

NOTA DE PRENSA

“El gran error es no planificar y extrapolar el conocimiento del mercado local al exterior”

Carlos Mulero, director general de Blusens Americas, desgrana los pilares de la internacionalización de la empresa en una jornada celebrada en el Centro de Gestión del Conocimiento Empresarial CGCE, en Elche, ante un nutrido número de directivos.

Elche, 6 de noviembre de 2009. La planificación cuidadosa de la internalización de la empresa, el apoyo de profesionales externos que conozcan el mercado local, no intentar hacer una aventura en solitario, tener claro donde voy, y dotar a nuestro plan con los recursos humanos y económicos necesarios, son pautas básicas que cualquier empresa debe tener en cuenta en su salto al mercado exterior, según Carlos Mulero, director general de Blusens para América. Esta empresa gallega, se ha convertido en global en 8 años, está en medio centenar de países, y es la compañía de mayor crecimiento en el sector de electrónica de consumo, compitiendo con multinacionales como Apple, Samsung o Sony.

Con respecto al producto “hay que saber dónde queremos ir, analizar nuestro producto para el mercado al que acudimos y adaptarlo al mismo” y en lo que se refiere a la distribución “hay que tener claro nuestro modelo de distribución en el exterior, con estructura propia o mediante acuerdos con terceros, siendo necesario en este caso involucrarnos en la creación de este canal de venta que es la imagen de la compañía y del producto”, añadió.

Además, el salto a la internacionalización, explicó Mulero, “pasa por implantar la mentalidad de querer ser global en toda la compañía, aprender a tomar decisiones con información desde la distancia, permitir a la filial que crezca de modo autónomo, y como matriz centrarse en el resultado final”.

En la jornada celebrada en el Centro de Gestión del Conocimiento Empresarial de la Comunidad Valenciana, CGCE, este directivo, experto en la internacionalización en sectores tecnológicos con alta competitividad y en el desarrollo de alianzas estratégicas para gestionar los negocios, apuntó que “salir al mercado global es una necesidad, no una moda, y aporta oportunidades ampliando el número de consumidores”.

.....

Para más información:
Grupo Communicating
Caterina Ferrero- Cesáreo Martín
965 20 18 50- 91 751 21 46- 655 58 03 54
redaccion@grupocomunicating.com