

BIBLIOTECA EMPRESARIAL Y DE GESTIÓN

Categoría: Recomendados

Ter hi mxivregns rep megñr hi p e t } q i ir p e tvígxe

Categoría de nivel principal o raíz: Biblioteca Escrito por José María Sainz de Vicuña Ancín

g

Like 0

Tweet 0

Share



José María Sainz de Vicuña Ancín / ESIC Editorial

Una obra de referencia para uno de los retos más importantes a los que se enfrenta hoy nuestro tejido productivo: la necesidad de salir al exterior para garantizar un posicionamiento competitivo en el único mercado global hoy existente.

Trata de cubrir la laguna que encuentran las pequeñas empresas cuando buscan asesoramiento en sus procesos de internacionalización, mostrando el ejemplo de casos reales de empresas con su misma dimensión.

«Práctico, interesante, estimulante y actual», son algunos de los adjetivos que les ha sugerido la lectura de Plan de internacionalización de la PYME en la práctica a aquellos profesionales que han tenido la oportunidad de examinarlo antes de su publicación. Está escrito con la voluntad de ofrecer a la dirección de una pyme un instrumento de trabajo útil y eficaz que le conduzca, paso a paso, en la elaboración de un plan de internacionalización.

Para ello, como suele ser habitual en este autor, el libro de José M^a Sainz de Vicuña muestra cuatro casos de pymes en situaciones muy distintas en cuanto a fecha de creación, tamaño, sector de actividad, estadio de internacionalización y alcance de la misma:

- El capítulo 3 presenta la internacionalización de Centork: una empresa industrial, creada en 2002, que tiene producto propio y que, facturando unos cuatro millones de euros, el 80% proviene del exterior y ahora está integrada en un grupo multinacional.
- El capítulo 4 muestra el caso de Ternua Group: una empresa de artículos deportivos, cuya matriz data de 1989. Nace con un enfoque local e inicia su internacionalización para conseguir lo que no logra en su mercado interior, luchar con multinacionales de la talla de Adidas y Nike encontrando sus propios nichos de mercado. Factura unos treinta millones de euros, de los que el 33% proviene del exterior.
- El capítulo 5 expone el caso de EGA Master, que nace en 1990 y desde su nacimiento se posiciona como empresa internacional, produciendo y comercializando herramientas de mano. Factura unos veintidós millones de euros, de los cuales el 86% proviene de más de ciento cincuenta países de los cinco continentes; cuenta con filiales en cuatro de ellos y el 40% lo obtiene en mercados emergentes.
- El capítulo 6 da a conocer el caso de una start up (Nire iHealth) que nace en diciembre de 2013, con un planteamiento global. En 2014 facturó en Colombia menos de cincuenta mil euros, y su plan de internacionalización contempla para los próximos años varios miles de millones de euros, con soluciones de autogestión de la salud, basadas en la prevención.

En resumen, Plan de internacionalización de la pyme en la práctica trata de cubrir la laguna que encuentran las pequeñas empresas cuando buscan asesoramiento en sus procesos de internacionalización, mostrando el ejemplo de casos reales de empresas con su misma dimensión.