antevenio

Internacionalización de negocios web

Joshua Novick
CEO de ANTEVENIO
jnovick@antevenio.com
Twitter: @jnovick

¿Qué es la internacionalización?

• Proceso de hacer crecer las ventas y el negocio fuera del país de origen

• El **grado de internalización**, se mide **“ventas no locales” sobre “ventas totales”**

Porqué internacionalizar

- Clientes o competidores se han **globalizado**.

- Imagen: el multiculturalismo y la internacionalización son un **símbolo de progreso y éxito.**

- El crecimiento en **mercado local** es **limitado**

- Las compañías internacionales **diversifican riesgos** y son más **rentables**.

Ejemplos de Éxito

El 68% de las **ventas** de Inditex se produce **fuera de España**

Ejemplos de Éxito

terra

movistar

Ejemplos de Éxito

Pasos a la hora de internacionalizar

- “Localizar” producto
- Elegir el canal de distribución
- Particularidades de los negocios online
- Internet como negocio y como canal

Internacionalizar – adaptar producto / servicio

- “Localizar” producto:

➢ Starbucks en Francia tiene bollería mas local

➢ PizzaHut (pizza con jamón serrano)

➢ Coches con volante a la izquierda o “diesel” en el sur de Europa

➢ Adaptación de idiomas

➢ Adaptación a normativas en juguetes, medicamentos, etc…

➢ Problemas con “aranceles”, “cuotas”, etc…

La importancia del canal de distribución

- Producción local u apertura de oficina local
- Exportación de servicio o producto con canal de venta propio o de tercero
- Alianza / Joint Venture / Franquicia
- Acuerdo de Distribución / Agentes

Particularidades en los negocios online

- Necesidad “localizar” / “internacionalizar” el servicio, que en gran parte suele estar basado en un “software”

- Planificar a priori:
  - Multi-idioma
  - Multi-moneda
  - CIFS / NIFS
  - Formato Factura / Albaran
  - Sistemas de Pago
  - Sistema de pesos y medidas
  - Códigos Caracteres (unicode)
  - Formatos distintos de horas / fechas / zona horaria
  - Códigos Postales / Normalización Direcciones
  - Diferenecias en navegación (por ejemplo lectura derecha, izquierda)

En Internet es más fácil: es un canal

- Internet es un “canal en si” (especialmente en b2c)

- Software “open source” y estandar de e-commerce y gestores de contenido suelen estar ya “localizados”.

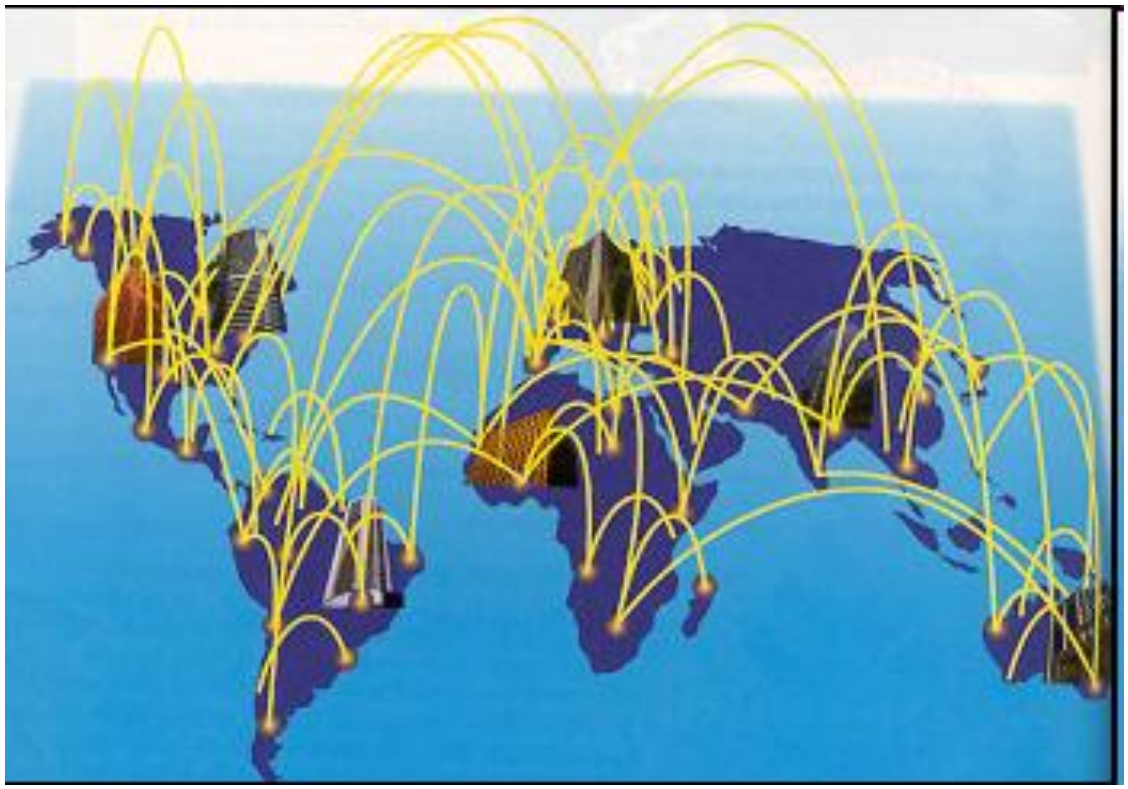
- Trafico: google, e-mail marketing, redes publicitarias y de afiliación, redes sociales, comparadores (kelkoo, pricemnister, etc…)

Suelen ser multinacionales y de “facil acceso”. Las locales se encuentran fácilmente buscando en Google ☺

- Ingresos publicitarios: Google Adsense, Redes de Afiliación, Redes Publicitarias.

En Internet es más fácil: es un canal

- Logística y sistemas de pago en manos a multinacionales de fácil acceso
- En muchos casos se puede evitar regulaciones locales y aranceles
- En venta de servicios no hay logística, **solo bits.**



El caso antevenio

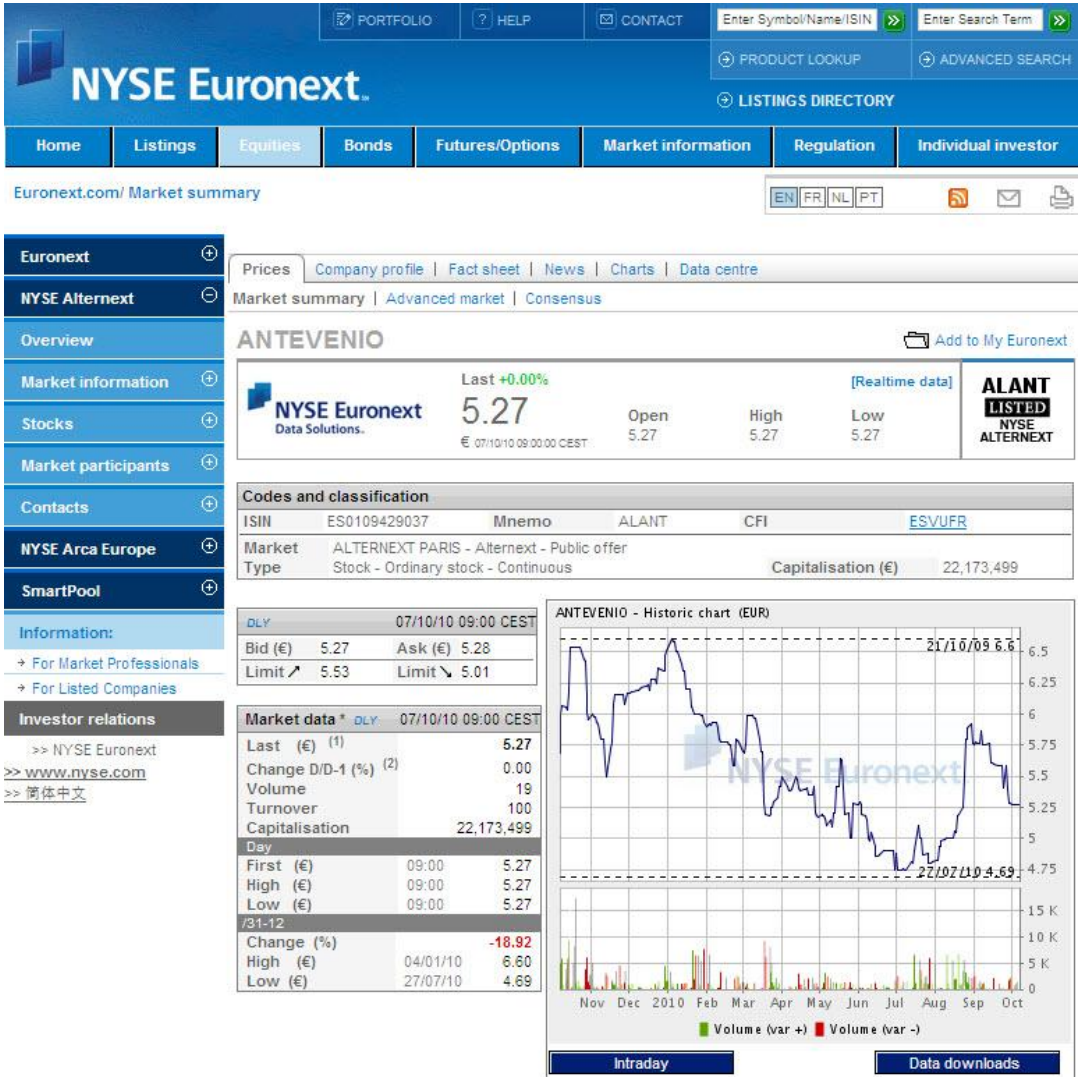
El caso Antevenio

- Diferentes negocios en cada uno de los mercados:

- Según madurez del mercado y “skills” del management

El caso Antevenio

Primero internacionalizamos… la FINANCIACIÓN



- 2007 salida a bolsa
- 33% free float
- Financiación
- Notoriedad y transparencia para:
  - Firma de contratos internacionales
  - Captar talento

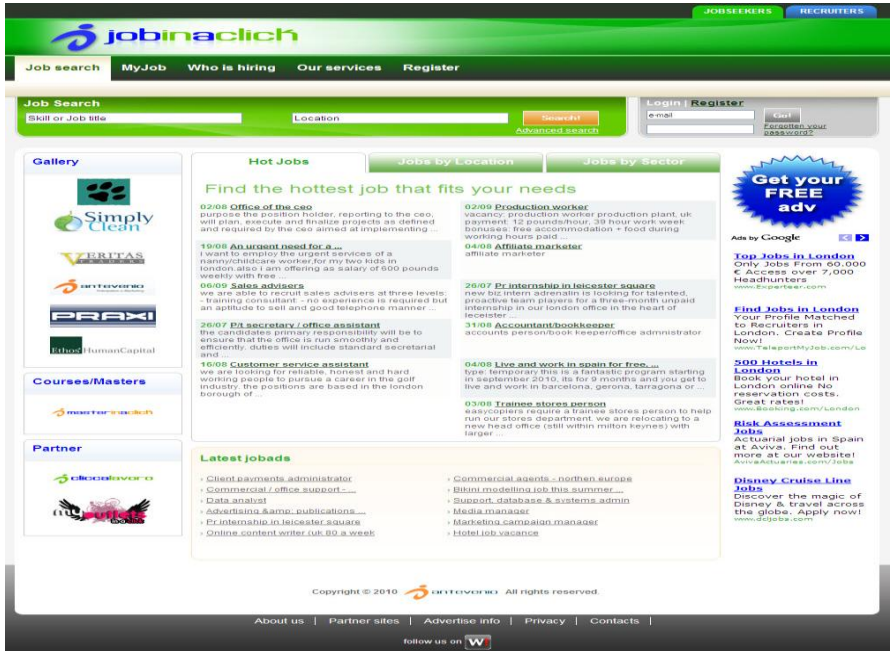
Primera oficina y sede: Madrid

Apertura de las oficinas: 2. Italia

Apertura de las oficinas: 3. y 4. Argentina y México

Apertura de las oficinas: 5. Francia

Apertura de las oficinas: 6. Reino Unido



INTERNACIONALIZAR: Casi obligatorio

• En Internet a veces se internacionaliza sin quererlo: ej: trafico latinoamericano en webs españolas

• Ingresos internacionales inmediatos con “Google Adsense”, afiliación o micro pagos

•Se puede realizar “roll-outs” internacionales inmediatos: Trovit.

•Muchos ejemplos de éxitos de empresas españolas:

Softonic, Infojobs, Privalia/Buyvip, Bodaclick, Idealista…

antevenio

Gracias

www.antevenio.com
jnovick@antevenio.com
Twitter @jnovick