

CAPÍTULO 8

Para poner en práctica. Pág. 226

ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN IKEA

IKEA

IKEA es sin lugar a dudas la mayor empresa de muebles del planeta.

Desde su origen sencillo en la primera mitad del siglo XX en una pequeña localidad de Suecia por un joven emprendedor, IKEA no ha parado de crecer tanto en número de tiendas como en cantidad de países donde opera.

La imparable apertura de tiendas, una tras otra, primero dentro de su país, después por los países vecinos, para continuar por los Países Bajos, Europa, Estados Unidos, Asia, Australia, y Rusia, ha llevado a este actual grupo – Grupo IKEA – a ser la empresa de muebles más internacional del mundo.

En Agosto de 2014, IKEA contaba con un total de 315 tiendas repartidas por Europa, EEUU, Australia, Asia y Rusia.

¿Qué estrategia de internacionalización ha seguido?

El Grupo IKEA para conseguir poner en práctica esta estrategia de internacionalización ha recurrido principalmente a la apertura de tiendas propias, tiendas propiedad del Grupo IKEA.

En algunos otros casos – la minoría – para introducirse y tener presencia en determinados países, ha recurrido también a la estrategia de la franquicia.

Las tiendas franquiciadas, son tiendas que utilizan la marca IKEA, pero que sin embargo no son propiedad del Grupo IKEA, tienen sus propios dueños - los franquiciados – . Estas franquicias venden bajo la marca registrada IKEA, y han de seguir los criterios de negocio que marca el Grupo comunes a los de las tiendas del propio Grupo.

Las tiendas franquiciadas, para tener derecho a utilizar la marca registrada IKEA, y los sistemas, métodos, desarrollo continuo y mejoras, del Grupo IKEA han de pagar un cánón al Grupo IKEA. Este sería el caso, por ejemplo de las tiendas de los Emiratos Árabes, o de las de Israel.

Por último Grupo IKEA también se está sumando a la estrategia de venta online en muchos de los países donde tiene presencia.

Precisamente “El área online ha sido uno de los flecos de su estrategia por el que ha recibido algunas críticas: la **ausencia de tienda online en muchos países** donde está presente, argumentan los expertos, puede hacer que la mayor tienda de decoración del mundo pierda una importante fuente de ingresos.”(1) . El Grupo IKEA está trabajando en cubrir ese posible hueco y, en muchos países ya está implantando la estrategia de venta online.

Referencias

- (1) http://cincodias.com/cincodias/2013/07/03/empresas/1372859422_339305.html
- (2) http://www.ikea.com/ms/es_ES/about_ikea/the_ikea_way/history/1940_1950.html

Reflexiona:

- Como se ha producido la estrategia de internacionalización?
- Se ha implantado de la misma forma en todos los países?
- Es fácil identificar la marca IKEA en cualquier parte donde está establecida?