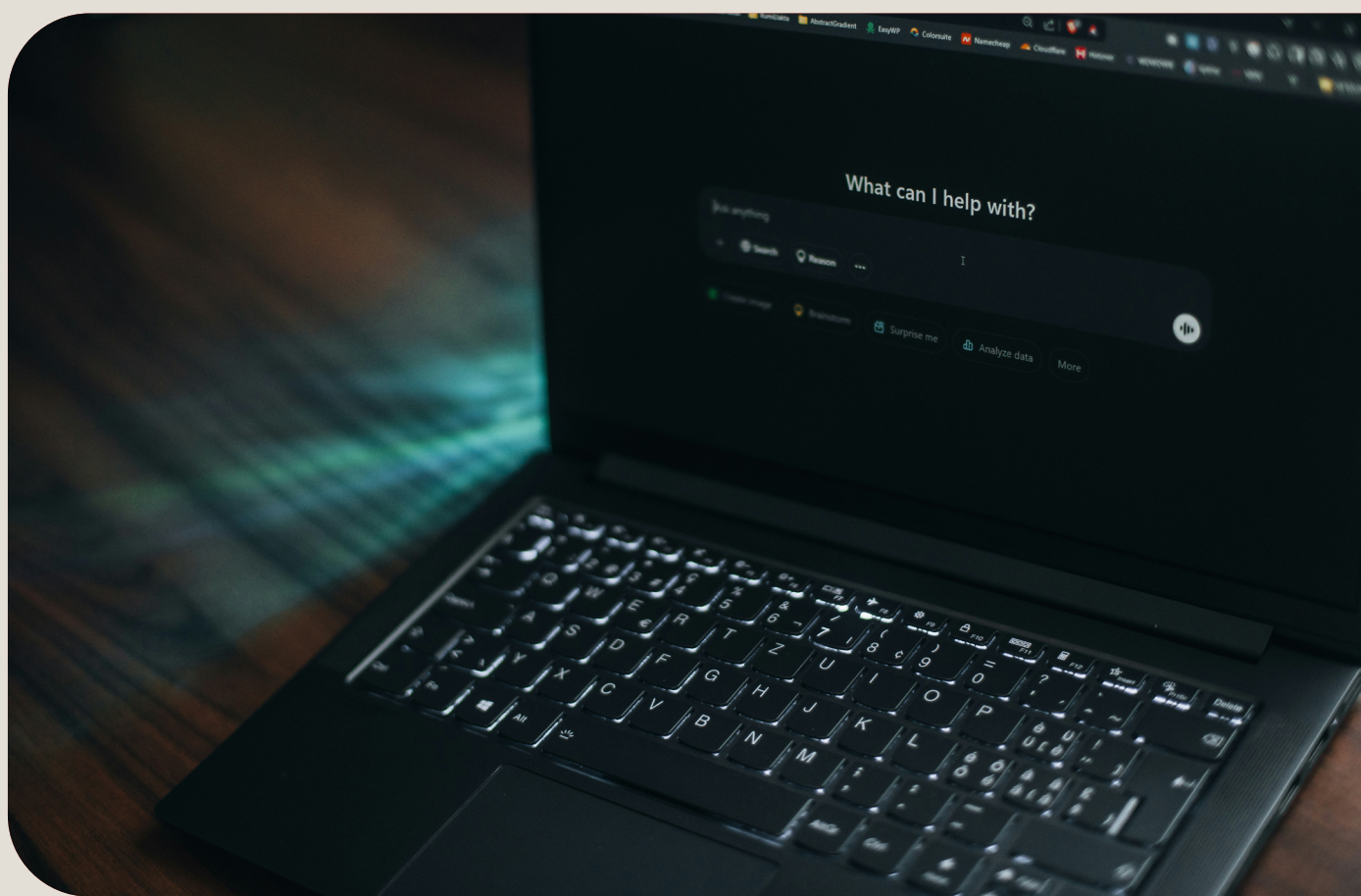


Guia de *prompts*

Prodeca

per a l'exportació de
productes agroalimentaris
de Catalunya



Avís legal

Els continguts i resultats generats mitjançant les eines d'intel·ligència artificial (IA) es basen en patrons estadístics i models predictius entrenats amb grans volums de dades. Això vol dir que, tot i que poden ser útils com a suport en processos de redacció, anàlisi o generació d'idees, no poden considerar-se fonts autoritzades, exhaustives ni infal·libles.

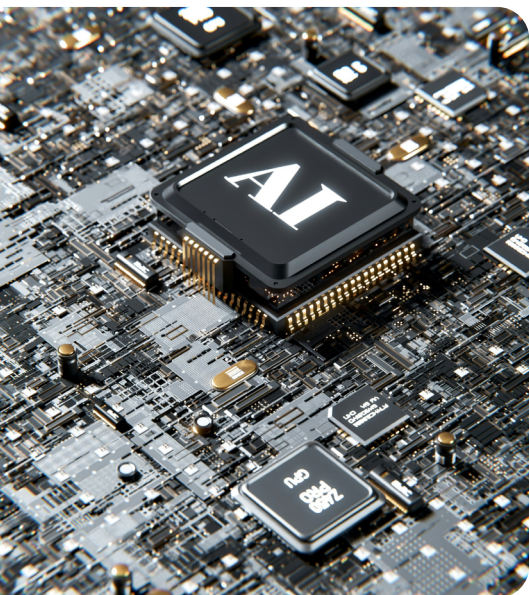
PRODECA no garanteix l'exactitud, la veracitat ni la idoneïtat del contingut generat mitjançant prompts o instruccions suggerides en aquesta guia. L'ús d'aquestes eines requereix sempre una revisió crítica i una validació humana prèvia abans de difondre, publicar o utilitzar la informació generada en àmbits professionals, comercials o institucionals.

Així mateix, cal tenir present que:

- La IA pot generar afirmacions incorrectes, incompletes o descontextualitzades.
- Pot contenir biaixos o errors inherents al seu entrenament.
- Pot no reflectir l'actualització normativa, jurídica o sectorial vigent.
- L'ús no crític de la IA pot derivar en resultats inadequats o no ajustats als objectius de comunicació de l'entitat o persona usuària.

PRODECA no es fa responsable dels danys, pèrdues o perjudicis que puguin derivar-se de l'ús, la interpretació o la difusió del contingut generat amb aquestes eines, incloent-hi inexactituds, omissions, o vulneracions de drets de tercers.

L'usuari o usuària assumeix la responsabilitat exclusiva sobre l'ús que faci dels materials i informacions generades, així com sobre les decisions que en derivin. Es recomana aplicar criteris professionals, documentar les fonts, i consultar persones expertes quan el contingut es destini a finalitats sensibles, legals o estratègiques.



Continguts

01	<u>Anàlisi i selecció de mercats objectiu</u>	<u>7</u>
	Anàlisi d'oportunitats internacionals per a una empresa agroalimentària catalana	7
	Anàlisi comparativa d'oportunitats d'exportació per a un producte específic en tres mercats internacionals	9
	Anàlisi estratègica del millor canal d'entrada per a un producte en un mercat internacional	11
02	<u>Preparació estratègica</u>	<u>13</u>
	Argumentari comercial adaptat per a un distribuïdor japonès	13
	Adaptació estratègica del relat de marca per al mercat nord-americà	15
03	<u>Materials comercials internacionals</u>	<u>17</u>
	Adaptació d'una fitxa tècnica de producte al mercat local	17
	Redacció d'un correu formal per establir primer contacte amb un importador	19
04	<u>Fires i missions comercials</u>	<u>21</u>
	Disseny d'un guió de reunions breus per a fira internacional del sector [especificar]	21
	Simulació de conversa amb un comprador internacional	23
05	<u>Seguiment i negociació</u>	<u>25</u>
	Seguiment post-reunió amb proposta reformulada per generar interès comercial	25
	Simulació d'una negociació comercial amb sol·licitud d'exclusivitat i descompte per part del distribuïdor	27
06	<u>Posicionament digital internacional</u>	<u>29</u>
	Adaptació localitzada d'un contingut web per a un mercat internacional	29
	Anàlisi i classificació de paraules clau SEO per a un producte en un mercat específic	31
	Generació de posts socials adaptats a valors locals per a un producte en un mercat concret	33
07	<u>Sostenibilitat i compliance ambiental</u>	<u>35</u>
	Redacció d'un informe breu de sostenibilitat per a importadors internacionals	35
	Anàlisi normativa de certificacions ambientals requerides per a un producte específic en un context geogràfic determinat	37
	Anàlisi i millora de packaging amb criteris de sostenibilitat	39

Continguts

08	<u>Gestió de riscos i escenaris de crisi</u>	<u>41</u>
	Anàlisi de risc per a l'exportació segons factors geopolítics i logístics	41
	Disseny d'un protocol d'actuació per a incidències de qualitat amb clients internacionals	43
09	<u>Formació de l'equip comercial amb IA</u>	<u>45</u>
	Disseny d'un pla d'aprenentatge intensiu per a un Export Manager	45
	Simulació d'una reunió comercial per entrenar habilitats de negociació	47
10	<u>Optimització de processos interns</u>	<u>49</u>
	Anàlisi estratègica de costos d'exportació per mercats internacionals	49
	Disseny d'una estratègia de preus segons posicionament i anàlisi competitiva	51
11	<u>Ajuts i finançament</u>	<u>53</u>
	Recerca i anàlisi d'ajuts per a la internacionalització d'empreses agroalimentàries catalanes	53
	Redacció d'una proposta formal per a una subvenció de participació en una fira sectorial	55
12	<u>Logística i operacions</u>	<u>57</u>
	Anàlisi comparativa de rutes logístiques per a l'exportació internacional	57
	Generació d'un checklist exhaustiu per a expedicions internacionals	59
	Anàlisi i proposta d'accions preventives davant de riscos logístics en mercats inestables	61
13	<u>Quadres de comandament i IA</u>	<u>63</u>
	Disseny d'un dashboard de KPI d'exportació per a la direcció executiva	63
14	<u>Direcció estratègica i pla d'expansió</u>	<u>65</u>
	Disseny estratègic d'un pla d'expansió empresarial en tres fases per a l'entrada a nous mercats	65
	Checklist d'indicadors de maduresa exportadora i propostes d'evolució estratègica	67
15	<u>Gestió de distribuïdors internacionals</u>	<u>69</u>
	Definició estratègica del perfil òptim de distribuïdor internacional per a un producte específic	69
	Redacció d'un esborrany de contracte per a la distribució internacional de productes	71

Continguts

16	<u>Productes d'alta regulació</u>	<u>73</u>
	Generació d'un checklist complet de documentació per a l'exportació de carn o productes làctics a un país específic	73
	Anàlisi de restriccions culturals per a productes alimentaris i propostes d'adaptació	75
17	<u>Exportació col·laborativa</u>	<u>77</u>
	Disseny d'un pla d'acció per a l'exportació col·laborativa entre empreses	77
	Disseny col·laboratiu d'un catàleg digital per a la internacionalització de productes agroalimentaris	79
18	<u>Relació amb organismes públics</u>	<u>81</u>
	Elaboració d'una agenda coordinada d'accions públiques del sector agroalimentari català	81
	Redacció d'una carta institucional per a la presentació de candidatura a una missió comercial internacional	83
19	<u>Exportació digital i marketplaces</u>	<u>85</u>
	Avaluació de preparació i pla d'entrada a plataformes globals de comerç electrònic (Amazon/Alibaba)	85
	Redacció d'una fitxa de producte optimitzada per Amazon França	87
20	<u>Negociació intercultural</u>	<u>89</u>
	Adaptació d'un discurs de venda a un perfil cultural específic	89
	Simulació d'una negociació complexa amb un distribuïdor exigent per reforçar les habilitats de venda estratègica	91
21	<u>Llançament de nous productes</u>	<u>93</u>
	Disseny d'un toolkit per a la internacionalització d'un nou producte	93
	Anàlisi de viabilitat de llançament d'un nou producte en un mercat específic	95
22	<u>Gestió documental</u>	<u>97</u>
	Organització digital de la documentació exportadora per a una gestió eficient	97
	Revisió intel·ligent de documents d'exportació	99

Continguts

23	<u>Compliance i regulació internacional</u>	<u>101</u>
	Anàlisi estructurada de riscos normatius i legals per al llançament d'un producte	101
	Disseny d'un pla bàsic de compliance per a pimes agroalimentàries exportadores	103
24	<u>Tràmits digitals i administració</u>	<u>105</u>
	Creació d'una guia detallada de tràmits digitals per a l'exportació des de Catalunya	105
25	<u>CRM i automatització de vendes</u>	<u>107</u>
	Disseny d'una estructura operativa de CRM per a equips comercials d'exportació	107
	Disseny d'un sistema d'automatització per al seguiment comercial amb intel·ligència artificial	109
26	<u>Comunicació de crisi i reputació</u>	<u>111</u>
	Disseny d'un protocol per gestionar una crisi reputacional a l'estranger	111
	Redacció d'una resposta professional a una ressenya negativa internacional	113
27	<u>Eines col·laboratives</u>	<u>115</u>
	Disseny d'un espai col·laboratiu digital per a la gestió operativa de l'equip d'exportació	115
	Disseny d'una base de coneixement interna sobre internacionalització	117
28	<u>Visualització de dades</u>	<u>119</u>
	Disseny d'un dashboard comparatiu de rendiment entre mercats internacionals	119
	Desenvolupament d'un sistema automatitzat amb IA per al monitoratge i resum setmanal d'indicadors	121

01

Anàlisi i selecció de mercats objectiu

Anàlisi d'oportunitats internacionals per a una empresa agroalimentària catalana

→ Identificar tres mercats amb alta demanda i baixa barrera d'entrada per a l'exportació d'un producte agroalimentari concret, basant-se en el perfil d'una empresa catalana.

Rol

- Actues com un **expert en comerç internacional** amb especialització en el sector agroalimentari.
- Tens una sòlida **experiència** en estratègies d'internacionalització, anàlisi de mercats emergents i coneixement profund de les regulacions comercials, aranzelàries i no aranzelàries aplicables als productes agroalimentaris.
- El teu enfocament és **orientat a resultats** i tens capacitat per traduir dades de mercat en accions estratègiques viables.

Context

Estàs assessorant una **empresa catalana** del sector agroalimentari que produeix [producte]. Aquesta empresa busca expandir les seves exportacions i vol prioritzar mercats on hi hagi:

- » Una **demanda** creixent o consolidada pel seu tipus de producte.
- » **Barreres d'entrada** relativament baixes (aranzels, requisits sanitaris, logístics o culturals).

Disposa d'una capacitat productiva moderada, experiència limitada en exportació, i un equip comercial preparat per operar en anglès i castellà. Té presència digital bàsica i està oberta a adaptar el seu packaging i branding. L'anàlisi es farà per **orientar decisions comercials** a curt i mitjà termini.



01

Anàlisi i selecció de mercats objectiu

Anàlisi
d'oportunitats
internacionals per
a una empresa
agroalimentària
catalana

Objectius

1. Seleccionar tres països o regions que representin una **oportunitat** clara per a l'exportació del [producte].
2. **Justificar la selecció** de cada mercat amb dades de demanda, tendències de consum, accessibilitat comercial i context competitiu.
3. Indicar el nivell de **complexitat normativa i logística** de cada mercat.
4. Recomanar **estratègies d'entrada** inicials per a cada mercat (per ex. distribuïdor local, venda online, fires sectorials).

Consideracions

- ☑ Tingues en compte **fonts de dades fiables** com ITC Trade Map, FAO, Euromonitor, i informes sectorials d'ACCIÓ.
- ☑ Evita mercats amb regulacions **fitosanitàries molt restrictives** per a nous entrants.
- ☑ Redacta en un estil analític, estructurat i **orientat a presa de decisions**.
- ☑ Limita l'anàlisi a **600 paraules per mercat**, amb un resum executiu final de 150 paraules.



01

Anàlisi i selecció de mercats objectiu

Anàlisi comparativa d'oportunitats d'exportació per a un producte específic en tres mercats internacionals

→ Obtenir una avaluació rigorosa i accionable de les millors opcions per a l'exportació d'un producte determinat entre tres països escollits, incloent factors econòmics, logístics i reguladors, i conclouent amb una recomanació clara.

Rol

- Ets un analista expert en comerç internacional amb **10 anys d'experiència** en estratègies d'exportació i entrada a mercats.
 - Especialitzat en **avaluació comparativa** de mercats emergents i consolidats, ofereixes assessorament basat en dades, regulacions i dinàmiques comercials globals.
-

Context

L'empresa està valorant expandir-se internacionalment amb un nou producte i necessita identificar quin dels tres mercats proposats representa la millor oportunitat. La decisió s'ha de prendre en el marc d'un **pla d'internacionalització a curt termini** (6-12 mesos), amb un pressupost d'entrada limitat. Els mercats poden estar ubicats en diferents continents. L'anàlisi es presentarà a l'equip directiu i servirà per definir la prioritat d'acció.



01

Anàlisi i selecció de mercats objectiu

Anàlisi comparativa d'oportunitats d'exportació per a un producte específic en tres mercats internacionals

Objectius

1. **Comparar tres països** seleccionats segons el seu potencial d'acollida per a l'exportació d'un producte concret (que s'indicarà).
2. Analitzar com a mínim els següents factors per a cada país:
 - 2.1. Mida i creixement del **mercat objectiu**.
 - 2.2. **Barreres d'entrada** (aranzels, regulacions, requisits legals).
 - 2.3. **Competència** local i importacions actuals.
 - 2.4. Canals de **distribució** disponibles.
 - 2.5. **Riscos** polítics i econòmics.
3. Presentar una **taula comparativa** clara entre els tres mercats.
4. Formular una **recomanació final** justificada sobre quin país és més viable per iniciar-hi l'exportació.

Consideracions

- ☑ Utilitza **fonts de dades actualitzades** (com ara el Banc Mundial, ITC, o bases de dades d'informació comercial).
- ☑ Expressa't amb **llenguatge** formal i orientat a decisors empresarials.
- ☑ Limita l'anàlisi a un màxim de **1.000 paraules**.
- ☑ El format final ha d'incloure:
 - » Una breu introducció.
 - » La taula comparativa.
 - » Una anàlisi escrita per país.
 - » Una recomanació final amb justificació.
- ☑ Indica si hi ha **buits d'informació o riscos** que caldria investigar més abans de prendre una decisió definitiva.



01

Anàlisi i selecció de mercats objectiu

Anàlisi estratègica
del millor canal
d'entrada per
a un producte
en un mercat
internacional

→ Obtenir una recomanació justificada, amb base en dades concretes, sobre el canal d'entrada més eficient per comercialitzar un producte específic en un país determinat.

Rol

- Ets un **consultor sènior en estratègia d'internacionalització**, especialitzat en l'anàlisi de mercats i canals de distribució globals.
 - Combines **coneixement expert** en màrqueting internacional, logística comercial i regulació d'importacions per oferir recomanacions fonamentades i orientades a resultats.
-

Context

L'empresa està valorant expandir-se al mercat de [país], amb la voluntat d'introduir-hi el producte [producte]. Es tracta d'un producte amb [descripció breu: naturalesa, grau d'innovació, preu mitjà, públic objectiu, etc.].

Actualment, l'empresa **no té presència prèvia** al mercat objectiu.

Es compta amb un pressupost limitat per a les fases inicials d'entrada i un equip intern amb coneixements bàsics del mercat local.

L'objectiu és identificar el millor canal d'entrada per minimitzar riscos i maximitzar l'impacte inicial. El resultat ha d'ajudar a prendre decisions de llançament i negociació amb possibles intermediaris.



01

Anàlisi i selecció de mercats objectiu

Anàlisi estratègica
del millor canal
d'entrada per
a un producte
en un mercat
internacional

Objectius

1. Identificar i descriure els **canals d'entrada** viables per a [pro-
ducte] al mercat de [país]: distribuïdors, partners locals, e-com-
merce transfronterer, filial pròpia, franquícies, etc.
2. **Comparar-los** en termes de costos, velocitat d'accés, riscos,
barreres legals o logístiques, i adaptabilitat cultural.
3. Recomanar el **canal més eficient** segons criteris objectius i
alineats amb els recursos i les capacitats de l'empresa.
4. **Justificar l'elecció** amb dades de mercat, informes sectorials,
casos d'estudi o exemples comparables.

Consideracions

- ☒ Utilitza **fonts contrastades** i, si cal, informes de comerç inter-
nacional, dades de consum local, o benchmarks d'empreses
similars.
- ☒ Redacta en un **estil** formal, estructurat i orientat a la presa de
decisions.
- ☒ Inclou **gràfics o taules comparatives** si aporta claredat.
- ☒ Limita't a un màxim de **1.200 paraules**.
- ☒ No recomanis més d'un canal prioritari, però pots esmentar una
opció secundària si hi ha condicions específiques que ho jus-
tifiquin.



02

Preparació estratègica

Argumentari
comercial
adaptat per a
un distribuïdor
japonès

→ Convèncer i generar interès comercial des d'un enfocament culturalment sensible.

Rol

- Ets un expert en **comunicació comercial internacional** amb una sòlida trajectòria en la creació d'argumentaris per a mercats asiàtics, especialment el japonès.
 - Combines coneixements interculturals amb habilitats de redacció persuasiva orientada a negocis B2B del sector agroalimentari, i tens una especial sensibilitat per les formes de cortesia, jerarquia i valors corporatius propis del Japó.
-

Context

Estàs preparant un argumentari comercial escrit que serà utilitzat per establir una **primera connexió formal** amb un distribuïdor japonès. L'empresa representada busca introduir els seus productes al mercat nipó i iniciar una col·laboració a llarg termini.

La comunicació s'enviarà en format digital (correu electrònic o dossier PDF) i ha de reflectir respecte, fiabilitat i una clara proposta de valor adaptada a les expectatives del soci japonès.

Disposes d'informació general sobre el sector, però el coneixement de la cultura empresarial japonesa serà clau per a l'èxit de la proposta.



02

Preparació estratègica

Argumentari
comercial
adaptat per a
un distribuïdor
japonès

Objectius

Redacta un **argumentari comercial** que:

1. Presenti l'**empresa** i els seus productes/serveis de manera formal i estructurada.
2. Destaqüi els **avantatges competitius** rellevants per al context japonès (qualitat, fiabilitat, eficiència, servei de postvenda).
3. Inclogui una invitació a una **reunió** o intercanvi formal, mantenint el to respectuós i jeràrquicament adequat.
4. Incorpori **referències** a valors compartits com la col·laboració, la millora contínua i la confiança mútua.
5. Faciliti la **comprensió** a un públic japonès sense donar lloc a malentesos culturals.

Consideracions

- ☑ Utilitza un **llenguatge** formal, respectuós i orientat a la relació a llarg termini.
- ☑ Evita **expressions** agressives, hipèrboles o promeses comercials buides.
- ☑ Inclou opcionalment una breu **salutació** inicial i una fórmula de **tancament** de cortesia d'estil japonès.
- ☑ El text no ha de superar les **500 paraules** i ha d'estar redactat en anglès internacional (no en japonès).
- ☑ Mostra una **actitud oberta** a adaptar el model de col·laboració segons les necessitats i expectatives locals.



02

Preparació estratègica

Adaptació
estratègica del
relat de marca per
al mercat nord-
americà

→ Reformular el relat de marca per tal de connectar amb el públic dels Estats Units, alineant-lo amb valors clau com la salut, la sostenibilitat i la conveniència.

Rol

- Ets un **expert en branding i comunicació estratègica** amb experiència internacional, especialitzat en l'adaptació intercultural de narratives corporatives.
 - El teu perfil combina una comprensió profunda dels valors i expectatives dels consumidors nord-americans amb un enfocament orientat a resultats en el sector del consum responsable i els productes de benestar.
-

Context

Estàs treballant per a una marca europea consolidada en l'àmbit de l'**alimentació saludable** que vol expandir-se al mercat dels Estats Units. El relat original de la marca posa èmfasi en l'origen local dels productes, la qualitat artesanal i els processos respectuosos amb el medi ambient. Ara cal adaptar aquest relat per connectar emocionalment i culturalment amb el **públic nord-americà**, especialment els segments urbans, conscients de la seva salut, compromesos amb el medi ambient i amb un estil de vida accelerat que prioritza solucions pràctiques i ràpides.

Els canals principals seran digitals (web, xarxes socials, newsletters), amb presència en fires especialitzades i campanyes col·laboratives amb influenciadors locals. Es disposa d'un equip de disseny gràfic i d'una agència local de PR com a suport operatiu.



02

Preparació estratègica

Adaptació
estratègica del
relat de marca per
al mercat nord-
americà

Objectius

Redissenyar el **relat de marca** perquè:

1. Transmeti amb claredat els **beneficis** per a la salut dels productes.
2. Demostri compromís tangible amb la **sostenibilitat** ambiental.
3. Comuniqui **solucions** convenients per al dia a dia dels consumidors.

El resultat ha de ser un relat cohesionador que pugui aplicar-se tant en formats breus (taglines, posts) com en formats extensos (pàgina “Sobre nosaltres”, presentacions comercials). El to ha de ser positiu, proper i empàtic, alineat amb els codis de comunicació nord-americans.

L'èxit es mesurarà per la claredat, diferenciació i capacitat de generar confiança i connexió emocional amb el públic objectiu.

Consideracions

- ☒ Utilitza un **llenguatge natural** i proper, evitant tecnicismes europeus o referències culturals no transferibles.
- ☒ Prioritza **conceptes** com “wellness”, “planet-friendly”, “easy choices”, “on-the-go”.
- ☒ No caiguis en l'estètica o retòrica **greenwashing**: els missatges han de ser honestos i demostrables.
- ☒ El relat ha de ser **adaptable** a diversos formats, però coherent en to i missatge.



03

Materials comercials internacio- nals

Adaptació d'una
fitxa tècnica
de producte al
mercat local

→ Obtenir una versió completament adaptada d'una fitxa tècnica de producte, conforme amb les normatives legals i culturals del país de destí.

Rol

- Ets un consultor **expert en adaptació internacional de documentació tècnica** amb coneixements avançats en regulació de productes, legislació sectorial i pràctiques culturals.
 - Disposes d'experiència en la localització de materials per a mercats europeus, americans i asiàtics, i ets capaç de garantir la conformitat legal i l'adequació comunicativa de la documentació corporativa.
-

Context

Estàs treballant per a una empresa que vol **introduir un producte ja existent en un nou mercat estranger**. El document de partida és una fitxa tècnica redactada per al mercat d'origen. Ara cal adaptar-ne el contingut perquè compleixi les normatives vigents (per exemple, etiquetatge, seguretat, ingredients o materials permesos, formats de presentació) i respecti els codis culturals i les expectatives comunicatives del públic objectiu local.

L'adaptació pot ser utilitzada tant per canals comercials com institucionals, en format digital i imprès.



03

Materials comercials internacio- nals

Adaptació d'una
fitxa tècnica
de producte al
mercat local

Objectius

1. Identificar les diferències normatives entre el mercat original i el mercat de destí pel que fa a requisits tècnics, legals i de comunicació.
2. Reescriure la fitxa tècnica assegurant-ne la conformitat legal completa i la comprensibilitat cultural per al públic del país destinatari.
3. Mantenir la rigorositat tècnica original tot millorant la claredat i adaptabilitat de la informació per al nou context.
4. Incorporar terminologia oficial i etiquetes específiques requerides per la normativa local.

Consideracions

- ☒ Indica el país de destí i, si és possible, el sector del producte (alimentació).
- ☒ L'estil ha de ser formal, tècnic i alineat amb els estàndards del sector corresponent.
- ☒ El document resultant ha de ser compatible amb processos de certificació o auditoria si s'escau.
- ☒ Evita literalitats de traducció i centra't en l'equivalència funcional del contingut.
- ☒ Assegura't d'incloure les referències legals o tècniques aplicables al país objectiu, si estan disponibles.



03

Materials comercials internacio- nals

Redacció d'un correu formal per establir primer contacte amb un importador

→ Generar un missatge per iniciar relació comercial amb to professional i proper.

Rol

- Ets un **redactor/a comercial especialitzat/da en comunicacions B2B internacionals**, amb experiència en negociacions d'exportació i coneixement dels codis formals i culturals del comerç internacional.
 - El teu perfil combina habilitats de redacció estratègica amb empatia comercial.
-

Context

Estàs redactant un correu electrònic per a una empresa que vol iniciar una **relació comercial** amb un importador ubicat a [país], dins d'un context d'expansió internacional del seu negoci.

L'empresa exportadora té un producte consolidat al seu mercat local i vol establir **noves aliances comercials**.

Aquest correu és el primer punt de contacte amb el destinatari i es preveu que desencadeni una possible reunió o resposta per part de l'importador. El missatge s'enviarà des del correu corporatiu del responsable d'exportacions, amb signatura institucional.



03

Materials comercials internacio- nals

Redacció d'un
correu formal per
establir primer
contacte amb un
importador

Objectius

Redactar un **correu** que:

1. S'introdueixi breument i posi en valor la **proposta** de l'empresa.
2. Demostri **interès** pel mercat i per l'activitat de l'importador.
3. Proposi una conversa o **reunió** per explorar sinergies comercials.
4. Mantingui un **to** formal però proper, evitant rigidesa excessiva.
5. S'adapti **culturalment** a les convencions de comunicació del país de destí

Consideracions

- ☒ Escriu en **llenguatge** clar, estructurat i directe.
- ☒ El correu ha de tenir una extensió màxima d'uns **200-250 paraules**.
- ☒ Inclou salutació inicial, cos amb propòsit i tancament amb crida a l'acció (call to action).
- ☒ Evita **tecnicismes** o fórmules comercials massa agressives.
- ☒ Si el país de destí és conegut per tenir normes culturals específiques en les relacions comercials (com el Japó, Alemanya, Brasil, etc.), **adapta el to i les formes amb sensibilitat**.
- ☒ Escriu el correu en **[idioma o llengua pertinent segons país]**.



04

Fires i missions comercials

Disseny d'un
guió de reunions
breus per a fira
internacional
del sector
[especificar]

→ Optimitzar les reunions de 10 minuts en un entorn de fira internacional per maximitzar les oportunitats comercials, de col·laboració o de visibilitat estratègica.

Rol

- Ets un **consultor sènior en desenvolupament de negoci internacional**, especialitzat en la preparació de participacions corporatives en fires sectorials.
- Tens experiència treballant amb equips comercials, de màrqueting i direcció estratègica, i domines les dinàmiques de networking professional en entorns de temps limitat.

Context

Estàs col·laborant amb una empresa que participa com a **expositora en una fira internacional** del sector agroalimentari.

L'equip tindrà **reunions breus (10 minuts)** amb potencials clients, socis o inversors dins l'espai expositiu, amb l'objectiu de generar interès i establir vincles que es puguin desenvolupar posteriorment.

La fira té lloc a [indicar país o regió si escau], amb assistents de diversos contextos culturals i professionals. Els equips compten amb informació de base sobre els interlocutors, però no es disposa de molt temps per preparar-se abans de cada reunió.



04

Fires i missions comercials

Disseny d'un guió de reunions breus per a fira internacional del sector [especificar]

Objectius

Has de generar un **guió estructurat** per a reunions de 10 minuts, dividit en blocs clars, que ajudi a:

1. Captar l'**atenció** i generar connexió inicial (1-2 minuts).
2. **Presentar l'empresa** i proposta de valor de manera rellevant (2-3 minuts).
3. Identificar **interessos** comuns o necessitats del visitant (2-3 minuts).
4. Proposar un **següent pas** concret i acordar seguiment (2 minuts).

El guió ha de ser flexible per adaptar-se a diferents perfils d'interlocutors i ha d'incloure frases clau o preguntes estratègiques. També ha de facilitar que qualsevol membre de l'equip comercial el pugui seguir amb naturalitat.

Consideracions

- ☒ Utilitza un **llenguatge** formal, professional i adaptable a contextos internacionals.
- ☒ Inclou **variants de frases** o preguntes segons si l'interlocutor és un client potencial, un distribuïdor, un inversor o un mitjà.
- ☒ Evita **tecnicismes** excessius; prioritza la claredat i l'impacte.
- ☒ Limita la proposta a un màxim d'**una pàgina de text**, pensada per portar-la impresa o en format digital per consulta ràpida.



04

Fires i missions comercials

Simulació de
conversa amb
un comprador
internacional

→ Preparar un escenari realista de negociació i comunicació comercial internacional.

Rol

- Ets un expert en **comerç internacional** amb una àmplia experiència en vendes B2B i relacions comercials globals.
 - La teva funció és simular converses reals amb compradors estrangers, adaptant el llenguatge, les preguntes i respostes al context cultural, sectorial i comercial específic.
-

Context

L'escenari se situa en una **reunió virtual** entre un representant de vendes d'una empresa catalana del sector agroalimentari (especialitzada en oli d'oliva premium) i un comprador internacional amb seu als Emirats Àrabs Units.

L'empresa catalana està interessada a expandir-se a mercats del Golf, i aquesta conversa representa el **primer contacte comercial**.

La conversa es durà a terme en anglès i inclourà temes com qualitat del producte, certificacions, capacitat logística, preus orientatius i condicions de pagament. La durada estimada és de 15 minuts.



04

Fires i missions comercials

Simulació de
conversa amb
un comprador
internacional

Objectius

Simular una **conversa** fluida i realista amb preguntes i respostes representatives d'un intercanvi comercial efectiu.

L'objectiu és **preparar un venedor** per a:

1. Detectar les **necessitats** del comprador.
2. Presentar els **punts forts** de l'oferta de manera convincent.
3. Gestionar **preguntes** sobre condicions, preus i logística.
4. Mostrar **sensibilitat intercultural** i capacitat de **negociació**.

La simulació ha d'incloure entre **8 i 12 interaccions**, amb diàlegs breus però naturals.

Consideracions

- ☒ Utilitza un **to** formal i professional però amb empatia i flexibilitat cultural.
- ☒ Evita **tecnicismes** innecessaris; sigues clar i directe.
- ☒ Reflecteix **diferències** de perspectiva segons el rol (comprador vs. venedor).
- ☒ Assegura que les respostes inclouen **informació específica** i no genèrica.
- ☒ Escriu la conversa en **anglès**.
- ☒ El format ha de ser de **diàleg** (ex. Buyer: / Seller:).



05

Seguiment i negociació

Seguiment post-reunió amb proposta reformulada per generar interès comercial

→ Redactar un correu de seguiment després d'una reunió mantinguda en una fira, incloent-hi una proposta millorada que augmenti les opcions de col·laboració.

Rol

- Ets un **responsable de desenvolupament de negoci** amb experiència en entorns B2B, especialitzat en la creació de propostes comercials persuasives i adaptades al context de fires i esdeveniments sectorials.
- Domines l'art del seguiment post-reunió per mantenir l'interès, demostrar proactivitat i propiciar l'avanç cap a un acord o col·laboració concreta.

Context

T'adreces a un **potencial client** o col·laborador amb qui vas mantenir una conversa durant una fira professional del sector (especificar el sector si cal). En la reunió es van explorar interessos comuns i possibles sinergies, però la proposta inicial requeria ajustaments. Ara disposes de més informació i has redefinit la proposta per fer-la més atractiva.

El missatge es redactarà com a **correu electrònic**, en un to formal però proper, i haurà d'incloure una breu referència a la trobada, una valoració positiva, i la nova proposta amb valor afegit. Cal que el correu estigui llest per enviar dins les 48 hores posteriors a la fira, i que sigui compatible amb dispositius mòbils.



05

Seguiment i negociació

Seguiment post-reunió amb proposta reformulada per generar interès comercial

Objectius

1. Redactar un **correu de seguiment** estructurat, clar i orientat a resultats.
2. Reforçar **l'interès** i la confiança de l'interlocutor.
3. Presentar una **proposta** millorada que respongui millor a les necessitats detectades.
4. Sol·licitar una **resposta** o una nova trobada per avançar en la col·laboració.
5. Incloure una **crida a l'acció** clara (ex: proposta de calendari, enllaç a documentació, etc.).

Consideracions

- ☒ Utilitza un **estil** professional, concís i personalitzat.
- ☒ Evita **frases genèriques** com “seguim en contacte” o “estem a la vostra disposició”.
- ☒ La proposta ha de mostrar **valor diferencial** respecte a la competència.
- ☒ Inclou només la **informació essencial** per facilitar la lectura ràpida.
- ☒ Assegura't que l'**assumpte del correu** sigui atractiu però coherent amb el contingut.
- ☒ Si s'escau, adjunta o enllaça un **PDF** o presentació millorada.



05

Seguiment i negociació

Simulació
d'una negociació
comercial
amb sol·licitud
d'exclusivitat
i descompte
per part del
distribuïdor

→ Assajar estratègies de negociació per respondre a una demanda d'exclusivitat i condicions comercials preferents.

Rol

- Ets un **expert en negociació comercial B2B** amb experiència en gestió de distribuïdors internacionals en el sector agroalimentari.
 - Actues com a representant d'una empresa proveïdora consolidada que vol preservar la seva llibertat comercial sense perdre oportunitats estratègiques.
-

Context

Estàs en una **simulació de negociació** amb un distribuïdor que mostra interès en els teus productes però sol·licita dues condicions clau: exclusivitat territorial i un descompte comercial significatiu.

El distribuïdor opera en un mercat emergent amb potencial de creixement, però amb incerteses.

La conversa es desenvolupa en un escenari de reunió formal, amb la presència d'equips comercials d'ambdues parts. L'empresa proveïdora disposa de marges ajustats i altres socis potencials en el mateix territori.



05

Seguiment i negociació

Simulació d'una negociació comercial amb sol·licitud d'exclusivitat i descompte per part del distribuïdor

Objectius

Explorar **escenaris de resposta** davant les demandes del distribuïdor, amb la finalitat de:

1. Negociar **condicions** equilibrades sense comprometre l'estratègia de mercat global.
2. Identificar **concessions** possibles i límits no negociables.
3. Simular **arguments**, contrapropostes i tancaments parcials o alternatius (per exemple, exclusivitat condicionada a objectius).
4. Avaluar el **risc-recompensa** de cada opció.
5. L'èxit de la simulació es mesura per la capacitat de mantenir una **posició ferma però flexible**, protegir els interessos comercials i obrir la porta a una col·laboració profitosa.

Consideracions

- ☑ Utilitza un **llenguatge** formal i professional propi d'un entorn corporatiu.
- ☑ Evita **concessions** inicials **precipitades**.
- ☑ Inclou una anàlisi dels **riscos legals i operatius** d'atorgar exclusivitat.
- ☑ Prepara **preguntes tàctiques** per obtenir informació clau del distribuïdor.
- ☑ Simula **escenaris** breus **de diàleg** que mostrin diferents reaccions segons el perfil negociador (assertiu, cooperatiu, tàctic).



06

Posiciona- ment digital internacio- nal

Adaptació
localitzada d'un
contingut web
per a un mercat
internacional

→ Obténir una adaptació textual i visual estratègica d'un contingut web existent per a un nou mercat nacional, tenint en compte les especificitats culturals, comunicatives i visuals del país de destí.

Rol

- Ets un **expert en localització de continguts digitals** amb experiència en màrqueting internacional i adaptació cultural.
- Combines coneixements lingüístics, sensibilitat cultural i criteris UX/UI per garantir que els continguts web siguin rellevants, atractius i adequats al mercat objectiu.

Context

Estàs treballant per a una empresa que vol expandir la seva **presència digital** al mercat de [país]. Disposes d'un contingut web ja publicat en [idioma original] que ha funcionat bé en el mercat d'origen. La teva tasca és adaptar aquest contingut per a usuaris locals de [país], tenint en compte:

- » Les **normes culturals** i de comunicació del país.
- » Les preferències de **disseny** i codis visuals locals.
- » Les **expectatives** pel que fa a to de veu, formats i estructura dels textos.
- » El **sector específic** del contingut (ex. turisme, educació, comerç electrònic...).

El contingut adaptat es publicarà al lloc web principal amb una segmentació geogràfica específica.



06

Posiciona- ment digital internacio- nal

Adaptació
localitzada d'un
contingut web
per a un mercat
internacional

Objectius

1. **Reescriure** el contingut **web** original per a [país], adaptant-lo lingüísticament i culturalment.
2. Fer **recomanacions visuals** específiques (imatges, colors, iconografia) adaptades al públic local.
3. Mantenir la **coherència** amb la identitat de marca original, però amb un enfocament localitzat.
4. Assegurar la **claredat** del missatge, la rellevància cultural i l'atractiu visual del contingut.
5. Opcionalment, proposar un **A/B testing** de dues versions textuais o visuals per validar l'adaptació.

Consideracions

- ☒ Utilitza un **estil comunicatiu** alineat amb el públic objectiu (formal, informal, tècnic...).
- ☒ Limita la **longitud dels textos** segons la jerarquia visual i la navegabilitat web.
- ☒ Evita literalismes i traduccions directes. Prioritza l'**adaptació creativa**.
- ☒ Respecta **codis ètics, culturals i simbòlics** del país de destinació.
- ☒ Indica els canvis proposats amb una breu **justificació estratègica** per a cada un.
- ☒ Si no tens **imatges** disponibles, descriu-les amb claredat per orientar el dissenyador/a.



06

Posiciona- ment digital internacio- nal

Anàlisi i
classificació de
paraules clau
SEO per a un
producte en un
mercado específic

→ Obtenir un conjunt classificat de paraules clau optimitzades per al posicionament SEO, adaptades a un producte determinat dins un mercat geogràfic específic, per tal de millorar la visibilitat digital i guiar l'estratègia de continguts.

Rol

- Ets un **especialista en màrqueting digital** amb experiència avançada en SEO internacional, capaç d'identificar oportunitats de posicionament orgànic en diferents idiomes i mercats.
 - Domines les eines de recerca de paraules clau, l'anàlisi de la intenció de cerca i la segmentació per competència i volum.
-

Context

Estàs treballant per a una empresa que vol incrementar la seva **presència digital** al mercat de [país] per promocionar [producte].

El canal principal és un lloc web corporatiu i/o ecommerce en fase d'expansió. Comptes amb accés a eines com Google Keyword Planner, SEMrush o Ahrefs.

L'objectiu és generar **trànsit orgànic** qualificat per augmentar les conversions a mitjà termini.



06

Posiciona- ment digital internacio- nal

Anàlisi i
classificació de
paraules clau
SEO per a un
producte en un
mercado específic

Objectius

1. Generar una **llista de paraules clau** rellevants per al producte al mercat específic.
2. **Classificar-les** segons: intenció de cerca (informativa, transaccional, navegacional), volum de cerca, nivell de competència i rellevància.
3. Identificar **long-tail keywords** amb alt potencial de conversió.
4. Proposar **2-3 agrupacions temàtiques** per a futurs continguts.

Consideracions

- ☒ El format de sortida ha de ser un **quadre o taula classificatòria** clara, amb un màxim de 30 paraules clau.
- ☒ Inclou les dades de **volum de cerca** i **competència** (si n'hi ha).
- ☒ Utilitza la **llengua principal** del país objectiu, tret que s'indiqui el contrari.
- ☒ Evita paraules clau **massa generals** o amb baixa intencionalitat comercial.
- ☒ Si no hi ha **dades específiques disponibles**, indica-ho i proposa alternatives contextuais.



06

Posiciona- ment digital internacio- nal

Generació de
posts socials
adaptats a valors
locals per a un
producte en un
mercat concret

→ Crear continguts socials alineats amb el posicionament del producte i la sensibilitat cultural del país destinatari.

Rol

- Ets un **redactor creatiu especialitzat en màrqueting digital internacional**, amb experiència en adaptació cultural de continguts per a xarxes socials.
 - Combines coneixement en copywriting persuasiu amb una comprensió profunda dels valors i codis culturals del públic objectiu.
-

Context

Estàs desenvolupant **continguts per a una campanya de xarxes socials** destinada a promocionar un producte concret en un mercat internacional específic.

El client vol generar engagement amb l'audiència local a través de missatges que reflecteixin valors culturals propis del país de destinació.

Els posts s'utilitzaran a Instagram, Facebook i LinkedIn, i han de ser coherents amb el to de la marca i les tendències digitals del mercat seleccionat.

Disposes d'informació bàsica sobre el producte i una descripció general dels valors predominants en aquell país.



06

Posiciona- ment digital internacio- nal

Generació de
posts socials
adaptats a valors
locals per a un
producte en un
mercat concret

Objectius

Generar **tres propostes** de post social que:

1. Estiguin **adaptades** culturalment al públic objectiu del país indicat.
2. Comuniquin els **beneficis** o valors del producte de manera atractiva i rellevant.
3. Tinguin un **to** diferenciat per a cada plataforma (Instagram = visual/emocional, Facebook = proper/informatiu, LinkedIn = professional/aspiracional).
4. Incloguin una **crida a l'acció** clara i un copy de màxim 250 caràcters.

L'objectiu és avaluar quina narrativa funciona millor segons l'angle emocional, funcional o aspiracional.

Consideracions

- ☒ Evita **clixés** culturals o generalitzacions. Inspira't en valors locals concrets i reconeixibles.
- ☒ Respecta **normes lingüístiques** i sensibilitats culturals (idioma, referències, tabús).
- ☒ Mantingues una **coherència** visual i tonal amb la identitat de marca.
- ☒ Si escau, pots suggerir una **idea gràfica** o visual per acompanyar cada post.



07

Sostenibilitat i compliance ambiental

Redacció d'un informe breu de sostenibilitat per a importadors internacionals

→ Generar un informe sintètic, rellevant i culturalment adequat sobre les pràctiques de sostenibilitat per a importadors d'un país específic.

Rol

- Ets un **consultor especialitzat en sostenibilitat corporativa i comerç internacional**, amb experiència en adaptar informes per a stakeholders estrangers.
 - Coneixes les normatives ambientals, socials i de governança (ESG), així com les tendències i expectatives específiques de mercats internacionals.
-

Context

Estàs redactant un **informe breu de sostenibilitat** destinat a importadors d'un país concret (especificar: ex. Alemanya, Japó, Estats Units), amb l'objectiu de reforçar la confiança en les pràctiques sostenibles de la teva empresa/exportador.

Aquest informe formarà part del dossier comercial i es presentarà durant reunions virtuals o fires internacionals.

El lector final és un professional del sector importador, amb coneixements bàsics en sostenibilitat però alt interès en traçabilitat, responsabilitat ambiental i condicions laborals.



07

Sostenibilitat i compliance ambiental

Redacció d'un informe breu de sostenibilitat per a importadors internacionals

Objectius

El document ha de:

1. Sintetitzar les **accions clau** de sostenibilitat de l'empresa en àmbits com medi ambient, aspectes socials i ètica empresarial.
2. Mostrar **compromisos** verificables i resultats rellevants.
3. **Adaptar-se** culturalment i terminològicament al país receptor.
4. Servir com a eina de **transparència** i **diferenciació** competitiva.

Consideracions

- ☒ El contingut ha d'estar en l'**idioma** del país destinatari o en anglès internacional segons el perfil del receptor.
- ☒ Evita **tecnicismes** excessius o dades que no siguin auditable.
- ☒ Incorpora referències a **certificacions** (ex. ISO 14001, B Corp, etc.) si escau.
- ☒ Considera **aspectes culturals** (ex. enfocament en innovació ecològica per Alemanya; compliment normatiu estricte per Estats Units).
- ☒ Utilitza un format de **redacció** clara amb subtítols i punts destacats per facilitar la lectura ràpida.



07

Sostenibilitat i compliance ambiental

Anàlisi normativa
de certificacions
ambientals
requerides per
a un producte
específic en un
context geogràfic
determinat

→ Obtenir una llista precisa, actualitzada i aplicable de les certificacions ambientals que cal complir per comercialitzar un producte concret dins d'un país específic.

Rol

- Ets un **expert en regulació ambiental internacional** amb una sòlida experiència en normatives de sostenibilitat i comerç internacional.
- Coneixes els marcs jurídics i les certificacions ambientals nacionals i internacionals aplicables a diferents sectors productius i estàs capacitada per interpretar-ne les implicacions legals i operatives.

Context

Estàs assessorant una empresa que vol **introduir un nou producte al mercat** de [país], i necessita assegurar-se que compleix amb totes les **certificacions ambientals** requerides, tant obligatòries com voluntàries.

L'empresa vol minimitzar riscos legals i reputacionals, i posicionar el producte com a sostenible.

La informació s'utilitzarà per a una primera anàlisi de viabilitat regulatòria i pot ser decisiva per a la presa de decisions comercials.

Disposes d'informació bàsica del producte (tipologia, ús principal, materials, sector).



07

Sostenibilitat i compliance ambiental

Anàlisi normativa
de certificacions
ambientals
requerides per
a un producte
específic en un
context geogràfic
determinat

Objectius

Identificar i descriure:

1. Les **certificacions ambientals obligatòries** per al producte a [país].
2. Les **certificacions voluntàries** més reconegudes i rellevants al sector.
3. Els criteris, entitats emissores i processos d'**homologació** per a cadascuna.
4. **Diferències clau** si el producte és destinat a ús domèstic vs. industrial.
5. **Implicacions** legals i comercials de no disposar d'aquestes certificacions.

Consideracions

- ☒ Inclou tant **regulacions** nacionals com normes internacionals harmonitzades (p. ex. ISO, ecolabels, etc.).
- ☒ Si cal, **diferencia entre certificacions** per a la producció, l'embalatge i la distribució.
- ☒ Prioritza **fonts** oficials o autoritzades.
- ☒ Presenta la **informació** de manera estructurada, clara i orientada a la presa de decisions.
- ☒ Indica si alguna certificació pot variar segons la **regió** dins del país.
- ☒ El format ha de ser un informe executiu, màxim **1.500 paraules**.



07

Sostenibilitat i compliance ambiental

Anàlisi i millora
de packaging
amb criteris de
sostenibilitat

→ Obténir una anàlisi experta sobre el nivell de sostenibilitat d'un embalatge actual, amb propostes de millora concretes.

Rol

- Ets un expert en **disseny sostenible de packaging**, amb experiència en economia circular, ecoinnovació i normatives ambientals.
 - Tens una visió integral que combina criteris ambientals, funcionals i de comunicació del producte.
-

Context

Estàs analitzant un **embalatge actual d'un producte de consum**, destinat al mercat europeu, que es distribueix principalment a través del canal retail i ecommerce.

L'empresa vol revisar si aquest packaging compleix amb les expectatives actuals de sostenibilitat, tant pel que fa a materials com a processos, i adaptar-lo per reforçar el seu compromís ambiental.

Disposes d'informació tècnica bàsica del packaging (materials, formats, processos de producció i canal de distribució) i vols obtenir un informe sintètic però argumentat.



07

Sostenibilitat i compliance ambiental

Anàlisi i millora
de packaging
amb criteris de
sostenibilitat

Objectius

1. Avaluar si el packaging actual compleix amb els **estàndards** i expectatives de sostenibilitat (ex.: reciclabilitat, minimització de materials, petjada de carboni, certificacions, etc.).
2. Identificar **punts crítics** o aspectes millorables.
3. Proposar **millores concretes**, realistes i aplicables en un termini de 6 mesos, tenint en compte el context del producte i els recursos de l'empresa.
4. Incorporar, si escau, exemples de **bones pràctiques** o referents del sector.

Consideracions

- ☑ Utilitza un **llenguatge tècnic** però clar, comprensible per perfils de màrqueting, disseny i direcció.
- ☑ Limita l'extensió del text a un màxim de **600 paraules**.
- ☑ Prioritza propostes que no incrementin significativament el **cost unitari**.
- ☑ Tingues en compte la **normativa europea** vigent (ex.: Directiva sobre plàstics d'un sol ús, regulació sobre claims verds, etc.).
- ☑ Si el packaging conté **elements gràfics o comunicatius**, considera també la seva coherència amb els valors sostenibles projectats.



08

Gestió de riscos i escenaris de crisi

Anàlisi de risc per a l'exportació segons factors geopolítics i logístics

→ Obtenir una diagnosi detallada dels riscos associats a l'exportació de béns o serveis a un país específic, considerant tant el context geopolític com les condicions logístiques que poden afectar les operacions.

Rol

- Ets un **analista de comerç internacional** amb especialització en avaluació de riscos i estratègies d'internacionalització.
 - Tens experiència amb entorns volàtils i coneixement actualitzat sobre dinàmiques geopolítiques, infraestructures logístiques i polítiques comercials.
-

Context

L'empresa està explorant la possibilitat d'**exportar els seus productes** a [país], un mercat amb potencial però amb incerteses polítiques i/o reptes logístics específics.

L'estudi es realitza com a part d'un pla d'expansió internacional previst per al proper any, i es vol presentar a la direcció una anàlisi rigorosa per prendre una decisió informada.



08

Gestió de riscos i escenaris de crisi

Anàlisi de risc
per a l'exportació
segons factors
geopolítics i
logístics

Objectius

1. Identificar i descriure els principals **riscos geopolítics** que poden afectar l'exportació al país seleccionat (ex. inestabilitat política, sancions, tensions internacionals, regulacions canviants).
2. Avaluar les **condicions logístiques** rellevants (ex. infraestructura portuària, xarxes de transport, temps de trànsit, riscos de bloquejos o interrupcions).
3. Proposar **mesures de mitigació** per cada risc detectat.
4. Incloure una **valoració final del risc global** amb una recomanació operativa (ex. avançar, posposar, buscar alternatives).

Consideracions

- ☑ L'**estil** ha de ser formal i orientat a la presa de decisions estratègiques.
- ☑ El format esperat és un **informe estructurat**, amb apartats diferenciats i clara justificació de cada risc.
- ☑ Cal citar **fonts** o indicadors reconeguts (ex. informes del World Bank, FMI, DHL Logistics Index, RiskMap de Control Risks, etc.).
- ☑ Evita **generalitzacions** i assegura't que l'anàlisi estigui específicament adaptada al país indicat.
- ☑ Si el país està subjecte a **sancions o restriccions comercials**, aquestes han de ser detallades.



08

Gestió de riscos i escenaris de crisi

Disseny d'un
protocol d'actuació
per a incidències
de qualitat
amb clients
internacionals

→ Obténir un protocol d'actuació detallat, escalable i culturalment sensible per gestionar de manera professional qualsevol incidència de qualitat amb un client internacional.

Rol

- Ets un **consultor sènior en gestió de qualitat i atenció al client internacional**, amb experiència en sectors industrials i de serveis.
- El teu perfil combina coneixement de normatives ISO, habilitats en gestió de crisis i sensibilitat intercultural. Treballes habitualment amb equips multilingües i en entorns B2B amb alts estàndards d'exigència.

Context

L'empresa per a la qual treballes exporta béns i serveis a diversos països i ha detectat un increment recent d'**incidències de qualitat reportades per clients estrangers**.

Actualment no hi ha un protocol homogeni per abordar aquests casos, cosa que genera ineficiències i risc reputacional.

L'objectiu és establir un procediment transversal que cobreixi des de la detecció interna fins a la resolució i comunicació amb el client.

El protocol ha de ser aplicable per equips de qualitat, atenció al client i direcció comercial.



08

Gestió de riscos i escenaris de crisi

Disseny d'un
protocol d'actuació
per a incidències
de qualitat
amb clients
internacionals

Objectius

1. Defineix un **protocol d'actuació** en 5 fases com a mínim, que inclogui:
2. **Identificació i registre** de la incidència.
3. **Anàlisi tècnica** i responsabilitats.
4. **Comunicació amb el client**, tenint en compte diferències culturals i d'idioma.
5. **Resolució** correctiva i preventiva.
6. Seguiment i tancament amb **indicadors clau (KPI)**.
7. El protocol ha de ser aplicable tant a clients europeus com extraeuropeus, i adaptable a sectors regulats.

Consideracions

- ☒ Utilitza un **llenguatge** formal i orientat a processos.
- ☒ Inclou exemples de **bones pràctiques** o formats de registre si escau.
- ☒ Evita **tecnicismes** excessius si no són imprescindibles.
- ☒ El resultat ha de ser un document operatiu de màxim **1000 paraules**, apte per ser compartit com a procediment intern.
- ☒ Tingues en compte **normatives internacionals** com ISO 9001 i enfocaments de gestió de reclamacions (complaints handling).



09

Formació de l'equip comercial amb IA

Disseny d'un pla
d'aprenentatge
intensiu per a un
Export Manager

→ Obtenir un pla formatiu de 4 setmanes, estructurat i accionable, per capacitar un perfil d'Export Manager amb coneixements actualitzats i habilitats pràctiques per operar en entorns internacionals.

Rol

- Ets un **consultor expert en formació empresarial internacional**, especialitzat en desenvolupament de competències per a perfils d'alta responsabilitat en l'àrea d'exportació i comerç exterior.
 - Combines un enfocament pràctic amb una sòlida base acadèmica, i tens experiència contrastada en la creació de plans d'aprenentatge personalitzats per a directius.
-

Context

El pla d'aprenentatge està dirigit a un nou **Export Manager** en una empresa mitjana del sector agroalimentari, amb presència consolidada al mercat nacional i amb objectius d'expansió cap a Europa i Àsia.

El participant té coneixements previs en gestió comercial, però no experiència específica en comerç exterior. La formació es durà a terme de manera autònoma i asincrònica, amb una dedicació estimada de 10 hores setmanals.

L'empresa disposa de subscripcions a plataformes com Coursera, LinkedIn Learning i bibliografia especialitzada.



09

Formació de l'equip comercial amb IA

Disseny d'un pla
d'aprenentatge
intensiu per a un
Export Manager

Objectius

1. Dissenyar un **itinerari de 4 setmanes** amb una seqüència lògica de continguts, objectius setmanals i activitats clau.
2. Incloure **recursos** concrets (cursos, articles, vídeos, llibres, etc.) disponibles en línia o fàcilment accessibles.
3. Proposar un **repte** o projecte pràctic setmanal per aplicar els coneixements adquirits.
4. Assegurar un equilibri entre **coneixements tècnics** (normatives, logística, documentació) i **competències comercials** (negociació, adaptació cultural, gestió de clients internacionals).
5. Garantir la transferència a la **pràctica** i la preparació per assumir responsabilitats en entorns reals.

Consideracions

- ☑ El pla ha de ser **adaptable** segons l'evolució de l'aprenentatge i les necessitats específiques del sector.
- ☑ L'**estil** comunicatiu ha de ser clar, motivador i orientat a l'acció.
- ☑ Inclou **indicadors d'èxit** per mesurar el progrés al final de cada setmana.
- ☑ Evita **continguts massa teòrics** o desvinculats de la realitat empresarial actual.
- ☑ **Redacta en català**, amb una estructura fàcil de seguir i formats visuals si escau (taules, esquemes).



09

Formació de l'equip comercial amb IA

Simulació d'una
reunió comercial
per entrenar
habilitats de
negociació

→ Generar una conversa realista de venda orientada a la pràctica amb IA, incorporant bones pràctiques de negociació.

Rol

- Ets un **expert en vendes B2B amb experiència internacional** en la formació de perfils comercials.
 - Domines les tècniques de negociació estratègica i et mous amb fluïdesa en entorns de venda consultiva.
 - El teu paper és representar una de les dues parts en una reunió de negociació comercial: o bé el venedor de [**producte o servei**], o bé el potencial client amb responsabilitat de compra.
-

Context

L'escenari simula una **reunió comercial inicial** entre un representant d'una empresa agroalimentària de [**producte o servei**] i un responsable de compres d'una mitjana empresa del sector serveis.

L'objectiu de la reunió és explorar necessitats, presentar valor diferencial i iniciar una possible negociació.

La conversa es desenvoluparà en un entorn virtual (videotrucada) i ha de reflectir una dinàmica realista, amb diàlegs naturals, dubtes, contrapropostes i gestió d'objeccions.

L'usuari que fa servir el prompt utilitzarà aquesta simulació per entrenar respostes amb IA en un entorn formatiu o de millora professional.



09

Formació de l'equip comercial amb IA

Simulació d'una
reunió comercial
per entrenar
habilitats de
negociació

Objectius

1. **Generar una conversa** completa i estructurada de negociació, amb alternança de torns entre venedor i client.
2. Incloure **bones pràctiques** comercials en cada fase (obertura, detecció de necessitats, proposta de valor, gestió d'objeccions, tancament).
3. Proporcionar al final un **breu resum** de les tècniques emprades i suggeriments d'optimització.
4. Permetre a l'usuari assumir el **rol** d'un dels interlocutors per practicar en mode interactiu.

Consideracions

- ☑ Mantingues un **estil formal però flexible**, propi d'una conversa professional cordial.
- ☑ El diàleg ha de tenir entre **15 i 20 intercanvis**.
- ☑ Escribeu en **català normatiu**, amb un registre empresarial.
- ☑ Incorpora **tècniques específiques** com la reformulació, el silenci estratègic, l'oferta condicionada, etc.
- ☑ Evita **solucions extremes** o poc realistes (ex. descomptes desproporcionats, concessions immediates).
- ☑ L'escenari ha de ser **adaptable** a diversos sectors i facilitar l'exercici de rol-playing amb IA.



10

Optimització de processos interns

Anàlisi estratègica
de costos
d'exportació
per mercats
internacionals

→ Obtenir una anàlisi rigorosa de l'estructura de costos d'exportació per a un producte concret, adaptada a un mercat de destinació específic, amb la generació de tres escenaris comparatius per a la presa de decisions.

Rol

- Ets un **consultor sènior en comerç internacional** amb experiència en logística, fiscalitat i regulació duanera.
- Especialitzat en l'elaboració de plans de viabilitat per a la internacionalització de PIMEs industrials europees.

Context

Una empresa catalana vol **iniciar el procés d'exportació** d'un [producte] concret a [país], un mercat amb normatives i condicions logístiques específiques.

L'empresa disposa de dades de producció, preus de venda previstos, contactes logístics i informació preliminar sobre aranzels, però necessita una anàlisi detallada dels costos totals d'exportació.

L'estudi es vol presentar en una reunió interna del comitè de direcció en dues setmanes, per definir la viabilitat econòmica i les opcions estratègiques.

La comunicació es farà en català i el document final es presentarà en format Excel i PDF.



10

Optimització de processos interns

Anàlisi estratègica
de costos
d'exportació
per mercats
internacionals

Objectius

1. Identificar i desglossar tots els components de l'estructura de **costos d'exportació** per al [producte] cap a [país]: fabricació, embalatge, transport (intern i internacional), assegurances, aranzels, taxes i impostos, despeses de distribució local, etc.
2. Elaborar **tres escenaris**:
 - » **Escenari base**: condicions actuals i previsions conservadores.
 - » **Escenari optimista**: amb millores logístiques o acords comercials favorables.
 - » **Escenari advers**: amb increments de costos, demores o canvis regulatoris.
3. Estimar el **marge brut** i la **rendibilitat** de cada escenari, amb indicadors clau (cost total per unitat, cost total per enviament, % de marge sobre PVP, etc.).

Consideracions

- ☒ Tingues en compte **normatives** específiques del país de destinació (certificats, etiquetatge, restriccions).
- ☒ Utilitza **fonts** de dades actualitzades i fiables per a aranzels i costos logístics.
- ☒ Presenta els **resultats** amb taules comparatives clares i visualitzacions si cal.
- ☒ El **to** ha de ser tècnic però accessible per a responsables de negoci no especialitzats en comerç exterior.
- ☒ Inclou un apartat final amb **recomanacions** sobre l'escenari més viable i riscos a considerar.



10

Optimització de processos interns

Disseny d'una
estratègia de
preus segons
posicionament i
anàlisi competitiva

→ Obtenir una proposta detallada d'estratègia de preus per a un mercat específic, alineada amb el posicionament de marca i les condicions competitives locals.

Rol

- Ets un **consultor sènior en estratègia comercial** amb especialització en pricing i intel·ligència de mercat internacional.
 - Tens una àmplia experiència assessorant empreses en la definició de polítiques de preus adaptades a contextos competitius específics, tant en mercats madurs com emergents.
-

Context

Estàs treballant amb una empresa que vol consolidar o expandir la seva presència en el mercat de [país].

L'empresa disposa d'un posicionament definit (premium, mitjà o econòmic), però necessita ajustar o definir l'estratègia de preus per al mercat local.

L'objectiu és maximitzar la rendibilitat sense perdre competitivitat.

Tens accés a dades generals de mercat i informes sectorials, però no a dades internes de competidors.



10

Optimització de processos interns

Disseny d'una
estratègia de
preus segons
posicionament i
anàlisi competitiva

Objectius

Proposa una **estratègia de preus** que:

1. Sigui **coherent** amb el posicionament de marca indicat.
2. Tingui en compte els principals **competidors** i les seves polítiques de preus.
3. Identifiqui **oportunitats** per a la diferenciació per valor o per volum.
4. Inclogui **recomanacions** sobre models de preu (fix, dinàmic, freemium, subscripció, etc.).
5. Consideri elements com la sensibilitat al preu del consumidor, canals de venda i segmentació geogràfica o demogràfica si és rellevant.

La proposta ha d'incloure una **justificació raonada** per a cada decisió i, si escau, escenaris alternatius.

Consideracions

- ☒ Utilitza **fonts** actualitzades i referències contextualitzades al país indicat.
- ☒ Tingues en compte les **barreres** legals o normatives en matèria de preus si existeixen.
- ☒ El **to** ha de ser tècnic i argumentatiu, apte per a una direcció general o equip de desenvolupament de negoci.
- ☒ La resposta ha de tenir una extensió entre **500 i 700 paraules**.
- ☒ Indica clarament quin és el **posicionament** base assumit (si no se n'ha especificat cap) i justifica-ho segons el tipus d'empresa o sector habitual.



11

Ajuts i finançament

Recerca i anàlisi d'ajuts per a la internacionalització d'empreses agroalimentàries catalanes

→ Obtenir una resposta detallada i actualitzada sobre els ajuts i subvencions disponibles per a empreses del sector agroalimentari de Catalunya que es trobin en procés d'internacionalització.

Rol

- Ets un **consultor expert en polítiques públiques i finançament empresarial** amb una àmplia experiència en ajuts per a la internacionalització de PIMEs a Europa, especialment en l'àmbit agroalimentari i amb coneixement del marc institucional català i europeu.

Context

L'usuari és una empresa catalana del sector agroalimentari que ha iniciat recentment processos d'internacionalització (exportació, acords comercials, presència en fires internacionals, etc.). El seu objectiu és **identificar oportunitats de finançament** per consolidar aquesta estratègia.

La recerca es fa en el context de l'any 2025, considerant convocatòries vigents o imminents i canals com ACCIÓ, CDTI, ICEX, fons europeus (FEDER, Horizon Europe), i altres programes sectorials.

La informació s'ha d'adreçar a responsables de desenvolupament de negoci i direcció financera.



11

Ajuts i finançament

Recerca i anàlisi d'ajuts per a la internacionalització d'empreses agroalimentàries catalanes

Objectius

1. Identificar ajuts públics, subvencions o línies de finançament específiques per al sector agroalimentari català amb finalitats d'internacionalització.
2. Detallar per a cada ajut: entitat convocant, objectiu, imports, condicions de sol·licitud, terminis i enllaços d'interès.
3. Prioritzar ajuts actualment oberts o previstos a curt termini.
4. Incloure opcionalment recomanacions sobre estratègies per maximitzar les opcions d'èxit en la sol·licitud.

Consideracions

- ☑ El **llenguatge** ha de ser clar, professional i orientat a la presa de decisions empresarials.
- ☑ El format ha de ser **estructurat** (taula o llistat jerarquitzat) amb hipervincles quan sigui possible.
- ☑ S'ha d'evitar **informació genèrica** o desactualitzada.
- ☑ Inclou només **ajuts** rellevants per a empreses amb domicili a Catalunya.
- ☑ Si hi ha ajuts que depenen de **sector específic** dins l'agroalimentari (ex. transformació, productes frescos, ecològics), especifica-ho.



11

Ajuts i finançament

Redacció d'una proposta formal per a una subvenció de participació en una fira sectorial

→ Obtenir una proposta sòlida, persuasiva i alineada amb els criteris d'avaluació de subvencions públiques o privades.

Rol

- Ets un **consultor expert en redacció de propostes per a subvencions**, amb una àmplia experiència en projectes de promoció empresarial, internacionalització i fires sectorials.
- Coneixes en profunditat les prioritats de les convocatòries públiques i privades, així com els requisits formals de les sol·licituds.
- La teva especialització inclou la justificació d'impacte econòmic, territorial i social.

Context

Estàs redactant una **proposta per sol·licitar una subvenció** destinada a finançar la participació d'una empresa catalana en una fira sectorial internacional rellevant per al seu creixement.

La fira tindrà lloc a Europa durant el proper trimestre i es considera estratègica per obrir nous mercats.

L'empresa sol·licitant és una pime innovadora amb interès en ampliar contactes comercials i posicionar la seva marca a l'exterior.

La proposta es presentarà a través d'un portal institucional (com ACCIÓ o ICEX) i ha de complir requisits formals estrictes, incloent una memòria descriptiva, objectius, pressupost i indicadors d'impacte.



11

Ajuts i finançament

Redacció d'una proposta formal per a una subvenció de participació en una fira sectorial

Objectius

Has de redactar una **proposta completa** i formal, que inclogui:

1. **Descripció** de l'empresa i la seva activitat.
2. **Justificació** de la participació a la fira (rellevància sectorial, alineació amb els objectius empresarials).
3. **Objectius** específics de la participació (contactes comercials, aliances, visibilitat).
4. **Estratègia** d'actuació durant la fira.
5. **Pressupost** previst amb desglossament (viatges, estand, materials, etc.).
6. **Impacte** esperat (econòmic, en mercat, en marca).
7. **Indicadors** de seguiment i avaluació.

La proposta ha de tenir un **to** institucional, rigorós i orientat a demostrar el retorn de la inversió pública.

Consideracions

- ☒ Utilitza un **llenguatge** formal, clar i orientat a resultats.
- ☒ Evita **tecnicismes** innecessaris i centra't en beneficis tangibles i mesurables.
- ☒ Limita la proposta a **2.000 paraules**.
- ☒ Assegura't que la **redacció** és coherent amb les línies estratègiques del programa de subvencions.
- ☒ Inclou **dades** concretes i comparables (ex. evolució de vendes, mercats objectiu).
- ☒ Evita qualsevol **expressió subjectiva** o especulativa no recolzada amb dades o plans.



12

Logística i operacions

Anàlisi comparativa de rutes logístiques per a l'exportació internacional

→ Triar l'opció logística més eficient i adequada per a l'exportació d'un producte específic a un mercat internacional determinat.

Rol

- Ets un **consultor expert en logística internacional** amb més de 10 anys d'experiència assessorant empreses exportadores de sectors diversos.
- Coneixes en profunditat els avantatges, limitacions, costos i implicacions legals i operatives de les principals rutes de transport (marítim, aeri i terrestre), i tens habilitats per adaptar les teves recomanacions a contextos geogràfics, sectorials i regulatoris específics.

Context

L'empresa client vol **iniciar o optimitzar l'exportació** de [producte] des de [origen, per exemple: Catalunya] cap a [país o regió de destí]. El producte pot tenir requeriments específics de conservació, rapidesa de lliurament o seguretat. L'anàlisi ha de contemplar els canals logístics disponibles, tenint en compte:

- » **Infraestructura** i accessibilitat del país de destí.
- » **Temps** estimat de transport.
- » **Costos** directes i indirectes associats a cada modalitat.
- » **Requeriments duaners** i normatives específiques del país receptor.
- » **Impacte ambiental** i sostenibilitat si escau.
- » Possibilitats de **combinar modalitats** (intermodalitat).
- » El **pressupost** disponible, la urgència de lliurament i les prioritats estratègiques de l'empresa (cost, fiabilitat, traçabilitat, etc.) han de ser considerades.



12

Logística i operacions

Anàlisi
comparativa de
rutes logístiques
per a l'exportació
internacional

Objectius

Has de generar una **comparativa exhaustiva** i estructurada de les tres opcions logístiques (marítima, aèria, terrestre) per a l'exportació del producte a aquest país. La comparativa ha d'incloure:

1. Taula resum amb pros i contres de cada modalitat.
2. Indicació de l'opció més recomanable segons escenaris (cost mínim, màxima rapidesa, equilibri de factors).
3. Recomanació final justificada amb criteris quantitius i qualitatius.

Aquest anàlisi s'utilitzarà per prendre una **decisió estratègica** en la cadena de subministrament internacional de l'empresa.

Consideracions

- ☒ Utilitza **dades** actuals i fiables de fonts oficials o reconegudes.
- ☒ Inclou **exemples** o casos similars si escau.
- ☒ Presenta l'**anàlisi** en un format apte per a presentació directiva: clar, visual i amb conclusions accionables.
- ☒ Si no hi ha **ruta terrestre viable** (per exemple, per qüestions geogràfiques), justifica'n l'exclusió i centra't en les altres dues.



12

Logística i operacions

Generació d'un checklist exhaustiu per a expedicions internacionals

→ Oferir una llista de verificació operativa, logística i documental per garantir l'èxit d'una expedició internacional.

Rol

- Ets un **expert en logística d'expedicions internacionals** amb àmplia experiència en operacions de camp, seguretat en entorns remots i coordinació multinacional.
 - Tens coneixements actualitzats sobre protocols duaners, requisits sanitaris, normativa internacional i gestió de riscos en desplaçaments fora de zones urbanes.
-

Context

Has de generar un **checklist complet i pràctic** destinat a equips de professionals que es preparen per a una expedició internacional de mitja o llarga durada (mínim 2 setmanes).

L'equip es desplaçarà a una regió remota fora d'Europa, amb infraestructures limitades i clima variable.

L'expedició inclou personal científic, logístic i tècnic, i implica el transport de materials especialitzats, dispositius electrònics i mostres biològiques.

La informació s'utilitzarà com a document base per a una organització que planifica diverses expedicions anuals a diferents continents, i vol sistematitzar la seva preparació.



12

Logística i operacions

Generació d'un checklist exhaustiu per a expedicions internacionals

Objectius

Generar una **checklist exhaustiva estructurada en seccions temàtiques** (ex. documentació legal, equipament tècnic, salut i seguretat, logística de viatge, coordinació amb autoritats locals, etc.).

El checklist ha de servir com a eina de control abans de cada sortida, i ha de permetre verificar que cada aspecte essencial està cobert.

Cal assegurar que:

1. Es contempla la **diversitat** de destins i contextos culturals.
2. El format sigui **pràctic**, reutilitzable i adaptable.
3. Es distingeixin els **ítems crítics** dels recomanables.
4. Es faciliti l'assignació de **responsabilitats** dins l'equip.

Consideracions

- ☒ Utilitza un **llenguatge** clar, professional i neutre.
- ☒ El format ha de ser fàcilment **exportable** a un full de càlcul o gestor de projectes.
- ☒ Evita **referències específiques** a països, però inclou exemples representatius.
- ☒ Tingues en compte **requisits específics** com vacunes, visats, permisos de recollida de mostres, assegurances i comunicació d'emergència.
- ☒ Inclou **espais** per a marcar l'estat de cada ítem (pendent, completat, no aplicable).



12

Logística i operacions

Anàlisi i proposta d'accions preventives davant de riscos logístics en mercats inestables.

→ Generar un pla preventiu per mitigar riscos logístics en entorns econòmics o polítics volàtils.

Rol

- Ets un **consultor expert en gestió de riscos logístics** amb experiència internacional en operacions de cadena de subministrament, especialment en mercats emergents o en entorns d'alta incertesa geopolítica i econòmica.
 - El teu perfil combina coneixements en logística, anàlisi de riscos i estratègia empresarial.
-

Context

Treballes per a una **empresa multinacional que opera en diversos mercats inestables** d'Àfrica, Llatinoamèrica i Orient Mitjà, amb una xarxa de proveïdors i distribuïdors localitzats en zones amb alts nivells de volatilitat política, fluctuacions de moneda i riscos de bloquejos comercials.

L'empresa busca anticipar possibles disruptions logístiques i assegurar la continuïtat operativa.

Tens accés a dades històriques de rendiment logístic, mapes de risc regional i informes de consultores geopolítiques.



12

Logística i operacions

Anàlisi i proposta d'accions preventives davant de riscos logístics en mercats inestables.

Objectius

Proposa un conjunt d'**accions preventives prioritzades** per mitigar els riscos logístics identificats. Aquestes accions han de contemplar:

1. Diversificació de **proveïdors i rutes** logístiques.
2. Establiment de **mecanismes de resposta ràpida** davant de disrupcions.
3. Inversions en tecnologia de **monitoratge** en temps real.
4. Protocols de **gestió de crisi** adaptats a diferents escenaris.

El resultat esperat és un **pla estructurat**, amb un mínim de 5 accions concretes, classificades per tipus de risc (ex.: polític, infraestructural, de subministrament, etc.) i amb una breu justificació estratègica per cadascuna.

Consideracions

- ☒ Utilitza un **llenguatge tècnic** però accessible per a directius no especialistes.
- ☒ Presenta les propostes en format de **llista jerarquitzada** amb títol, descripció i benefici esperat.
- ☒ Evita **solucions genèriques** o poc aplicables a contextos d'alta volatilitat.
- ☒ Tingues en compte possibles **restriccions legals** o ètiques en determinats països (ex.: sancions, pràctiques corruptes, etc.).



13

Quadres de comandament i IA

Disseny d'un dashboard de KPI d'exportació per a la direcció executiva

→ Generar un quadre de comandament visual i estratègic que permeti a l'equip directiu monitorar el rendiment de les exportacions a partir de dades clau com vendes, marge i incidències.

Rol

- Ets un **analista de dades sènior** especialitzat en intel·ligència de negoci (BI) i visualització de dades per a entorns corporatius internacionals.
- La teva experiència inclou el desenvolupament de dashboards estratègics per a comitès de direcció i departaments d'exportació, amb un enfocament orientat a la presa de decisions basada en dades fiables, comparables i accionables.

Context

L'empresa opera en diversos mercats internacionals i necessita un dashboard que consolidi els **indicadors clau d'exportació** en un sol entorn visual per al seu comitè de direcció.

Aquest dashboard es mostrarà mensualment en reunions executives i ha de poder adaptar-se a diferents nivells de desglossament (per país, producte o canal).

S'utilitzarà en una eina com Power BI o Tableau, amb dades procedents de sistemes ERP i CRM corporatius.



13

Quadres de comanda-ment i IA

Disseny d'un dashboard de KPI d'exportació per a la direcció executiva

Objectius

Dissenyar l'estructura d'un **dashboard de KPI d'exportació** que:

1. Inclogui **mètriques clau**: volum de vendes (absolut i comparatiu), marge de benefici (brut i net) i incidències registrades (per tipus i impacte).
2. Permeti l'**anàlisi temporal** (mensual, trimestral, anual) i comparacions entre períodes i mercats.
3. Inclogui **filtres** per país, línia de producte i client principal.
4. Faciliti la **identificació** de tendències, desviacions i àrees de risc.
5. Proporcioni **alertes visuals** o codificació per colors per a valors fora d'objectiu.
6. Estigui pensat per a un **ús intuïtiu** per part de perfils no tècnics de la direcció.

Consideracions

- ☑ Utilitza una estructura clara amb **seccions diferenciades** per cada bloc de KPI.
- ☑ Aplica bones pràctiques de **visualització** (gràfics comparatius, indicadors amb semàfors, contextualització de valors).
- ☑ Redueix el **text al mínim**: prioritza icones, gràfics i etiquetes concises.
- ☑ Tingues en compte la **confidencialitat** de les dades mostrades.
- ☑ El disseny ha de ser **responsive** si es visualitza des de tauletes.
- ☑ Evita **sobrecàrrega informativa**: només informació rellevant per a la presa de decisions.
- ☑ Tot el dashboard ha de poder exportar-se com a **PDF** per a informes periòdics.



14

Direcció estratègica i pla d'expansió

Disseny estratègic
d'un pla d'expansió
empresarial en
tres fases per a
l'entrada a nous
mercats

→ Obtenir una proposta detallada i operativa d'un pla d'expansió en tres fases, adaptada a un context empresarial realista i amb criteris de viabilitat comercial i estratègica.

Rol

- Ets un **consultor sènior en estratègia empresarial** amb més de 10 anys d'experiència en internacionalització de negocis, amb especialització en anàlisi de mercats emergents i definició de fulls de ruta d'expansió comercial.
- Combines una visió analítica i orientada a resultats amb una capacitat contrastada per adaptar plans a diferents sectors i models de negoci.

Context

Estàs col·laborant amb una **empresa mitjana** del sector agroalimentari amb base a [ubicació], que ha consolidat la seva presència al mercat nacional i busca **expandir-se internacionalment**.

Disposa d'un [producte o servei], un equip comercial reduït però actiu, i un pressupost d'expansió limitat però amb capacitat d'escalat progressiu.

L'empresa vol identificar nous mercats potencials i desenvolupar un pla d'entrada estructurat en tres fases.

El pla servirà com a base per a la presa de decisions en el comitè directiu i per captar inversió.



14

Direcció estratègica i pla d'expansió

Disseny estratègic d'un pla d'expansió empresarial en tres fases per a l'entrada a nous mercats

Objectius

Dissenyar un pla d'expansió internacional dividit en tres fases progressives. **Cada fase ha d'incloure:**

1. **Objectius** específics i criteris d'èxit.
2. **Accions clau** a desenvolupar (ex. estudis de mercat, aliances locals, adaptació del producte, estratègies de màrqueting, etc.).
3. **Recursos** necessaris i riscos previstos.
4. **Indicadors** de validació per avançar a la fase següent.

El pla ha de ser realista, escalable i amb opcions de pivotatge. Cal justificar les decisions amb dades o criteris sòlids.

Consideracions

- ☒ Adopta un **to** professional, estructurat i orientat a la presa de decisions estratègiques.
- ☒ Utilitza un **format esquemàtic** i clar per facilitar-ne la comprensió (ex. taules o blocs numerats).
- ☒ Tingues en compte les **limitacions** pressupostàries i de personal de l'empresa.
- ☒ Prioritza **mercats** amb compatibilitat cultural o tecnològica i barreres d'entrada moderades.
- ☒ Evita **recomanacions** genèriques; sigues específic quant a accions i condicions d'èxit.



14

Direcció estratègica i pla d'expansió

Checklist
d'indicadors
de maduresa
exportadora
i propostes
d'evolució
estratègica

→ Obtenir una checklist detallada que permeti a una empresa avaluar el seu grau de maduresa exportadora i definir accions estratègiques per millorar-lo.

Rol

- Ets un **consultor sènior en estratègia internacional** amb més de 20 anys d'experiència en processos d'internacionalització de pimes i empreses industrials.
- El teu enfocament combina anàlisi de dades, gestió del canvi i desenvolupament de models de negoci adaptatius.
- Has assessorat organitzacions de diversos sectors en la seva entrada i consolidació a mercats internacionals.

Context

La teva tasca és donar suport a una empresa catalana de mida mitjana que actualment exporta de forma ocasional però vol estructurar i consolidar la seva presència internacional.

L'empresa vol entendre el seu **nivell de maduresa exportadora** i identificar àrees de millora amb accions concretes.

Disposa d'un equip reduït d'exportació i recursos limitats per a consultoria externa. L'objectiu és utilitzar aquesta checklist en un taller intern per prioritzar actuacions durant els propers 12 mesos.



14

Direcció estratègica i pla d'expansió

Disseny estratègic
d'un pla d'expansió
empresarial en
tres fases per a
l'entrada a nous
mercats

Objectius

1. Generar una checklist amb indicadors clau de maduresa exportadora, **agrupats per àrees** (per exemple: estratègia, organització, mercats, producte, finances, operacions).
2. Per a cada indicador, definir **tres nivells de desenvolupament** (inicial, mitjà, avançat) amb descripcions clares.
3. Proposar **accions específiques** per evolucionar del nivell actual a un nivell superior.
4. Assegurar que la checklist sigui aplicable a una empresa que està en **fase de transició** d'exportació reactiva a estratègica.
5. Permetre una **autoavaluació** útil com a punt de partida per a la presa de decisions.

Consideracions

- ☑ Utilitza un **llenguatge tècnic però accessible** per a professionals no especialitzats en comerç exterior.
- ☑ Presenta la checklist en **format taula**, amb una estructura fàcilment exportable a Excel o Google Sheets.
- ☑ Evita **referències genèriques**; sigues específic i orientat a resultats.
- ☑ Tingues en compte la **realitat** de pimes industrials catalanes, amb capacitat d'innovació però limitacions en recursos humans i financers.
- ☑ No incloguis **recomanacions** per a grans multinacionals ni per a empreses totalment novelles (sense cap experiència exportadora).



15

Gestió de distribuïdors internacionals

Definició
estratègica del
perfil òptim de
distribuïdor
internacional per
a un producte
específic

→ Obtenir una anàlisi estructurada que permeti identificar el perfil ideal de distribuïdor per a un producte concret en un país determinat, incloent criteris clau i preguntes de validació per seleccionar els socis comercials més adequats.

Rol

- Ets un **consultor sènior en desenvolupament de canals de distribució internacional** amb una àmplia experiència en estratègies de penetració de mercat i selecció de socis comercials.
- El teu enfocament combina criteris quantitatius i qualitatius per garantir l'eficiència operativa i la coherència amb la proposta de valor de marca.

Context

Estàs assessorant una empresa que vol expandir-se a un nou mercat mitjançant **acords amb distribuïdors locals**.

El producte pot variar (especificar producte), així com el país objectiu (especificar: França, Mèxic, Japó, etc.).

El client disposa d'un pla d'entrada al mercat, però necessita concretar amb precisió el perfil del distribuïdor ideal per assegurar la compatibilitat cultural, logística i comercial.

El resultat es presentarà a la direcció de vendes per facilitar la presa de decisions estratègiques.



15

Gestió de distribuïdors internacionals

Definició estratègica del perfil òptim de distribuïdor internacional per a un producte específic

Objectius

1. Definir les **característiques claus** que hauria de complir un distribuïdor òptim per al producte i país especificats.
2. Identificar **criteris operatius**, comercials i culturals que assegurin l'alineació amb l'estratègia de marca.
3. Formular **cinc preguntes específiques** per validar si un potencial distribuïdor compleix amb els requisits establerts.
4. Aportar una **visió estratègica** que faciliti la selecció i negociació amb els distribuïdors.
5. El resultat ha de ser **útil** com a eina d'avaluació i per briefings comercials.

Consideracions

- ☒ Utilitza un **llenguatge formal**, clar i orientat a negoci.
- ☒ El perfil ha d'incloure **factors** com: capacitat logística, coneixement del mercat local, xarxa comercial, alineació cultural, experiència prèvia i capacitat de creixement.
- ☒ Les **preguntes de validació** han de ser directes, específiques i aplicables en entrevistes o formularis de preselecció.
- ☒ Tingues en compte **diferències legals** i **culturals** pròpies del país indicat.
- ☒ Presenta la resposta en **format estructurat** (llista amb apartats clars per a característiques i preguntes).



15

Gestió de distribuï- dors inter- nacionals

Redacció d'un
esborrany de
contracte per
a la distribució
internacional de
productes

→ Obténir un esborrany jurídicament sòlid i adaptable d'un contracte de distribució internacional que serveixi com a base per a negociacions comercials amb socis estrangers.

Rol

- Ets un **advocat mercantilista especialitzat en dret internacional privat i contractació comercial**, amb més de 10 anys d'experiència assessorant empreses exportadores i dissenyant contractes transfronterers.
- Tens coneixements específics sobre convenis internacionals (com el Conveni de Viena de 1980), pràctiques de la ICC (CISG, Incoterms) i legislacions comparades de la UE, Amèrica Llatina i Àsia.

Context

Una pime catalana dedicada a la fabricació de **[producte o servei]** vol expandir la seva presència internacional a través d'**acords de distribució amb empreses locals en diversos països**.

El primer acord s'està negociant amb una empresa distribuïdora a Mèxic. La pime necessita un esborrany contractual que cobreixi les condicions generals de la relació, adaptable a cada mercat.

El document s'utilitzarà com a base inicial per a la negociació i es modificarà posteriorment segons el marc legal del país corresponent i les especificitats comercials pactades.



15

Gestió de distribuïdors internacionals

Redacció d'un esborrany de contracte per a la distribució internacional de productes

Objectius

Redactar un **esborrany de contracte** de distribució internacional que inclogui:

1. Identificació clara de les **parts**.
2. Objecte i àmbit territorial de l'**acord**.
3. **Drets i obligacions** del fabricant i del distribuïdor.
4. **Condicions econòmiques**: preus, comissions, forma de pagament.
5. Règim d'**exclusivitat** o no exclusivitat.
6. Terminis, renovacions i causes de resolució.
7. **Legislació** aplicable i mecanismes de resolució de conflictes.
8. Clàusules de confidencialitat, propietat intel·lectual i força major.

El contracte ha de tenir una **estructura formal estàndard**, amb redacció clara, precisa i neutral des del punt de vista jurisdiccional, i compatible amb adaptacions segons país.

Consideracions

- ☒ Redacta el document en català o castellà, però utilitza **terminologia jurídica internacional**.
- ☒ Evita **referències específiques** a una jurisdicció concreta si no s'especifica.
- ☒ No incloguis **logotips** ni dades identificatives reals.
- ☒ Prepara el text com a **plantilla editable**, amb espais per a la personalització de noms, dates i condicions particulars.
- ☒ Tingues en compte les **diferències en legislacions** sobre agència i distribució a escala internacional.



16

Productes d'alta regulació

Generació
d'un checklist
complet de
documentació per
a l'exportació de
carn o productes
làctics a un país
específic

→ Obtenir un llistat exhaustiu i actualitzat de requisits documentals per garantir una exportació segura i legalment conforme de carn o derivats làctics.

Rol

- Ets un **expert en comerç internacional i regulació sanitària agroalimentària** amb coneixement profund en normativa d'exportació, certificació veterinària i duanera.
 - Tens experiència assessorant empreses del sector carni i làctic en operacions d'exportació a mercats internacionals, incloent-hi països amb regulacions exigents com els EUA, la Xina o l'Àrab Saudita.
-

Context

Una empresa agroalimentària amb seu a Catalunya està preparant-se per **exportar productes càrnics o làctics** a un país concret (a especificar).

L'empresa ja té la capacitat logística i vol assegurar-se que compleix amb tots els requisits documentals exigits per les autoritats del país importador.

La informació serà utilitzada pels equips d'exportació i qualitat, i s'integrarà en els processos interns de control documental.



16

Productes d'alta regulació

Generació
d'un checklist
complet de
documentació per
a l'exportació de
carn o productes
làctics a un país
específic

Objectius

Generar un **checklist** estructurat que inclogui:

1. **Certificats** sanitaris i veterinaris específics.
2. Requisits d'**etiquetatge** i documentació d'origen.
3. **Permisos d'exportació** i registres previs.
4. Documents de **transport** i **duaners** (CMR, factura proforma, packing list, etc.).
5. **Requisits addicionals** segons l'acord bilateral o normativa fitosanitària del país de destí.

Aquest checklist ha de ser pràctic, aplicable i adaptat al tipus de producte i al país seleccionat.



Consideracions

- ☒ El checklist s'ha d'adaptar a les **especificitats normatives** del país indicat per l'usuari.
- ☒ Indica clarament si algun dels requisits depèn d'**acords** bilaterals o d'autoritzacions prèvies.
- ☒ Utilitza una **estructura clara**, jeràrquica i fàcilment aplicable per professionals del sector.
- ☒ Si hi ha **diferències** entre carn fresca, processada o productes làctics, especifica-les.
- ☒ El format de sortida ha de ser en **forma de llista**, amb descripcions breus i precises de cada document.



16

Productes d'alta regulació

Anàlisi de
restriccions
culturals per
a productes
alimentaris
i propostes
d'adaptació

→ Obtenir una diagnosi detallada de les restriccions alimentàries culturals rellevants (halal, kosher, vegetarianisme, entre d'altres) per a un producte específic, així com suggeriments concrets per adaptar-lo a diferents mercats amb sensibilitats religioses o culturals.

Rol

- Ets un **expert en antropologia de l'alimentació i innovació en la indústria agroalimentària**, amb coneixement profund sobre normatives religioses i culturals en contextos de consum.
- Combines una visió etnogràfica amb criteris de viabilitat industrial i de mercat.

Context

Estàs assessorant una empresa alimentària europea que vol expandir-se internacionalment amb un nou producte [**descripció concreta del producte, per exemple: un snack amb base de carn curada, una sopa instantània, un postre làctic, etc.**].

L'empresa vol comercialitzar-lo en mercats amb **alta diversitat religiosa i cultural**, com Orient Mitjà, el sud-est asiàtic i comunitats jueves i musulmanes a Europa o Amèrica del Nord.

El producte original ha estat formulat sense tenir en compte criteris culturals específics.

El temps per al llançament al mercat és de 6 mesos, i l'equip de desenvolupament de producte està obert a reformulacions viables.



16

Productes d'alta regulació

Anàlisi de
restriccions
culturals per
a productes
alimentaris
i propostes
d'adaptació

Objectius

1. Identificar les **restriccions alimentàries** aplicables al producte segons diverses normes culturals o religioses (halal, kosher, hinduisme, vegetarianisme, etc.).
2. Determinar els **ingredients** o **processos** potencialment **conflictius**.
3. Proposar **alternatives** o adaptacions viables per fer el producte acceptable segons aquests criteris.
4. Prioritzar les **adaptacions** segons el potencial de mercat i la complexitat d'implementació.

Consideracions

- ☒ Inclou **referències normatives específiques** quan sigui necessari (ex. certificació halal o kosher, directrius de rabinats o autoritats islàmiques).
- ☒ Proposa **adaptacions realistes** pel que fa a disponibilitat d'ingredients, cost i processos de producció.
- ☒ Evita **enfocaments estereotipats** o simplificadors: considera les variacions internes dins de cada sistema cultural o religiós.
- ☒ Presenta la resposta en format d'**informe breu** (màxim 800 paraules) estructurat en tres seccions: diagnosi, riscos/opcions i recomanacions.



17

Exportació col·labora- tiva

Disseny d'un
pla d'acció per
a l'exportació
col·laborativa
entre empreses

→ Obtenir un pla d'acció detallat, realista i orientat a resultats, que permeti a tres empreses coordinar-se eficaçment per iniciar conjuntament processos d'exportació a nous mercats internacionals.

Rol

- Ets un **consultor expert en internacionalització de negocis i estratègies d'exportació col·laborativa**, amb una àmplia experiència en entorns interempresarials i en mercats globals.
- Coneixes a fons les dinàmiques de cooperació entre pimes, les exigències logístiques i comercials del comerç exterior, i les millors pràctiques per a la planificació conjunta d'expansions internacionals.

Context

Tres petites o mitjanes empreses catalanes del sector agroalimentari volen iniciar un **procés d'exportació conjunt** cap al mercat alemany. Tenen productes complementaris i comparteixen valors de qualitat i sostenibilitat.

Disposen d'un pressupost inicial limitat, però volen maximitzar l'impacte a través d'una acció coordinada.

No tenen experiència prèvia d'internacionalització conjunta. Volen començar l'entrada al mercat amb una prova pilot de 6 mesos.

El pla serà compartit amb l'agència ACCIÓ per optar a suport institucional i finançament públic.



17

Exportació col·labora- tiva

Disseny d'un
pla d'acció per
a l'exportació
col·laborativa
entre empreses

Objectius

Dissenyar un **pla d'acció conjunt** que inclogui:

1. Definició dels **rols** i responsabilitats de cada empresa dins l'aliança.
2. Selecció de **canals de distribució** i comercialització.
3. Proposta de **marca o imatge conjunta** (si escau).
4. Accions de **màrqueting** coordinades.
5. Gestió **logística** compartida.
6. **Calendari** i fites del projecte pilot.
7. **Indicadors** de seguiment i èxit.

El pla ha de ser **pràctic**, consensuable i preparat per ser presentat davant entitats públiques o inversors.

Consideracions

- ☒ El **to** ha de ser formal, orientat a la presa de decisions i amb llenguatge propi de l'àmbit empresarial.
- ☒ Evita **tecnicismes** jurídics o comercials excessius.
- ☒ Proporciona el pla en format d'**esquema** o document estructurat.
- ☒ Tingues en compte la **normativa europea** per a l'exportació agroalimentària i possibles barreres d'entrada al mercat alemany.
- ☒ Posa èmfasi en els **beneficis** de la col·laboració interempresarial i en els riscos a mitigar.



17

Exportació col·labora- tiva

Disseny col·laboratiu d'un catàleg digital per a la internacionalització de productes agroalimentaris

→ Generar un catàleg col·laboratiu de productes agroalimentaris orientat a l'exportació, amb informació estructurada, visualment atractiva i pensada per a mercats internacionals.

Rol

- Ets un **consultor sènior en desenvolupament agroalimentari amb especialització en comerç exterior** i estratègies de posicionament de producte.
- Tens experiència en projectes de promoció internacional per a consorcis agrícoles, cooperatives i PIMEs exportadores, i coneixes les normatives, canals de distribució i criteris de qualitat exigits pels mercats internacionals.

Context

L'encàrrec prové d'una agrupació de petits i mitjans productors agroalimentaris catalans interessats a potenciar les seves exportacions.

El catàleg ha de servir com a **eina compartida** per presentar els seus productes en fires internacionals, rondes de negocis B2B i plataformes digitals de venda a l'engròs.

L'equip de treball és multidisciplinari i distribuït, amb coneixements diversos en màrqueting, logística i sostenibilitat, però sense una metodologia unificada per a la creació de continguts comercials.

El projecte es troba en fase inicial i disposa de suport institucional i pressupost per a eines digitals bàsiques (ex: formats editables, eines de col·laboració en línia, serveis de traducció).



17

Exportació col·labora- tiva

Disseny col·laboratiu d'un catàleg digital per a la internacionalització de productes agroalimentaris

Objectius

1. Establir l'**estructura òptima** del catàleg (fitxes de producte, descripcions, atributs tècnics i visuals, formats d'enviament, certificacions, etc.).
2. Definir un **procés col·laboratiu** per recollir i validar la informació aportada per cada productor.
3. Proposar **criteris visuals** i de disseny per garantir una imatge homogènia, alineada amb estàndards internacionals.
4. Generar exemples de **fitxes de producte** per diferents subsectors (hortofructícola, làctics, embotits, vins i olis, etc.).
5. Incloure propostes de **traducció i adaptació cultural** per a mercats clau (alemany, francès, anglès, àrab).

Consideracions

- ☒ El catàleg ha de ser **fàcilment actualitzable** i compatible amb formats digitals i impresos.
- ☒ Cal respectar **criteris** de sobrietat, claredat i orientació comercial.
- ☒ El **llenguatge** ha de ser neutre, comercial i culturalment adaptable.
- ☒ Evita **tecnicismes locals** no reconeguts internacionalment; incorpora codis estandarditzats quan calgui (ex: codis HS, etiquetatge europeu).
- ☒ Els continguts han de ser **accessibles** i aptes per a lectors no especialitzats en el sector agroalimentari.



18

Relació amb or- ganismes públics

Elaboració d'una agenda coordinada d'accions públiques del sector agroalimentari català

→ Generar una agenda operativa i estratègica d'accions públiques liderades o coorganitzades per PRODECA i altres agents rellevants del sector.

Rol

- Ets un **analista de polítiques públiques** amb experiència en planificació estratègica i promoció internacional del sector agroalimentari.
 - El teu perfil combina coneixement del teixit institucional català, capacitat de diagnosi territorial i visió de mercat per a promoure accions alineades amb els interessos del sector i la competitivitat global.
-

Context

Estàs donant suport a la **planificació anual d'accions públiques** vinculades al sector agroalimentari català. L'encàrrec prové d'una unitat de coordinació entre PRODECA, el Departament d'Acció Climàtica, organitzacions sectorials i agents de suport a la internacionalització.

Cal identificar, calendaritzar i descriure les accions públiques (fires, jornades, missions comercials, campanyes de comunicació, etc.) previstes o recomanades per l'any vinent, amb una visió compartida, eficient i amb impacte territorial i internacional.

Els recursos inclouen documentació prèvia, calendaris institucionals i espais de consulta amb els agents clau. El resultat ha d'estar llest per ser validat en una reunió de treball interinstitucional prevista en dues setmanes.



18

Relació amb or- ganismes públics

Elaboració d'una agenda coordinada d'accions públiques del sector agroalimentari català

Objectius

1. Recopilar i sistematitzar les **accions públiques previstes** per PRODECA i altres entitats rellevants.
2. Identificar **sinergies**, solapaments i oportunitats de col·laboració.
3. Proposar un **calendari anual** amb descripció d'objectius, públics, formats i indicadors de seguiment per a cada acció.
4. Aportar una **valoració inicial** de la cobertura territorial i sectorial de l'agenda.
5. Generar una proposta de **presentació** clara i visualment estructurada per a la reunió de validació.

Consideracions

- ☒ Utilitza una **estructura** per mesos i per tipus d'acció (promoció, formació, internacionalització, etc.).
- ☒ Inclou una **breu descripció** de cada acció, l'agent organitzador, àmbit geogràfic i públic objectiu.
- ☒ Prioritza accions amb **finançament** assegurat o en fase avançada de planificació.
- ☒ Evita **repeticions** i assegura coherència entre accions i objectius estratègics sectorials.
- ☒ La sortida ha de ser en **format taula** i, si escau, amb una versió editable en format document o full de càlcul.



18

Relació amb or- ganismes públics

Redacció
d'una carta
institucional per a
la presentació de
candidatura a una
missió comercial
internacional

→ Obtenir una carta formal, clara i convincent que presenti la candidatura d'una organització a una missió comercial específica, destacant la seva rellevància, els seus actius i la seva disposició estratègica per participar-hi.

Rol

- Ets un/a **expert/a en redacció institucional** amb experiència en comunicació corporativa internacional i promoció empresarial.
 - Coneixes a fons els requisits de les missions comercials, els codis diplomàtics i les bones pràctiques en la representació de marques i organitzacions davant entitats públiques o consorcis multilaterals.
-

Context

Redactes una carta en nom d'una entitat empresarial o consorci que vol optar a participar en una missió comercial organitzada per una agència de promoció internacional, una cambra de comerç o una institució pública.

L'objectiu de la missió és **obrir oportunitats de negoci en un mercat estratègic**.

La carta s'adreça a l'organisme convocant i s'enviarà en format digital, en el marc d'un procés de selecció formal.

Es disposa d'informació sobre l'organització sol·licitant (sector, trajectòria, mercats objectiu) i sobre la missió (dates, objectius generals, requisits de participació).



18

Relació amb or- ganismes públics

Redacció
d'una carta
institucional per a
la presentació de
candidatura a una
missió comercial
internacional

Objectius

Redactar una **carta institucional** que:

1. Presenti de forma sòlida la **candidatura** de l'organització.
2. Destaqui la **coherència** entre els objectius de la missió i l'estratègia de l'empresa.
3. Argumenti amb claredat el **valor** que l'organització pot aportar i obtenir en la missió.
4. Transmeti **professionalitat** i interès genuí en participar-hi.

La carta ha de **facilitar la selecció de la candidatura** i contribuir a generar una imatge institucional robusta i alineada amb el perfil de la missió.

Consideracions

- ☒ Utilitza un **to** formal, respectuós i alhora proper.
- ☒ La carta no ha de superar una pàgina (màxim **350 paraules**).
- ☒ Inclou **dades concretes** sobre l'organització (any de fundació, sectors d'activitat, mercats actuals).
- ☒ Evita **expressions genèriques** i insisteix en la singularitat del perfil i l'encaix estratègic amb la missió.
- ☒ Fes esment explícit a la **missió** (títol, dates, organitzadors).
- ☒ **Signa la carta** amb el càrrec institucional corresponent (direcció general, presidència o equivalent).



19

Exporta- ció digital i marketpla- ces

Avaluació de
preparació i
pla d'entrada
a plataformes
globals de
comerç electrònic
(Amazon/Alibaba)

→ Diagnosticar el grau de preparació d'una empresa per operar en marketplaces internacionals i definir un full de ruta estratègic per a la seva entrada exitosa.

Rol

- Ets un **consultor expert en comerç electrònic internacional** amb una trajectòria de més de 10 anys assessorant pimes en processos d'internacionalització digital.
- Especialitzat en marketplaces globals com Amazon i Alibaba, domines les seves condicions d'accés, criteris operatius, estratègies de posicionament i requisits logístics.

Context

L'empresa client és una pime industrial que fabrica productes propis de gamma mitjana-alta, amb distribució nacional consolidada.

Vol explorar **nous canals de venda internacional** a través de plataformes com Amazon (per a client final) o Alibaba (per a B2B).

Disposa d'un equip petit de màrqueting i vendes, coneixements digitals limitats i una estructura logística bàsica.

Té un termini de 6 mesos per valorar la viabilitat i, si escau, començar a operar.



19

Exporta- ció digital i marketpla- ces

Avaluació de
preparació i
pla d'entrada
a plataformes
globals de
comerç electrònic
(Amazon/Alibaba)

Objectius

1. Diagnosticar el **grau de preparació actual** de l'empresa per operar a Amazon i Alibaba (capacitat digital, logística, marca, gestió d'inventari, etc.).
2. Identificar les **bretxes** clau i riscos potencials.
3. Proposar un **pla de preparació** amb fases concretes (diagnosi, adaptació de catàleg, formació, operativa, llançament pilot).
4. Recomanar **prioritats** segons el potencial de cada plataforma (B2C vs B2B).
5. Establir **indicadors** de preparació (checklist) i mètriques d'èxit inicial.

Consideracions

- ☒ Utilitza un **llenguatge** orientat a la presa de decisions estratègiques.
- ☒ Presenta el **pla en format estructurat** (taula o roadmap per fases).
- ☒ Considera **diferències clau** entre Amazon i Alibaba (target, processos, normatives).
- ☒ Tingues en compte aspectes logístics, legals, de posicionament de marca i suport postvenda.
- ☒ Evita **recomanacions genèriques**: centra't en accions específiques segons el perfil descrit.



19

Exporta- ció digital i marketpla- ces

Redacció d'una
fitxa de producte
optimitzada per
Amazon França

→ Generar una descripció de producte persuasiva i adaptada a criteris SEO i culturals del mercat francès.

Rol

- Ets un **expert en màrqueting digital especialitzat en redacció de fitxes de producte per a marketplaces internacionals**, amb un enfocament particular en Amazon França.
- Coneixes profundament les pràctiques d'optimització SEO dins la plataforma, així com les especificitats culturals i lingüístiques del consumidor francès.

Context

Estàs redactant una **fitxa de producte** per ser publicada a Amazon França.

El producte és [*descriu el producte aquí: ex. una ampolla reutilitzable d'acer inoxidable, una funda per a mòbil, etc.*].

El públic objectiu són consumidors francesos adults, especialment sensibles a la qualitat, la sostenibilitat i les valoracions d'altres clients.

La descripció es mostrarà tant a l'app com a la versió web del marketplace i ha de competir en un entorn altament saturat. Disposes de la informació tècnica del producte, imatges de qualitat i accés a paraules clau rellevants del sector.



19

Exporta- ció digital i marketpla- ces

Redacció d'una
fitxa de producte
optimitzada per
Amazon França

Objectius

1. Redactar una **fitxa completa** que inclogui: títol optimitzat amb keywords, bullets amb beneficis clars i descripció llarga emocionalment connectada amb el client.
2. Utilitzar un **llenguatge** atractiu, clar i adaptat a les expectatives del mercat francès.
3. Aplicar les **millors pràctiques SEO** d'Amazon: ús estratègic de paraules clau, estructura clara, enfocament en avantatges.
4. Garantir la conformitat amb la **cultura de consum francesa**: evitar exageracions, mostrar autenticitat i confiança, posar èmfasi en la qualitat.
5. Incrementar la visibilitat del producte en cerques i potenciar la taxa de conversió.

Consideracions

- ✓ Escriu en **francès nadiu** amb un to professional i persuasiu, evitant expressions massa informals o típicament anglosaxones.
- ✓ El **títol** ha de tenir entre 150-200 caràcters, amb les paraules clau més rellevants al començament.
- ✓ Utilitza un màxim de **5 bullets points**, clars i orientats al benefici pràctic.
- ✓ La descripció llarga pot incloure **storytelling** o context d'ús, i ha de tenir entre 300-500 paraules.
- ✓ No repeteixis paraules clau de forma forçada. Prioritza la naturalitat i la fluïdesa del text.
- ✓ Assegura't que el contingut compleixi amb les **polítiques d'Amazon** i no contingui promeses mèdiques o afirmacions sense suport legal.



20

Negociació intercultural

Adaptació d'un discurs de venda a un perfil cultural específic

→ Obtenir un discurs de venda personalitzat que tingui en compte les particularitats culturals d'un país concret per optimitzar la comunicació comercial i augmentar les possibilitats d'èxit en una negociació internacional.

Rol

- Ets un **especialista en comunicació intercultural aplicada a la venda internacional**, amb una sòlida experiència en negocis B2B i B2C.
- Coneixes en profunditat els codis culturals, les expectatives comunicatives i els valors de negoci de diversos contextos geogràfics, i ets capaç de transformar un discurs de venda estàndard en una proposta plenament adaptada a la cultura del comprador.

Context

Estàs treballant amb un equip comercial que prepara l'entrada o consolidació d'un producte o servei en un nou mercat internacional.

El **discurs** original **de venda** ha estat creat per a un entorn occidental genèric (ex. Europa Occidental o Nord-Amèrica), però cal adaptar-lo per ser culturalment rellevant i persuasiu en un nou context, que pot ser Àsia, Amèrica Llatina, Orient Mitjà, Europa de l'Est o Àfrica.

La comunicació es farà en format oral o escrit (presentació, trucada, correu electrònic, etc.) i cal que sigui clara, professional i culturalment ajustada.



20

Negociació intercultural

Adaptació d'un discurs de venda a un perfil cultural específic

Objectius

1. **Reescriure** el discurs de venda original adaptant-lo a les normes comunicatives, les expectatives comercials i el sistema de valors del país destinatari.
2. Identificar **elements** del discurs que poden generar malentès, resistència o desconexió cultural.
3. Proposar **alternatives lingüístiques**, de to i de forma que reforcin la proximitat cultural i la confiança.
4. Mantenir la **coherència** amb l'estratègia de màrqueting global de l'empresa.
5. Incrementar la **visibilitat** del producte en cerques i potenciar la taxa de conversió.

Consideracions

- ☑ Especifica el **país de destinació** per ajustar l'adaptació cultural (ex. Japó, Brasil, Alemanya, Egipte...).
- ☑ Mantingues un **to professional i convincent**, adaptat a la formalitat esperada en aquell mercat.
- ☑ Evita **expressions idiomàtiques** pròpies d'altres cultures que poden no tenir equivalència directa.
- ☑ Tingues en compte les jerarquies, les expectatives de proximitat emocional, el paper del col·lectiu vs. l'individu, i la relació amb el temps i el risc segons el país.
- ☑ El discurs ha de tenir una extensió màxima de **300 paraules** (si és escrit) o 2 minuts (si és oral).



20

Negociació intercultural

Simulació d'una negociació complexa amb un distribuïdor exigent per reforçar les habilitats de venda estratègica

→ Entrenar la capacitat de defensa del valor d'un producte davant un interlocutor escèptic i exigent, millorant les habilitats de comunicació, argumentació i gestió de conflictes.

Rol

- Ets un **professional sènior en vendes B2B** amb experiència en negociacions complexes dins el sector agroalimentari.
- Et especialitzes a defensar propostes de valor davant distribuïdors amb alta capacitat de pressió i amb demandes exigents.
- La teva funció és representar l'empresa fabricant i assegurar l'establiment d'un acord beneficiós sense devaluar el producte ni alterar les condicions estratègiques de marge i posició de marca.

Context

Et trobes en una reunió virtual amb un distribuïdor clau del sud d'Europa que representa una part significativa de la quota de mercat.

Aquest distribuïdor ha expressat repetidament preocupacions sobre el preu, la competència amb productes similars i les condicions logístiques.

La teva empresa ha invertit recentment en R+D per millorar el producte, i cal **justificar aquesta proposta de valor**. Disposes d'informes tècnics, dades comparatives amb competidors i testimonis de clients finals, però el temps de la reunió és limitat (30 minuts).



20

Negociació intercultural

Simulació d'una negociació complexa amb un distribuïdor exigent per reforçar les habilitats de venda estratègica

Objectius

Simular la **conversa** mantenint la tensió realista d'una negociació complicada i:

1. Argumentar amb **claredat els beneficis** del producte enfront dels competidors.
2. Reforçar la **percepció de valor** sense cedir en preu ni comprometre condicions estratègiques.
3. Gestionar les **objeccions** del distribuïdor amb seguretat, empatia i orientació a la solució.
4. **Tancar la reunió** amb una proposta clara de continuïtat o acord.

L'èxit de l'exercici es mesurarà per la solidesa argumentativa, l'ús de dades específiques, la capacitat de gestionar el desacord i el manteniment d'una relació professional positiva.

Consideracions

- ☑ Utilitza un **llenguatge** formal i convincent, adequat per a reunions de nivell directiu.
- ☑ Evita **concessions precipitades**. Mostra seguretat i domini del producte.
- ☑ Fes servir **exemples concrets** i terminologia del sector.
- ☑ La simulació ha de tenir una durada de **5-7 minuts** i incloure torns de paraula alterns.
- ☑ Pots incorporar **tècniques de negociació** com la BATNA, el silenci estratègic o la reformulació d'objeccions.



21

Llança- ment de nous productes

Disseny d'un
toolkit per a la in-
ternacionalització
d'un nou producte

→ Desenvolupar un conjunt integral d'eines i recursos per facilitar el llançament internacional d'un nou producte, adaptat a diversos mercats i canals.

Rol

- Ets un **consultor expert en estratègia de mercats internacionals** i desenvolupament de producte, amb una trajectòria consolidada en el llançament global de productes agroalimentaris.
- Combines coneixement de màrqueting, operacions i gestió intercultural, i tens habilitats específiques en la creació de materials de suport per equips multidisciplinaris.

Context

L'empresa està a punt de comercialitzar un **nou producte a escala internacional**, després d'una fase de validació en el mercat domèstic.

El públic objectiu varia segons el país, amb diferències significatives en canals de distribució, hàbits de consum i regulacions.

Els equips comercials, de comunicació i de partners locals necessiten eines pràctiques i coherents per executar el llançament.

El toolkit es distribuirà digitalment i ha de ser fàcilment adaptable a diferents contextos regionals. El temps de desenvolupament és de 3 setmanes i s'utilitzarà com a base una plataforma col·laborativa (com Notion o SharePoint).



21

Llançament de nous productes

Disseny d'un toolkit per a la internacionalització d'un nou producte

Objectius

Has de crear un **toolkit complet** per a equips interns i externs, que inclogui:

1. **Guia estratègica** del llançament (objectius, calendari, rols).
2. **Missatge** central i adaptacions per mercats clau.
3. Material de **màrqueting** base (copy, visuals, pitch decks).
4. **Plantilles** d'emails i documents comercials.
5. Fulls de **control** i seguiment d'activitats.
6. **Recomanacions** logístiques i legals per a la internacionalització.
7. **Q&A** o manual de preguntes freqüents.

L'objectiu és garantir una execució alineada, eficient i adaptada a cada realitat local, amb un estil pràctic i professional. L'èxit es mesurarà per la rapidesa d'adopció per part dels equips i la consistència del missatge als mercats clau.

Consideracions

- ☑ El **llenguatge** ha de ser clar, formal i neutre culturalment, amb possibilitat de traducció fàcil.
- ☑ Utilitza **formats visuals** quan sigui pertinent (infografies, time-lines, taules).
- ☑ Evita el **contingut genèric**; cada element ha de tenir aplicació pràctica immediata.
- ☑ Tingues en compte **regulacions** bàsiques de comerç internacional i drets de marca.
- ☑ El toolkit ha d'estar pensat per escalar-se a **5 mercats** inicials: UE, EUA, LATAM, Japó i Austràlia.



21

Llança- ment de nous productes

Anàlisi de viabilitat
de llançament
d'un nou producte
en un mercat
específic

→ Obténir una avaluació rigorosa sobre la viabilitat de comercialitzar un nou producte en un país concret, amb una recomanació final clara de tipus GO/NO GO.

Rol

- Ets un **analista de mercat sènior** amb especialització en estudis de viabilitat per a llançaments internacionals de producte.
 - Tens experiència contrastada en estratègies d'entrada a mercats, avaluació de riscos i adaptació cultural del producte, i domines metodologies quantitatives i qualitatives d'anàlisi competitiva i de comportament del consumidor.
-

Context

L'empresa està avaluant la **introducció d'un nou producte** [descriure breument el tipus de producte] en el mercat de [país específic], on encara no té presència directa.

Es disposa de dades internes sobre costos i capacitat logística, i d'un estudi preliminar sobre hàbits de consum.

L'anàlisi es farà en un termini màxim de dues setmanes i s'haurà de presentar a la direcció comercial i d'innovació, en format executiu.

El canal de distribució previst és mixt: digital i retail.



21

Llançament de nous productes

Anàlisi de viabilitat de llançament d'un nou producte en un mercat específic

Objectius

1. Avaluar l'atractiu i la maduresa del **mercat objectiu** per al tipus de producte proposat.
2. Identificar els principals **competidors** i barreres d'entrada.
3. Estimar la **mida** del mercat potencial i els segments més receptius.
4. Analitzar l'**adequació** cultural i reguladora del producte al mercat local.
5. Proposar una **recomanació** clara de GO/NO GO amb justificació basada en evidències.
6. Incloure **indicadors clau** com ara: volum de vendes projectat, ROI estimat, riscos crítics i avantatges competitius.

Consideracions

- ☒ Utilitza **fonts** de dades oficials, informes sectorials i benchmarks regionals.
- ☒ Presenta l'**anàlisi** de manera estructurada: resum executiu, anàlisi DAFO, conclusions, recomanació.
- ☒ Redacta en un **to** formal i orientat a la presa de decisions estratègiques.
- ☒ Si hi ha **incerteses** significatives, proposa escenaris alternatius i mesures de mitigació.
- ☒ El document no ha d'excedir les **1.500 paraules** o l'equivalent en una presentació de 10 diapositives.



22

Gestió documental

Anàlisi de viabilitat
de llançament
d'un nou producte
en un mercat
específic

→ Estructurar de manera òptima la documentació vinculada a processos d'exportació, tenint en compte els rols dels usuaris implicats i la traçabilitat de les diferents versions.

Rol

- Ets un **consultor expert en gestió documental digital** amb experiència en entorns internacionals i en processos logístics i comercials d'exportació.
 - Coneixes en profunditat les normatives aplicables, les bones pràctiques de gestió documental i els sistemes d'arxiu digital col·laboratiu.
-

Context

Una empresa mitjana amb activitat exportadora a diversos països vol **optimitzar la seva estructura digital de documents** per facilitar la col·laboració, la localització d'informació i el compliment normatiu.

L'equip està format per perfils administratius, comercials, logístics i legals, cadascun amb necessitats específiques d'accés i edició.

Actualment es treballa en entorns com Google Drive i SharePoint, però la documentació està dispersa, amb versions solapades i sense una jerarquia clara de carpetes.



22

Gestió documental

Anàlisi de viabilitat
de llançament
d'un nou producte
en un mercat
específic

Objectius

1. Definir una **estructura de carpetes** clara i replicable per organitzar la documentació exportadora (contractes, factures, certificats, documentació duanera, etc.).
2. Assignar **permisos** i rols d'accés segons perfils professionals (ex.: només lectura per a comercials, edició per a administratius).
3. Establir un **sistema de control de versions** que garanteixi la traçabilitat dels canvis i la identificació de l'última versió vàlida.
4. Proposar una **nomenclatura** estandarditzada per a documents i carpetes.
5. Garantir el compliment de **requisits legals** relacionats amb la conservació i accessibilitat documental.

Consideracions

- ☒ La proposta ha de ser **fàcilment implementable** sense programació.
- ☒ Cal tenir en compte les normatives de **protecció de dades** (GDPR) i comerç internacional.
- ☒ L'**idioma** de treball és preferentment el català i l'anglès.
- ☒ Evita **duplicació d'esquemes** entre departaments, però permet personalitzacions segons necessitats operatives.
- ☒ El sistema ha de ser **escalable** i adaptat a un context multilingüe i multinacional.



22

Gestió documental

Revisió intel·ligent
de documents
d'exportació

→ Detectar errors legals o formals en documentació internacional.

Rol

- Ets un **expert jurídic internacional amb coneixement avançat** en comerç exterior i normativa aduanera.
 - Tens una sòlida experiència en la revisió de contractes comercials, certificats d'origen, factures proforma, packing lists i altres documents d'exportació, especialment pel que fa al compliment normatiu, la coherència formal i l'exactitud legal.
-

Context

L'empresa sol·licitant opera en el sector exportador i ha de garantir la **validesa formal i legal dels seus documents comercials internacionals** abans de presentar-los a autoritats duaneres o agents logístics.

El document ha estat elaborat per personal intern i es vol revisar de manera automatitzada mitjançant IA per tal d'evitar errors que puguin generar retards, sancions o malentesos contractuals. L'anàlisi es realitzarà sobre una versió digital del document (PDF o Word) i l'objectiu és validar-lo en menys de 24 hores.



22

Gestió documental

Revisió intel·ligent
de documents
d'exportació

Objectius

1. Identificar **incoherències terminològiques**, omissions de dades clau (com INCOTERMS, signatures, dates o codis aranzelaris), errors de format o discrepàncies amb normatives vigents.
2. Verificar que les **clàusules legals** compleixin amb la legislació del país exportador i importador.
3. Proposar **correccions** o reformulacions quan sigui necessari per millorar la claredat, l'exactitud o l'eficàcia legal del document.
4. Generar un **informe resum** estructurat amb els punts detectats, nivell de gravetat i recomanacions concretes.

Consideracions

- ☑ Mantingues un **estil de revisió formal**, precís i neutral.
- ☑ Utilitza **terminologia** jurídica i comercial reconeguda internacionalment.
- ☑ No modifiquis el **contingut substantiu** del document tret que detectis una vulneració clara de normes legals o pràctiques contractuals habituals.
- ☑ L'informe ha de tenir una extensió màxima de **2 pàgines** i ha de ser apte per ser compartit amb equips interns no legals.
- ☑ Tingues en compte les **diferències** entre sistemes legals (common law vs. dret continental) si el document involucra països amb marcs normatius diferents.



23

Compliance i regulació internacional

Anàlisi estructurada de riscos normatius i legals per al llançament d'un producte

→ Obtenir un mapa de riscos normatius i legals complet i contextualitzat per a guiar la presa de decisions estratègiques i complir amb les exigències regulatòries d'un mercat concret.

Rol

- Ets un **expert en dret regulatori internacional** amb coneixements específics en compliment normatiu i riscos legals.
- Has assessorat empreses de diversos sectors en processos d'internacionalització i llançament de productes, amb un enfocament preventiu i estratègic.
- Coneixes els marcs legals locals i internacionals i ets capaç de traduir-los en accions concretes per a equips operatius.

Context

L'empresa està valorant introduir un **nou producte en un mercat estranger** i necessita identificar, categoritzar i anticipar els riscos legals i normatius associats.

El públic destinatari del mapa de riscos inclou l'equip directiu, el departament legal i l'àrea de desenvolupament de negoci. El país de destinació i la naturalesa del producte encara no estan definits en aquesta fase inicial, però el mapa s'ha de poder adaptar fàcilment un cop es concreti.

El mapa es farà servir com a base per decidir si cal fer adaptacions al producte, redefinir l'estratègia de mercat o consultar assessors locals.



23

Compliance i regulació internacional

Anàlisi estructurada de riscos normatius i legals per al llançament d'un producte

Objectius

1. Generar un **llistat estructurat** dels principals riscos normatius i legals per a un producte en un país concret.
2. Classificar els **riscos** segons la seva naturalesa (ex.: protecció de dades, responsabilitat civil, etiquetatge, fiscalitat, regulació sectorial...).
3. Valorar el **grau de severitat** i probabilitat de cada risc.
4. Proposar mesures de **mitigació** preliminars per a cada risc identificat.
5. Facilitar una **visualització** clara i operativa (ex.: taula o mapa conceptual) que permeti comunicar els riscos als equips implicats.

Consideracions

- ☑ Adopta un **llenguatge tècnic** però entenedor per a perfils no legals.
- ☑ Indica sempre la **font** jurídica o normativa que dona origen a cada risc quan sigui possible.
- ☑ Evita **supòsits genèrics**; fes servir marcs de referència realistes i alineats amb pràctiques internacionals.
- ☑ El format de sortida ha de ser una **taula** detallada o un esquema jeràrquic, amb possibilitat d'exportar-se a una presentació executiva o informe intern.
- ☑ Prepara el **mapa** pensant que s'haurà d'actualitzar periòdicament en funció de canvis normatius.



23

Compliance i regulació internacional

Disseny d'un pla bàsic de compliance per a pimes agroalimentàries exportadores

→ Obtenir una proposta estructurada de pla de compliance adaptada a les necessitats i riscos específics del sector agroalimentari amb activitat exportadora, pensada per a pimes.

Rol

- Ets un **expert en compliance corporatiu** amb una trajectòria de més de 10 anys assessorant petites i mitjanes empreses dels sectors regulats, especialment agroalimentari i exportador.
- Coneixes en profunditat les normatives europees i internacionals en matèria de seguretat alimentària, traçabilitat, protecció de dades, drets laborals i pràctiques comercials ètiques.
- Tens habilitats per adaptar els marcs normatius a entorns amb recursos limitats, i t'enfoques a oferir solucions pràctiques i escalables.

Context

Estàs assessorant una pime catalana del sector agroalimentari que exporta a països de la UE i fora de la UE.

L'empresa vol implantar un **sistema bàsic de compliance** per reduir riscos legals, reputacionals i operatius associats a la seva activitat internacional.

Actualment no disposa de cap estructura formal en aquest àmbit i compta amb un equip reduït.

L'objectiu és tenir una primera proposta que sigui assumible i que es pugui anar desplegant en fases.



23

Compliance i regulació internacional

Disseny d'un pla bàsic de compliance per a pimes agroalimentàries exportadores

Objectius

El teu objectiu és proposar un **pla bàsic de compliance** amb:

1. **Àrees prioritàries** a cobrir (per ex. seguretat alimentària, contractació internacional, protecció de dades, suborns, sostenibilitat, etc.)
2. **Eines** i procediments mínims a implementar (protocols, formacions, canals de denúncia, etc.)
3. **Cronograma** d'implantació per fases.
4. **Recomanacions específiques** per a l'exportació (marcs normatius clau, riscos habituals).
5. **Recursos humans** i materials mínims requerits per a la seva execució inicial.

Consideracions

- ☑ El **llenguatge** ha de ser tècnic però accessible per a un públic no jurídic.
- ☑ El pla ha de ser adaptat a la **realitat** d'una pime amb recursos limitats i sense departament legal intern.
- ☑ El format de sortida ha de ser un **document esquemàtic** de màxim 2 pàgines, apte per presentar-lo a la direcció de l'empresa.
- ☑ Evita **referències** a grans corporacions o sistemes de compliance molt complexos o costosos.
- ☑ Tingues en compte els **requisits específics** per a productes alimentaris exportats a la UE, EUA i països d'Amèrica Llatina.



24

Tràmits digitals i adminis- tració

Creació d'una
guia detallada de
tràmits digitals per
a l'exportació des
de Catalunya

→ Generar una guia pràctica i actualitzada per a empreses catalanes que vulguin iniciar processos d'exportació, amb tots els passos administratius digitals, terminis i recursos en línia.

Rol

- Ets un **consultor expert en comerç internacional** amb especialització en normativa espanyola i europea, així com en els sistemes digitals de tramitació pública i privada.
- La teva funció és assessorar petites i mitjanes empreses catalanes en els processos d'exportació, oferint informació clara, actualitzada i operativa.

Context

L'audiència principal són **PIMEs ubicades a Catalunya**, moltes d'elles amb poca experiència prèvia en comerç exterior, però amb voluntat d'obrir-se a mercats internacionals.

El document es publicarà en format digital (PDF o pàgina web), i es vol fer arribar a través de cambres de comerç, xarxes de suport empresarial i entitats com ACCIÓ.

El projecte es troba en fase de conceptualització i es disposa d'un mes per a tenir la primera versió operativa.



24

Tràmits digitals i adminis- tració

Creació d'una
guia detallada de
tràmits digitals per
a l'exportació des
de Catalunya

Objectius

El teu encàrrec és generar una **guia** que inclogui:

1. El llistat complet dels **tràmits necessaris** per iniciar una activitat d'exportació des de Catalunya.
2. Els **portals** o canals digitals corresponents (enllaços oficials actualitzats).
3. Els **terminis** habituals per a cada tràmit o gestió.
4. Una **classificació** per fases: preparació, autoritzacions, logística, duanes, fiscalitat, etc.
5. **Recomanacions pràctiques** per evitar errors freqüents o retards.

La guia ha de ser estructurada, visualment clara i redactada amb un to formal però accessible.

Consideracions

- ☑ Utilitza **fonts oficials** (webs governamentals, portals europeus, Cambra de Comerç, Agència Tributària, etc.).
- ☑ Tota la **informació** ha de ser **específica** per a empreses establertes a Catalunya.
- ☑ Evita **tecnicismes** innecessaris i proporciona definicions quan calgui.
- ☑ El format ha de permetre exportació a **PDF** i lectura online (estructura amb títols, llistes i taules).
- ☑ Redacta en **català normatiu** amb estil institucional i directe.



25

CRM i automa- tització de vendes

Disseny d'una
estructura
operativa de
CRM per a
equips comercials
d'exportació

→ Obténir una proposta estructurada, funcional i adaptada d'un sistema CRM orientat a la gestió comercial internacional, que inclogui fitxes de clients/potencials, eines de seguiment i fluxos d'acció comercial.

Rol

- Ets un **consultor expert en sistemes de Customer Relationship Management (CRM)** amb especialització en processos d'exportació i vendes internacionals.
 - Comptes amb una sòlida experiència en el disseny de solucions CRM per a pimes i mitjanes empreses exportadores, integrant estratègies de seguiment comercial, gestió de leads i adaptació a mercats multiculturals.
-

Context

Estàs treballant per a una empresa catalana en procés d'expansió internacional, que necessita una **estructura de CRM** eficient per gestionar les oportunitats comercials a diversos mercats exteriors (UE, LATAM i Àsia).

L'equip de vendes és híbrid (presencial i remot), i actualment no disposa d'un sistema centralitzat.

Es vol disposar d'un CRM modular, adaptable a eines com Hubspot, Zoho o Pipedrive, i que contempli fitxes completes de clients, registre d'interaccions, estats del cicle de venda i alertes de seguiment.

Els comercials han de poder consultar i actualitzar la informació fàcilment des de qualsevol dispositiu.



25

CRM i automa- tizació de vendes

Disseny d'una
estructura
operativa de
CRM per a
equips comercials
d'exportació

Objectius

Dissenyar l'estructura detallada d'un **CRM per a exportació**, que inclogui:

1. **Models de fitxa** per a clients, distribuïdors, representants i contactes clau.
2. Sistema de **seguiment de leads** i oportunitats amb fases comercials clares.
3. **Alertes** i recordatoris automatitzats per al seguiment de contactes.
4. **Camps específics** per a dades rellevants en context d'exportació (idioma, país, incoterms, volum, etc.).
5. Proposta de **codificació** per a qualificació de leads.
6. Exemple de **tauler de control** amb indicadors clau (KPI comercials).

Aquest sistema ha de servir tant per a la captació com per al manteniment i fidelització de clients internacionals.

Consideracions

- ☒ El disseny ha d'estar pensat per a un **equip de vendes** amb coneixements mitjans de CRM.
- ☒ Evita **tecnicismes** complexos; prioritza l'operativitat i la claredat.
- ☒ L'estructura ha de ser **exportable** o replicable fàcilment a plataformes comercials existents.
- ☒ Inclou **exemples pràctics** per a cada mòdul o funcionalitat proposada.
- ☒ Ha d'adaptar-se a normatives de **protecció de dades** (GDPR).
- ☒ Sortida preferentment en format **taula** o esquema estructurat.



25

CRM i automa- tització de vendes

Disseny
d'un sistema
d'automatització
per al seguiment
comercial amb
intel·ligència
artificial

→ Crear un flux automatitzat d'interaccions comercials (emails, informes i alertes) per optimitzar la gestió de clients i oportunitats.

Rol

- Ets un **consultor especialitzat en solucions d'intel·ligència artificial per a la gestió comercial**, amb una sòlida experiència en la implantació d'automatitzacions en entorns B2B.
 - Combines coneixements avançats en CRM, IA generativa i eines de notificació per dissenyar fluxos intel·ligents i escalables que millorin l'eficiència dels equips de vendes i el seguiment de leads.
-

Context

Estàs assessorant una pime del sector serveis que vol millorar el seu **sistema de seguiment comercial**. Actualment, el seguiment es fa de manera manual, amb un CRM bàsic i sense cap sistema automatitzat d'alertes o d'informes periòdics.

L'empresa vol integrar IA per optimitzar processos com l'enviament d'emails personalitzats, la generació d'informes de seguiment i la detecció d'oportunitats o inactivitat a través d'alertes.

El CRM utilitzat és HubSpot i es disposa d'accés a eines com Zapier, Notion i Google Workspace. L'objectiu és tenir un sistema operatiu en 4 setmanes.



25

CRM i automa- tització de vendes

Disseny
d'un sistema
d'automatització
per al seguiment
comercial amb
intel·ligència
artificial

Objectius

Defineix una proposta operativa per implementar un **sistema d'automatització del seguiment comercial** amb IA, que inclogui:

1. Tipologies d'**emails** a automatitzar (seguiment, recordatoris, propostes, feedback).
2. Format, periodicitat i contingut clau dels **informes automàtics** de seguiment comercial.
3. Tipus d'**alertes** intel·ligents i llindars de comportament o inactivitat que les activin.
4. Integració amb el **CRM** existent i eines disponibles.
5. **Recomanació d'IA** generatives específiques per a cada funcionalitat (per exemple, redacció de correus, detecció de patrons, resum d'interaccions).
6. **Exemple** d'un flux automatitzat complet (des del primer contacte fins al tancament o inactivitat).

Consideracions

- ☑ Evita propostes que requereixin **desenvolupament complex** o infraestructures costoses.
- ☑ Prioritza solucions amb **interfícies amigables** i fàcilment mantenibles per part de l'equip intern.
- ☑ El **llenguatge** dels correus ha de ser formal però proper, adaptat a pimes catalanes.
- ☑ Els **informes** han de poder-se consultar en línia i descarregar-se en PDF.
- ☑ L'automatització ha de complir amb el **RGPD** i preservar la privacitat de les dades comercials.



26

Comuni- cació de crisi i reputació

Disseny d'un
protocol per
gestionar una crisi
reputacional a
l'estranger

→ Elaborar un protocol sòlid, amb una declaració pública inicial i un pla d'accions correctives, per afrontar una crisi reputacional internacional de forma eficaç i alineada amb les millors pràctiques corporatives.

Rol

- Ets un **expert en gestió de crisi i comunicació corporativa internacional** amb una trajectòria de més de 10 anys assessorant empreses multinacionals en contextos de conflicte reputacional.
- Tens profund coneixement de l'estratègia comunicativa multicanal, de les normatives globals de responsabilitat corporativa, i de les dinàmiques mediàtiques i culturals en entorns internacionals.

Context

Estàs treballant amb una empresa amb presència global que s'enfronta a una **crisi reputacional** derivada d'un incident ocorregut en una de les seves delegacions internacionals (fora del país d'origen).

L'impacte mediàtic ha estat elevat, i hi ha pressió per part de mitjans locals, clients i institucions públiques. Cal una resposta ràpida, estructurada i culturalment adequada.

Es disposa d'un equip intern de comunicació i d'accés a assessoria legal. L'actuació es durà a terme tant a través de mitjans digitals com tradicionals en un termini de 72 hores.



26

Comuni- cació de crisi i reputació

Disseny d'un
protocol per
gestionar una crisi
reputacional a
l'estranger

Objectius

Has de generar un **protocol operatiu** que inclogui:

1. Una **declaració oficial inicial**, clara i empàtica, adaptada al context internacional i cultural de l'incident.
2. Un **pla d'accions** correctives que integri mesures immediates, revisions de processos interns, i compromisos a mitjà termini.
3. Un **esquema de comunicació** de crisi multicanal (premsa, xarxes, comunicació interna) amb assignació de rols.
4. Un sistema de **seguiment** i revisió de l'impacte i l'eficàcia de la resposta.

Els resultats han de ser accionables, alineats amb els estàndards internacionals de responsabilitat social i corporativa, i orientats a recuperar la confiança dels públics implicats.

Consideracions

- ☑ Utilitza un **llenguatge** formal, diplomàtic i culturalment sensible.
- ☑ El protocol ha de ser **adaptable** a diferents regions i marcs normatius.
- ☑ Evita **tecnicismes legals** innecessaris i centra't en l'eficàcia comunicativa i l'impacte reputacional.
- ☑ El document resultant ha de tenir un màxim de **1.000 paraules** i estar estructurat per fases: *anàlisi inicial, declaració, accions correctives, seguiment*.
- ☑ Inclou **exemples** o formats de declaracions si és possible.



26

Comuni- cació de crisi i reputació

Redacció
d'una resposta
professional a una
ressenya negativa
internacional

→ Preservar la reputació de marca i reconduir la relació amb el client.

Rol

- Ets un/a **responsable de comunicació corporativa** especialitzat/da en gestió de reputació online i atenció al client internacional.
 - Domines l'estratègia de resposta a comentaris crítics en entorns públics com Google Reviews, TripAdvisor o Trustpilot, amb una orientació clara a la resolució i la preservació de la imatge de marca.
-

Context

Has de respondre una **ressenya negativa** publicada per un client internacional (no hispanoparlant) sobre una experiència recent amb el vostre servei o producte.

La crítica s'ha fet pública en una plataforma d'alt abast, i pot tenir impacte en la percepció d'altres potencials clients.

El client expressa decepció per aspectes relacionats amb la qualitat del servei i l'atenció rebuda.

Tens accés a l'historial de servei, però la resposta s'ha de redactar pensant en una audiència global.

La comunicació es farà en anglès i s'ha de publicar en les pròximes 24 hores.



26

Comuni- cació de crisi i reputació

Redacció
d'una resposta
professional a una
ressenya negativa
internacional

Objectius

1. Elaborar una **resposta clara**, empàtica i professional que transmeti responsabilitat i voluntat de millora.
2. Minimitzar l'**impacte negatiu** de la crítica sense contradir el client.
3. Reforçar els **valors de la marca** i convidar a una comunicació privada per a la resolució directa del cas.
4. Contribuir a mantenir una **valoració mitjana alta** de la plataforma.

Consideracions

- ☑ El **to** ha de ser respectuós, conciliador i orientat a la solució, evitant justificacions excessives.
- ☑ Cal demostrar **escolta activa** i compromís amb la millora contínua.
- ☑ Inclou una **fórmula de tancament** que convidi el client a contactar per correu electrònic o telèfon.
- ☑ No revelis **dades personals** ni informació sensible.
- ☑ El text no ha de superar els **1000 caràcters**.
- ☑ Assegura't que l'**anglès** emprat sigui formal, neutre i gramaticalment correcte.



27

Eines col·labora- tives

Disseny d'un
espai col·laboratiu
digital per a la
gestió operativa
de l'equip
d'exportació

→ Crear un espai de treball compartit a Notion o Monday per millorar la coordinació, la gestió de tasques i el seguiment de processos dins l'equip d'exportació.

Rol

- Ets un **consultor en gestió de processos i eines digitals col·laboratives** amb experiència en entorns logístics i comercials internacionals.
 - Coneixes a fons les funcionalitats de Notion i Monday.com, i tens capacitat per dissenyar estructures de treball optimitzades per a equips multidisciplinaris.
-

Context

L'encàrrec prové d'una empresa amb activitat d'exportació estable, que vol **millorar l'eficiència de l'equip responsable de gestions internacionals** (comandes, documentació, seguiment de mercaderies, relació amb agents i clients).

L'equip treballa de forma híbrida, distribuït en diverses ubicacions i amb horaris solapats.

El canal digital serà l'eix central de la comunicació i coordinació diària.

El sistema ha d'estar operatiu en dues setmanes i no es disposa de recursos per a formació extensa.



27

Eines col·labora- tives

Disseny d'un
espai col·laboratiu
digital per a la
gestió operativa
de l'equip
d'exportació

Objectius

Dissenyar una proposta detallada per a un **espai de treball compartit** (a Notion o Monday) que inclogui:

1. Una **estructura** clara de seccions, taules o panells.
2. **Plantilles reutilitzables** per a processos habituals (ex.: seguiment d'enviaments, control de documentació, incidències).
3. **Fluxos de treball** automatitzats quan sigui possible (recorridors, assignació de tasques, estats de validació).
4. **Control d'accés** i visibilitat segons rol (coordinació, operatiu, administració).
5. **Propostes de visualització** (tauler kanban, calendari, taula, cronograma).
6. **Exemples pràctics** d'ús per a tres casos concrets de l'equip d'exportació.

Consideracions

- ☒ El **llenguatge** ha de ser neutre i orientat a la claredat operativa.
- ☒ Limita't a **funcionalitats** disponibles en els plans gratuïts o estàndard de cada eina.
- ☒ L'**espai** ha de ser escalable a mesura que creixi l'equip.
- ☒ Evita **solucions massa tècniques** o que requereixin manteniment intensiu.
- ☒ Prioritza la **facilitat d'ús** per part de persones no tècniques.



27

Eines col·labora- tives

Disseny d'una
base de coneixe-
ment interna
sobre internacio-
nalització

→ Obtenir un sistema estructurat de fitxes, plantilles i bones pràctiques per donar suport a processos d'internacionalització dins una organització.

Rol

- Ets un **expert en gestió del coneixement corporatiu i processos d'internacionalització empresarial**, amb experiència en sistematització de recursos i documentació per a equips multidisciplinaris.
 - Combines criteris d'eficiència operativa amb coneixement de mercats internacionals i normatives globals.
-

Context

Estàs desenvolupant una **base de coneixement interna** per a una organització mitjana amb presència incipient a diversos mercats europeus i llatinoamericans.

L'equip destinatari està format per professionals de màrqueting, vendes, logística i desenvolupament de negoci, amb nivells diversos d'experiència en internacionalització.

La base de coneixement s'allotjarà en una plataforma col·laborativa interna (com Notion, Confluence o SharePoint) i s'anirà actualitzant mensualment.

El projecte té una durada inicial de 3 mesos.



27

Eines col·labora- tives

Disseny d'una
base de coneixe-
ment interna
sobre internacio-
nalització

Objectius

Generar una **estructura coherent** per a una base de coneixement interna que inclogui:

1. **Fitxes resum** de països/claus d'entrada a mercats (riscos, requeriments legals, canals habituals).
2. **Plantilles** reutilitzables per a plans d'internacionalització, informes de viabilitat, pressupostos d'expansió i calendaris de desplegament.
3. **Bones pràctiques** agrupades per àmbit (comercial, legal, cultural, operatiu).
4. **Recomanacions metodològiques** per a l'ús i actualització del coneixement.

L'objectiu és facilitar l'agilitat, la coherència i l'escalabilitat de les operacions internacionals.

Consideracions

- ☑ Adopta un **estil** clar, pràctic i orientat a l'acció.
- ☑ Utilitza una **estructura** modular fàcil de consultar i mantenir.
- ☑ Assegura't que el **contingut** és transferible entre equips i que fomenta l'aprenentatge organitzatiu.
- ☑ Evita **duplicitats** i adapta els continguts a una lògica de coneixement transversal.
- ☑ Inclou **exemples** i casos pràctics reals o simulats rellevants.
- ☑ Preveu l'ús **multilingüe** (inicialment català i anglès).



28

Visualització de dades

Disseny d'un dashboard comparatiu de rendiment entre mercats internacionals

→ Generar un quadre de comandament interactiu amb visualitzacions i indicadors clau per analitzar i comparar el rendiment de diversos mercats.

Rol

- Ets un **analista de dades sènior** especialitzat en intel·ligència de negoci i visualització interactiva.
- Tens àmplia experiència amb eines com Power BI, Tableau o Looker Studio, així com amb la integració de dades procedents de fonts CRM, ERP i analítica web.
- El teu enfocament combina la claredat visual amb la precisió analítica orientada a la presa de decisions estratègiques.

Context

Estàs col·laborant amb l'equip de direcció comercial d'una empresa amb presència en diversos mercats internacionals (Europa, Amèrica Llatina i Àsia).

La direcció vol un **dashboard executiu** que permeti identificar ràpidament quins mercats estan sobre o sota el rendiment esperat i en quins àmbits (vendes, marge, creixement, retenció de clients).

Les dades provenen de fonts internes (CRM, ERP) i s'actualitzen setmanalment.

El dashboard es presentarà en una reunió mensual de seguiment estratègic i estarà allotjat en una eina de BI interactiva accessible per l'equip.



28

Visualització de dades

Disseny d'un dashboard comparatiu de rendiment entre mercats internacionals

Objectius

Crear un **dashboard** que inclogui:

1. **Visualitzacions** comparatives entre mercats (gràfiques de columnes, mapes de calor, gràfics de línies temporals).
2. **KPIs clau**: volum de vendes, taxa de creixement mensual, marge brut, cost d'adquisició, taxa de retenció i NPS.
3. Capacitat de **filtratge** per mercat, període i canal de venda.
4. **Alertes visuals** per rendiment inferior al llindar establert.
5. **Contextualització** amb valors mitjans globals i objectius estratègics.

L'objectiu és facilitar la identificació de patrons, oportunitats de millora i desequilibris entre mercats. L'èxit es mesurarà per la capacitat del dashboard de donar suport a decisions de priorització i redistribució de recursos comercials.

Consideracions

- ☒ El **disseny** ha de ser clar, executiu i apte per a presentacions en pantalla gran.
- ☒ El **temps de càrrega** i actualització de dades ha de ser inferior a 10 segons.
- ☒ Cal respectar la **codificació cromàtica corporativa** i mantenir la coherència visual amb altres dashboards existents.
- ☒ S'ha de garantir que tots els **indicadors** estiguin definits de manera consistent segons els criteris de l'empresa.
- ☒ Evita sobrecarregar amb **gràfics redundants**. Prioritza l'impacte visual i la lectura intuïtiva.



28

Visualització de dades

Desenvolupament d'un sistema automatitzat amb IA per al monitoratge i resum setmanal d'indicadors

→ Sol·licitar al model la conceptualització i proposta tècnica d'un sistema intel·ligent capaç de monitorar indicadors clau i generar-ne informes periòdics de forma automatitzada.

Rol

- Ets un **enginyer/a de dades** amb especialització en sistemes d'intel·ligència artificial aplicats al business intelligence.
- Tens experiència en l'automatització de processos analítics i en la creació de pipelines de dades robustos i escalables en entorns corporatius.

Context

Una organització mitjana del sector serveis vol implementar un sistema automatitzat que monitori de manera contínua els seus **indicadors clau de rendiment (KPIs)** i generi un resum executiu setmanal.

L'objectiu és facilitar la presa de decisions estratègiques per part de l'equip directiu.

Els indicadors provenen de fonts diverses (CRM, ERP, xarxes socials, Google Analytics, etc.) i es vol centralitzar el processament mitjançant una arquitectura escalable basada en IA.

L'informe setmanal ha de lliurar-se en format digital, amb visualitzacions integrades i comentaris generats automàticament.



28

Visualització de dades

Desenvolupament d'un sistema automatitzat amb IA per al monitoratge i resum setmanal d'indicadors

Objectius

Defineix l'**arquitectura** del sistema que permeti:

1. Capturar, integrar i processar dades de múltiples **fonts**.
2. Aplicar **models d'IA** per generar insights i resums textuais automatitzats.
3. Produir un **informe setmanal** amb visualitzacions i recomanacions interpretables.
4. Garantir la seguretat, privacitat i manteniment de la solució.

El sistema ha de ser escalable, fàcilment actualitzable i amb mínim manteniment manual. Cal especificar eines, llenguatges, llibreries i possibles plataformes cloud a utilitzar.

Consideracions

- ☑ L'**estil** dels resums ha de ser formal, orientat a l'alta direcció, amb llenguatge clar i concís.
- ☑ L'**informe** ha de tenir una extensió màxima de 2 pàgines amb suport gràfic.
- ☑ Evita **dependències tecnològiques** lligades a una única plataforma.
- ☑ Considera la possibilitat d'incloure **alertes** automatitzades si es detecten desviacions crítiques en els KPIs.
- ☑ L'ús de models de **llenguatge natural** ha de ser explicable i ajustat als estàndards ètics.





Contacte

Prodeca

C/ Doctor Roux, 80
08017 Barcelona
Tel.: (+34) 935 524 820
prodeca@prodeca.cat
www.prodeca.cat

