

...Antes de empezar: cabecera del plan de expansión

Nombre de la expansión: cómo la vas a llamar internamente.

Fechas objetivo: estimación de inicio y evaluación de resultados.

Persona responsable y equipo: quién lidera y quién ejecuta o da soporte.

Objetivo claro: qué quieres lograr y en qué plazo. *Ejemplo: "2 pilotos en 8 semanas en Alemania".*

Propuesta de valor adaptada: mensaje diferencial para ese país.

Pricing objetivo: rango de precios estimado para ser competitivo.

Canales de entrada: cómo entrarás (directo, *partners*, *hubs*, etc.)

Presupuesto total: tope global y reparto por fases.

Herramientas de seguimiento: CRM u hoja + tablero de *KPIs*.

Reglas de avanzar o frenar: criterios para seguir, pivotar o pausar.

Con el siguiente *checklist* podrás comprobar si *startup* está preparada para iniciar un proceso de internacionalización

Fase 1 – Estrategia y encaje de mercado	Fase 2 – Producto y propuesta de valor	Fase 3 – Modelo de negocio y viabilidad económica	Fase 4 – Marco legal, fiscal y regulatorio
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Motivo: he definido por qué quiero internacionalizarme (crecimiento, diversificación, demanda, cliente existente, etc.) <input type="checkbox"/> Mercados prioritarios: he identificado 1 o 2 mercados prioritarios (no muchos a la vez) <input type="checkbox"/> Tamaño del mercado: he estimado el tamaño del mercado (TAM, SAM y SOM) para el país objetivo <input type="checkbox"/> Necesidad real: he validado que existe una necesidad real para mi solución en ese mercado <input type="checkbox"/> Competencia: he analizado competidores locales e internacionales <input type="checkbox"/> Diferenciación: tengo una propuesta de valor diferencial frente a la competencia local <input type="checkbox"/> Tipo de entrada: he definido si entraré en modo piloto/testeo o establecimiento permanente 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Validación: he validado mi producto con personas usuarias, clientes o pruebas piloto en el país <input type="checkbox"/> Mensaje local: he adaptado lenguaje, narrativa y discurso al contexto cultural <input type="checkbox"/> Pricing competitivo: el <i>pricing</i> encaja con el mercado y el poder adquisitivo local <input type="checkbox"/> Adaptaciones: he evaluado si necesito adaptaciones técnicas, regulatorias o culturales <input type="checkbox"/> Referencias: dispongo de casos de uso o pilotos que puedan servir como referencia 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Ingresos: He definido el modelo de generación de ingresos en el nuevo mercado (modelo de <i>revenue</i>) <input type="checkbox"/> Equilibrio: he calculado el punto de equilibrio para el mercado internacional <input type="checkbox"/> Rentabilidad: he analizado la rentabilidad del mercado tras impuestos, logística y <i>partners</i> <input type="checkbox"/> Presupuesto: he definido un presupuesto específico de internacionalización 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Bloqueos legales: he detectado requisitos que podrían impedir operar en el mercado <input type="checkbox"/> Validación experta: he contrastado regulación con especialistas o fuentes locales <input type="checkbox"/> Licencias: he analizado la necesidad de certificaciones, permisos u homologaciones <input type="checkbox"/> Forma jurídica: he definido si entraré con filial, sucursal, <i>partner</i> o persona distribuidora <input type="checkbox"/> Fiscalidad: conozco el impacto tributario y obligaciones fiscales del país <input type="checkbox"/> Propiedad intelectual: mi propiedad intelectual y marca están protegidas internacionalmente

Con el siguiente *checklist* podrás comprobar si *startup* está preparada para iniciar un proceso de internacionalización

Fase 5 – Equipo y capacidades internas	Fase 6 – <i>Go-to-market</i> y estrategia comercial	Fase 7 – Financiación y apoyo al crecimiento	Fase 8 – Riesgos y seguimiento
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Alineación: el equipo fundador está alineado con la estrategia internacional <input type="checkbox"/> Experiencia: cuento con personas clave con experiencia o conocimiento internacional <input type="checkbox"/> Escalabilidad: las personas del equipo y los procesos actuales están preparados para escalar sin perder agilidad <input type="checkbox"/> Capacidad multi-mercado: tengo capacidad para gestionar más de un mercado a la vez <input type="checkbox"/> Personas responsables: he definido personas responsables claras para la expansión internacional <input type="checkbox"/> Recursos del equipo: he reservado tiempo y personas para ejecutar la expansión 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Canal de entrada: he definido y validado el canal de entrada principal en el mercado objetivo (venta directa, partners, distribuidores, online) <input type="checkbox"/> Early adopters: tengo un listado claro de potenciales primeros clientes <input type="checkbox"/> Conversaciones previas: he hablado con <i>prospects</i> locales antes de la entrada <input type="checkbox"/> Estrategia adaptada: <i>marketing</i> y ventas están adaptadas al mercado <input type="checkbox"/> Ecosistema local: he explorado <i>hubs</i>, ayudas o <i>partners</i> de entrada <input type="checkbox"/> Materiales en idioma: tengo materiales comerciales en el lenguaje local <input type="checkbox"/> Aliados: he detectado personas socias, prescriptoras o figuras clave en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Runway: tengo financiación para 12 meses de expansión internacional <input type="checkbox"/> Ayudas: he identificado programas públicos o privados de internacionalización <input type="checkbox"/> Inversores internacionales: conozco personas inversoras o entidades financieras con foco internacional <input type="checkbox"/> Cash flow: he modelado el impacto de la expansión en caja <input type="checkbox"/> Plan B: tengo un plan B si la entrada al mercado objetivo es más lenta de lo esperado 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Riesgos: he identificado los principales riesgos (regulatorios, financieros, operativos) <input type="checkbox"/> KPIs locales: tengo métricas específicas para ese mercado <input type="checkbox"/> Criterios de decisión: he definido criterios claros para seguir, pivotar o salir del mercado <input type="checkbox"/> Seguimiento: cuento con un sistema de seguimiento y <i>reporting</i> periódico <input type="checkbox"/> Horizonte de evaluación: he definido un horizonte temporal para evaluar resultados en el nuevo mercado