

¿Qué mercados son más atractivos para la internacionalización de startups?

En un mundo globalizado como el actual las startups, con su modelo de negocio de base tecnológica y escalable a nivel internacional, necesitan elaborar estrategias que permitan expandirse a otros mercados. Foster Swiss, consultoría internacional, desvela dónde es más beneficioso aterrizar con una empresa

Hoy en día, las startups pueden llegar a los mercados internacionales casi inmediatamente desde su lanzamiento. Aunque esta temprana expansión en este tipo de empresas pueda ser orgánica, lo cierto es que deben seguir una estrategia que establezca los pasos a seguir para la introducción en los mercados correspondientes.

Sin embargo, ¿cuál es el indicador que puede empujar a iniciar una actividad fuera del país de origen? Foster Swiss recomienda que cuando el 25% de la facturación comience a provenir de países extranjeros, ése será el momento de internacionalizarse.

Lo complicado de escalar a nivel internacional es que en este proceso se requiere la cooperación de funciones cruzadas, la necesidad de coordinar de una manera nueva las ventas y conocer a qué métricas dar más importancia.

Pero antes de todo esto, en el proceso de pre-internacionalización es necesario tener cuenta ciertos aspectos:

Fase de Evaluación: Es necesario entender el mercado al que se va a dirigir: si el producto encaja.

Lagunas de productos: las lagunas internacionales requieren modificaciones de los productos para adaptarlos al nuevo espacio de operaciones.

Visión: plantear qué significa “ser internacional” para la empresa: qué le puede aportar, ventajas, inconvenientes...

Los mercados más atractivos para las startups son aquellos donde la tecnología móvil tiene una alta penetración, donde existen unos niveles socioeconómicos favorables y un clima político estable y unos

requisitos regulatorios y fiscales relativamente fáciles.

Un indicador importante a la hora de elegir el lugar donde vamos a expandirnos es mirar la renta per cápita del país en cuestión ya que es un indicador de bienestar. Las empresas suelen abordar, en primer lugar, aquellos países con una gran cantidad de clientes objetivo y altos niveles de ingresos. Reino Unido, Estados Unidos, Canadá, Australia, Japón o Alemania son mercados que cumplen estas características y son muy atractivos.

Además, muchas startups utilizan Australia o Nueva Zelanda como mercados de prueba ya que rara vez constituyen unos ingresos elevados. Además, allí los medios de comunicación son menos reacios y más tolerantes a las nuevas corrientes y a las innovaciones tecnológicas.

Mientras, otras regiones pueden terminar siendo más o menos difíciles dependiendo de la dinámica del sector al que se pertenece. Los países con entornos difíciles de regulación, de privacidad y de derechos tienden a ser más difíciles para cualquier empresa. Los ejemplos incluyen China, India, Japón o Brasil. A veces la distancia cultural, que no física, es la que puede ejercer de barrera para la correcta expansión.

Japón, aunque pueda ser un mercado atractivo por las características anteriormente expuestas, también es un mercado singular y con frecuencia requiere un plan de actuación diferente y un periodo de tiempo más largo de lo normal que otras regiones.

Si se está preparado para realizar una expansión internacional es necesario buscar apoyo de profesionales. Foster Swiss, despacho especializado en el establecimiento de empresas en el exterior, trabaja con más de 40 jurisdicciones y permitirá conseguir la solución que mejor se adapte a cada estrategia de internacionalización.

Datos de contacto:

Foster Swiss

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional](#) [Derecho](#) [Finanzas](#) [Emprendedores](#) [Otros Servicios](#) [Consultoría](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>