- China: "famílias empresariais" não "empresas familiares"
- Como se comunicar com os chineses
- A psicologia chinesa de negociação
- Negócios chineses ao redor do mundo

III. A expansão global das empresas chinesas

- Novos concorrentes chineses em todo o mundo
- Caminhos e estratégias de expansão global
- Desafios para as empresas chinesas
- Implicações para empresas do mundo inteiro
- Perspectivas estratégicas para competir com concorrentes chineses
- Estratégia de negócios na nova realidade mundial

PARTICIPAÇÕES ESPECIAIS

ROBERT WONG "Por que eu sempre acreditei na China?"

Robert Wong foi presidente da Korn/Ferry para o Brasil e a América Latina. Considerado pela revista *The Economist* como um dos mais destacados *headhunters* do mundo, é atualmente sócio da P&L e da Robert Wong Consultoria Executiva.

PETER FUNG *Doing Business in China*

Peter Fung é Partner da KPMG, em Beijing, China. É formado em Economia pela London School of Economics and Political Science.

ÍNDIA



MILIND LELE

Por dentro da Índia.
Como os consumidores e empresas da Índia estão criando uma superpotência econômica global.

Renomado professor da University of Chicago Graduate School of Business, Milind Lele atua na Índia e em empresas indianas há mais de vinte anos. Tem assessorado organizações internacionais que buscam aproveitar as oportunidades do mercado indiano e companhias líderes locais, como a Jet Airways, empresa aérea indiana de maior crescimento no país, e Logistics e Hindustan Lever, subsidiária da Unilever na Índia entre outras.

É sócio da SLC Consultants, firma de consultoria especializada em estratégia como sede em Chicago, Illinois.

Milind Lele é autor do best-seller *Monopoly rules!*, além de outros dois livros: *The customer is key* e *Creating strategic leverage*. Seus artigos tem sido publicados por algumas das mais respeitadas revistas especializadas do mundo, como *Harvard Business Review*, *Sloan Management Review* e *Business Marketing*, e em outros periódicos como o jornal *The New York Times*.

Em 1971, Milind Lele obteve o Ph.D. em Matemática Aplicada na Division of Engineering and Applied Physics da Harvard University. É bacharel em Engenharia pelo Indian Institute of Science (Bangalore) e em Física pela University of Pune (Pune), na Índia.

I. A ascensão da Índia

- Perspectivas históricas
- Do socialismo ao *software*
- Tendências e trajetórias
- O *salary pump*® - o que impulsiona o crescimento da Índia
- A Índia hoje: como a Índia cresceu em média 8% ao ano nos últimos 15 anos e o que isto significa para executivos e empresários de outras partes do mundo
- Como o crescimento da Índia tem sido diferente do da China

II. Por dentro da Índia

- A explosão de consumo
- Conheça o consumidor indiano
 - Demografia
 - Atitudes e expectativas
 - Onde eles compram -e como isso está mudando
 - O surgimento de uma classe média com 100 milhões de pessoas de forte poder aquisitivo
- A Índia empresarial
 - Contexto e diversidade
 - A invasão multinacional
 - Como as empresas indianas estão reagindo e liderando
- Fazendo negócios na Índia
 - Pequenas empresas vs. grandes empresas
 - Empresas familiares vs. empresas empreendedoras

III. A Índia no exterior

- Para além da terceirização: como as empresas indianas competem
- Formando parcerias com empresas indianas
- Competindo com concorrentes indianos

PARTICIPAÇÃO ESPECIAL

SÉRGIO RODRIGUES O que aprendi com a Índia

Sérgio Rodrigues, um dos mais importantes executivos do país e Presidente da TCS - Tata Consultancy Services Brasil - nos brindará relatando seus aprendizados na direção de uma empresa indiana no Brasil.

Cada dia fica mais evidente a influência da China e da Índia no rumo dos mercados mundiais. Assim como os demais países, o Brasil não pode ignorar esta realidade. Já pudemos observar, recentemente, o peso dessas potências sobre a economia mundial.

No entanto, é constatada uma aparente falta de motivação do empresariado brasileiro pelo mercado chinês e indiano. Você sabe como isto se explica?

É possível que o desconhecimento em relação a essas culturas esteja servindo de pretexto para os investidores brasileiros ignorarem esses grandes mercados?

E você?

- Sabe quais são as novas realidades da China e da Índia?
- Sabe quais são as suas peculiaridades, filosofias, usos e costumes; fatores imprescindíveis para o sucesso dos negócios nesses países?

É dentro desta perspectiva que a HSM lhe convida a participar deste Special Management Program onde você conhecerá as melhores estratégias para reagir aos desafios e às oportunidades dessas duas potências emergentes.



UNDERSTANDING CHINA & ÍNDIA

AGENDA



22 DE MAIO - ÍNDIA

8h a 9h	RECEPÇÃO COM CAFÉ DE BOAS-VINDAS
9h a 10h30	MILIND LELE 1ª SESSÃO
10h30 a 10h50	COFFEE BREAK
10h50 a 12h30	MILIND LELE 2ª SESSÃO
12h30 a 13h45	ALMOÇO
13h45 a 15h25	MILIND LELE 3ª SESSÃO
15h25 a 15h45	COFFEE BREAK
15h45 a 16h30	SÉRGIO RODRIGUES 🇧🇷
16h30 a 18h	WRAP-UP SESSION

23 DE MAIO - CHINA

8h a 9h	RECEPÇÃO COM CAFÉ DE BOAS-VINDAS
9h a 10h30	MING-JER CHEN 1ª SESSÃO
10h30 a 10h50	COFFEE BREAK
10h50 a 11h45	MING-JER CHEN 2ª SESSÃO
11h45 a 12h30	ROBERT WONG 🇧🇷
12h30 a 13h45	ALMOÇO
13h45 a 15h45	MING-JER CHEN 3ª SESSÃO
15h45 a 16h05	COFFEE BREAK
16h05 a 17h	PETER FUNG Participação Especial
17h a 18h	WRAP-UP SESSION

INFORMAÇÕES GERAIS

Data

22 e 23 de maio de 2007

Local

Hotel Transamérica: Sala Comandatuba
Av. das Nações Unidas, 18.591
São Paulo - SP

Traslados gratuitos

- Na manhã do primeiro dia do evento: saída às 8h10, do aeroporto de Congonhas (portão de desembarque) para o Hotel Transamérica.
- Ao final do segundo dia do evento: para os aeroportos de Congonhas e Cumbica.

Passe Individual

Válido para os 2 dias do evento

Valor normal: R\$ 4.900

Valor promocional até 27/4/2007: R\$ 3.880*

* Para pagamentos efetuados até 27/4/2007.

Incluso

- Material de apoio
- Almoço no local do evento
- Certificado de participação
- Tradução simultânea: Inglês / Português / Inglês
- Estacionamento

Três maneiras para se inscrever:

Telefone 11 4689 6666

Site www.hsm.com.br

Fax 11 4689 6667

Consulte as condições especiais para grupos: corporativo@hsm.com.br

Mais informações: eventos@hsm.com.br

Main Sponsor



Printed by
esplanada
esplanada

Media Partner

FOLHA
Não dá pra não ler.

HSM
Inspiring ideas

Al. Mamoré, 989
13º andar - Alphaville
06454-040 - Barueri - SP
Tel.: (11) 4689-6666
Fax: (11) 4689-6667
www.hsm.com.br

PRÓXIMOS SPECIAL MANAGEMENT PROGRAMS

19 e 20 de junho **William Ury**
21 e 22 de junho **Neil Rackham**
2 e 3 de agosto **Hau Lee**
7 e 8 de agosto **John Davis**
18 e 19 de setembro **Jeremy Hope**
20 e 21 de setembro **John Hogan**