

## **Internacionalizarse, movimiento ganador**

### **La competencia aumenta en un mercado globalizado en el que ya no existen límites**

Para que sus oportunidades se multipliquen, son cada vez más las empresas que deciden cruzar fronteras. Jugando en un mercado más amplio, ya no dependerán de la situación nacional y podrán convertir esta flexibilidad en rentabilidad y productividad.

#### Exportación traducida en éxito

El 66 % de empresas exportadoras han logrado incrementar sus ventas en el último año, frente a solo un 52 % de las no exportadoras. Estos datos, aportados por el VII Diagnóstico Financiero de la Empresa Española, podrían ser fundamento de una creciente tendencia de los negocios a salir a otros mercados.

#### Traducción web como estrategia de marketing

Además, entre la traducción de todo el material de negocio, se ha observado un especial pico en la traducción de páginas web de las empresas de comercio electrónico a múltiples idiomas. Una posible explicación, según declaran distintos ecommerce, es que, a pesar de la concepción que se tiene del inglés como idioma de entendimiento universal, los clientes se sienten más cómodos navegando en su propio idioma por páginas web de venta y servicios.

Limitarse, sin embargo, a la traducción del negocio electrónico, no parece ser suficiente en un mercado global tan competente. Es por ello que cada vez más emprendedores optan por aplicar las estrategias de marketing digital adaptándose a todos los países a los que desean vender.

Esto es sinónimo de localización, un proceso que requiere tener en cuenta factores tan importantes como los culturales. Sin asesores y traductores profesionales, un vendedor podría pasar por alto aspectos ofensivos en otras culturas. Y lo que afecta de manera más directa al contenido del negocio, el vendedor podría perder mucha presencia si solo optimiza el posicionamiento online de su página en la versión original. Para un máximo alcance y que la inversión se vea compensada, los ecommerce expertos en internacionalización recomiendan hacer estudios SEO de manera individual en todos los idiomas a los que se va a traducir el negocio.

Esta necesidad es cuna de una nueva línea de agencias de traducción especializadas, como la startup

BigTranslation, que inciden en la traducción web y cuentan con profesionales en marketing y estrategias SEO. Esta agencia en concreto, aconseja un equilibrio entre lenguaje SEO y lenguaje fluido, pues sin un equipo de traductores nativos que cuiden el estilo, la falta de naturalidad y el exceso de SEO podrían ser contraproducentes.

**Datos de contacto:**

Alejandro Tomás

961155803

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

Categorías: [Nacional](#) [Idiomas](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Valencia](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>