



Hänt i världen **våren 2016**

Born globals – internationellt snabbväxande företag

Tillväxtanalys samlar och analyserar kortfattat och två gånger per år händelser, trender och utvecklingsmönster i omvärlden som är strategiskt viktiga för Sveriges tillväxt. Underlaget är framtaget av Tillväxtanalys kontor i Brasilien, Indien, Japan, Kina, Stockholm och USA. I rapporteringen ingår också en beskrivning av utvecklingen i Sydkorea och i utvalda europeiska länder.

Dnr: 2016/039

Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser
Studentplan 3, 831 40 Östersund
Telefon: 010 447 44 00
Fax: 010 447 44 01
E-post: info@tillvaxtanalys.se
www.tillvaxtanalys.se

För ytterligare information kontakta: Magnus Lagerholm
Telefon: 010 447 44 74
E-post: magnus.lagerholm@tillvaxtanalys.se

Förord

På uppdrag av Näringsdepartementet sammanställer Tillväxtanalys utlandskontor två gånger per år händelser, trender och utvecklingsmönster som är strategiskt viktiga för Sveriges tillväxt under samlingsnamnet Hänt i världen.

Denna rapport behandlar området *Born globals – internationellt snabbväxande företag* och faller under den tematiska indelningen innovation, näringslivsutveckling och IT, som samordnas av Magnus Lagerholm.

Det finns ytterligare fem publikationer tillgängliga på www.tillvaxtanalys.se.

Hänt i världen våren 2016:

Prissättning av läkemedel	Carl Wadell
Öppen tillgång till offentligt finansierade forskningsresultat	Carl Wadell
Snabb nybyggnation för alla – Sverige inte ensamt i världen	Tobias Persson
Laddad innovation – energilagring i batterier och vätgas	Tobias Persson
Born globals – internationellt snabbväxande företag	Magnus Lagerholm
Innovation i offentlig sektor	Magnus Lagerholm

Tveka inte att kontakta oss om du har frågor eller vill ha ytterligare information om någon specifik del eller fråga.

Stockholm, mars 2016

Enrico Deiacco
Avdelningschef, Innovation och globala mötesplatser
Tillväxtanalys

Innehåll

Sammanfattning	7
1 Japan globaliserar befintliga SMF	10
1.1 Globala nischföretag	10
1.2 Internationalisering av små och medelstora företag	11
2 Nationell strategi och statlig konsulttjänst inriktad mot born globals i Sydkorea.....	13
2.1 "Venture"-företag	13
2.2 Satsningar på born globals.....	14
3 Born globals en ny trend i Kina?	17
3.1 Born globals i Kina	18
3.1.1 Internationalisering av den kinesiska ekonomin	18
3.1.2 E-handel.....	19
3.2 Digital isolering.....	19
3.3 Reflektioner.....	20
4 Nya strategier för fler internationella företag i Indien	21
4.1 Globala spelare från Indien	21
4.2 Statligt stöd	22
5 Nederländernas StartupDelta	24
5.1 Nationella och lokala initiativ för startups	24
5.1.1 StartupDelta – en nationell kraftsamling.....	24
5.1.2 StartupAmsterdam	26
6 Brasilianska born global-företag i uppstartsfasen	27
6.1 Internationalisering av startupföretag	28
6.2 Avslutande kommentarer	29
7 I Kanada är born globals högaktuellt	30
7.1 Toronto och Waterloo i Ontario	31
7.2 Avslutande kommentarer	32

Sammanfattning

I debatten kring globaliseringen har fenomenet ”born global-företag” fått stor uppmärksamhet. Inte minst eftersom Sverige har ett antal företag som snabbt vuxit sig stora, värderas högt och har en stor andel kunder utomlands. Born globals plockas även upp av regeringen i Exportstrategin där de benämns internationella snabbväxare. Born global-företag utgör i Sverige ett par procent av det totala antalet nya företag inom tillverkningsindustrin och knappt en halv procent för kunskapsintensiva tjänsteföretag.¹

Rapporten ger korta observationer på offentliga insatser som stödjer internationaliseringen av små och medelstora företag i länderna Japan, Sydkorea, Kina, Indien, Nederländerna, Brasilien och Kanada.

Generella trender

Det är få länder som tydligt definierar vad born globals är, men i exempelvis Sydkorea benämns nystartade företag som internationaliseras inom några få år just born globals (se vidare i kapitel 2). Sammantaget framträder en bild av att länderna snarare pratar om IKT-drivna startup-företag med sikte på exportmarknaden, än om born globals.

Generellt kan sägas att förutsättningarna är väldigt olika i de studerade länderna och de nationella strategierna anpassas därefter. Flertalet länder fokuserar på att stödja startups som snabbt kan skala upp verksamheten och koppla upp sig mot globala innovationshubbar, särskilt Silicon Valley. Nedan följer sammanfattningar av observationerna i länderna.

Exempel på ländernas arbete med born globals

Snarare än att satsa på born globals ligger fokus i *Japan* på att få befintliga små och medelstora företag att utvecklas till så kallade Global Niche Top-företag (GNT). De japanska företag som klassas som GNT-företag har betydande globala marknadsandelar inom specifika områden och hög vinst. Även om born globals inte har valts ut för specifika program saknar inte Japan statliga och privata initiativ för denna grupp av företag. Sedan 2011 finns en trend bland japanska entreprenörer, särskilt inom IKT, att starta upp nya företag på startup-scenen i norra Kalifornien. Detta understöds av bland annat riskkapitalister med anknytning till Japan genom exempelvis Open Network Lab. Från statligt håll initierade premiärminister Abe Silicon Valley – Japan Bridge Project som erbjuder japanska IKT-entreprenörer som vill göra internationella affärer möjligheten att expandera sitt internationella nätverk samt erhålla finansiering. Målet är att 200 företag ska omfattas av initiativet.

I *Sydkorea* har regeringen kraftigt intensifierat arbetet med att globalisera små och medelstora företag. Regeringen har som mål att 1000 nya ”venture companies” ska grundas inom tre år (2015–18) och göra affärer även utanför hemmamarknaden. För att uppnå sitt mål har regeringen lanserat projekt som Born2Global. Projektet erbjuder rådgivning med hjälp av egna advokater, patentombud, redovisningsexperter och experter på internationell marknadsföring till nystartade företag att etablera sig på den globala marknaden. Born2Global har hjälpt 21 nystartade företag att erhålla investeringar på över 219 miljoner SEK. I Sydkorea mäts framgångar ofta i hur stora riskkapitalinvesteringar som gjorts i

¹ <http://entreprenorsforum.se/aktiviteter/genomforda-aktiviteter/svenska-born-global-foretag/>

bolagen. Även myndigheten Small and Medium Business Administration är genom sitt Tech Incubator Program for Startups (TIPS) involverade i att främja nystartade företag, inom huvudsakligen IKT, att etablera sig på världsmarknaden. Finansiering ges till företag som redan fått investeringar samt har nominerats av ett riskkapitalbolag eller en affärsängel. Stöd ges i form av finansiering, mentorskap och global marknadsföring. TIPS budget för år 2016 är 301 miljoner kronor.

Kina har en expansiv sektor av små innovativa bolag men utmärker sig fortfarande genom en mycket begränsad grad av internationalisering. Born global företag finns, men de är relativt få till antalet. Detta har flera förklaringar varav de mest framträdande är den stora inhemska marknaden, kulturella och språkliga faktorer samt en omfattande censur av internet. Samtidigt prioriteras entreprenörskap genom en serie särskilda satsningar från statligt håll. Genom att stödja utvecklingen av inkubatorer, ”maker-spaces för massorna” och co-working-platser vill Kina etablera vad man kallar plattformar för innovation där innovatörer och företagare kan samlas, dela kunskap och inspirera varandra. Ett specifikt område där kinesiska staten stöder internationalisering är inom e-handel bland annat genom förenkling av reglerna för export och gränsöverskridande transaktioner.

Sedan BJP-regeringen tillträdde i *Indien* för snart två år sedan har ett antal statliga och delstatliga initiativ lanserats med förhoppningen att detta ska leda till fler globala företag. De konkreta satsningarna är dock få. Exempel på framgångsrika indiska born global-företag hittar man främst bland IT-startups, såsom Zomato och InMobi. Inom IT-tjänstesektorn och i läkemedelsbranschen finns det också flertalet exempel på företag som sedan de grundats siktar in sig på att ta marknadsandelar globalt. Hittills har de flesta av Indiens born global-företag utvecklats utan direkt statligt stöd. Indiska företag fokuserar på den inhemska marknaden, i takt med att både tillväxt och efterfrågan tagit fart.

I *Nederländerna* är startup-företagens tillväxt och internationalisering i fokus och sedan 2014 har både nationella och regionala initiativ startats. Born globals behandlas inte som en separat grupp utan som en del av startup-företagens internationalisering. Det statliga initiativet StartupDelta för samman departement, utbildnings- och forskningsinstitutioner, nystartade företag, finansiärer och etablerade företag med ledande innovationshubbar i världen. Bland annat är ambassader och konsulat involverade i StartupDeltas webbplattform som kopplar samman internationella investerare och nederländska entreprenörer samt företagsrådgivare. StartupDelta erbjuder även så kallade soft-landing-tjänster genom *Dutch Basecamp* och intensivprogram i Silicon Valley.

På nationell nivå i *Kanada* finns inget program riktat till born globals. Innovativa nya företag med hög tillväxtpotential står däremot högt på den kanadensiska politiska agendan och en ”Innovation Agenda” ska lanseras inom kort. Toronto-Waterloo vill minska det stora utflödet av talang till USA. Detta görs bland annat genom satsningar på acceleratorn OneEleven som fokuserar på datadrivna born global-företag, förändrad beskattning av utländskt riskkapital och användandet av delstatens pensionsfond för investeringar i nystartade företag. Ett annat exempel är C100 Associations program ”48 Hours in the Valley”, som exponerar kanadensiska entreprenörer för sådana som redan gjort flytten till Silicon Valley.

Den *brasilianska* ekonomin står inför stora makroekonomiska utmaningar. Det finns ingen samsyn bland Brasiliens beslutsfattare om vad ett born global-företag är, i vilken utsträckning de är önskvärda och hur man ska utvärdera åtgärder som syftar till att främja internationalisering. På senare år har det dock kommit flera statliga förslag som går ut på att öka internationaliseringen av brasilianska företag bland annat genom acceleratörer som

Startup Brazil där cirka 100 startupföretag får tillgång till 50 000 dollar vardera i finansiering samt råd om affärsmodell, strategier för finansiering, marknadsföring och internationalisering. Internationaliseringen drivs även av MCTI (Ministeriet för forskning, teknik och innovation) och APEX (Brasiliens myndighet för exportfrämjande insatser och investeringar) kontor i Silicon Valley som har som enda uppgift att underlätta kontakterna mellan brasilianska startupföretag och potentiella kunder, samarbetspartner, mentorer och investerare i regionen.

Policyinriktningen mot born globals är diffus

Att utveckla strategier för internationalisering av företag ligger högt på agendan för de flesta länder. I rapporten framkommer däremot att direkta offentliga satsningar på born globals är relativt ovanligt, emellertid finns satsningar på små företags internationalisering ofta under benämningen startups. Huvudsakligen riktas insatserna mot IKT-sektorn som anses vara den sektor som har bäst förutsättningar för att kunna ge upphov till snabbväxande internationella företag.

Omfattande nätverk med viktiga innovationshubbar är av stor vikt för att på ett framgångsrikt sätt kunna delta på den internationella marknaden. Rapporten visar att i stort sett alla länder har nära kontakt med dessa hubbar, i synnerhet Silicon Valley, för att utveckla en entreprenörskapsanda, få tillgång till kapital, testa idéer och ingå i program på plats. I flera fall har länderna kontor i innovationshubbarna för att vara på plats och hjälpa till med etablering och nätverk. Långsiktig närvaro och återkommande arrangemang är vanligt förekommande. Möjligheten till rörlighet mellan dessa innovationshubbar och hemlandet anses vara viktigt för att företagen ska utvecklas.

Acceleratorer är ett instrument som prövas i flera länder.² Acceleratorerna arbetar intensivt med startups för att få till en snabb utveckling av företagen och göra produkten skalbar. Det finns ett antal företag som gått igenom acceleratorprogram och sedan utvecklats till framgångsrika globala företag såsom Dropbox och Airbnb. Acceleratorer drivs i liten omfattning i Sverige. Huruvida Sverige har för få acceleratorer är en intressant fråga som borde undersökas närmare.

² Se även: <http://www.tillvaxtanalys.se/publikationer/svar-direkt/svar-direkt/2015-10-08-hant-i-varlden---hosten-2015-----digitala-acceleratorers-koppling-till-industrins-behov.html>

1 Japan globaliserar befintliga SMF

Ett av den japanska regeringens viktigaste industripolitiska mål har varit att öka exporten för inhemska industrier, oavsett företagets storlek eller ålder. I strategidokumentet ”The Japan Revitalization Strategy 2013”, som till stor del mejslat ut de tidiga åtgärderna inom Abenomics, slås fast att regeringen måste skapa en miljö där antalet nya företag överstiger antalet företag som lagt ned sin verksamhet, och där etableringsöverskottet för nya företag behöver stiga till samma nivå på cirka tio procent som i USA och Storbritannien. Statistik från perioden 2004–09 visar att Japan ligger på närmare 4,5 procent. Den japanska regeringen har även lagt stor vikt vid statistik som visar på att företag yngre än tio år är mer aktiva i att skapa sysselsättning i Japan, och att stöd till dessa företag därför inte bara är effektivt gällande att skapa ekonomisk tillväxt och skatteintäkter, utan även arbets-tillfällen.

Därför har den japanska regeringen bland annat utökat sina exportfrämjande internationella handelsavtal, och även ökat tillgången till exportfrämjande tjänster genom olika myndigheter, i synnerhet för att tillgodose behov hos små och medelstora japanska företag. För att genomdriva denna politik finns ett flertal statliga organisationer. Japan External Trade Organization (JETRO) är en av de största statliga organisationerna i Japan som arbetar för att främja ömsesidig handel och investeringar mellan Japan och resten av världen, med hjälp av sina 73 utländska kontor i 54 olika länder. JETRO arbetar för att maximera SMF-företagens globala exportpotential, samt underlätta för utländska företag att göra direktinvesteringar på den japanska marknaden.³

1.1 Globala nischföretag

Snarare än att satsa på born globals, de snabbväxande företag som från start har internationell närvaro, ligger fokus i Japan otvetydigt snarare på att se till att så många befintliga SMFs som möjligt utvecklas till att bli så kallade Global Niche Top-företag (GNT). Organisationen Small and Medium Enterprise Agency (SMEA) publicerar varje år sedan 2006 en rapport över ”Dynamic Monozukuri (Manufacturing) SMEs”, vilket resulterat i att totalt 1200 företag hittills har presenterats i dessa årliga rapporter. Många av dessa SMF kan uppfattas som kandidater för att bli GNT-företag i framtiden. En undersökning från 2014 av japanska GNT-företag visar att dessa har betydande globala marknadsandelar inom specifika områden med en genomsnittlig global marknadsandel på 60 procent, hög vinst med genomsnittligt rörelseresultat på 11 procent av försäljningen och hög internationalisering med genomsnittlig utlandsförsäljning på 45 procent av den totala försäljningen. METI introducerade år 2014 ett industriellt marknadsföringsprogram, ”Global Niche Top Companies Selection 100”, med syfte att dela med sig av erfarenheter från 100 utvalda framgångsrika företag till andra små och medelstora företag som befinner sig i utvecklingsfasen till att bli GNT-företag. Bland dessa 100 GNT-företag som väljs ut av METI årligen är 52 företag verksamma inom området för maskiner och bearbetning.⁴

I den japanska politiken har det ansetts som ett naturligt steg att försöka öka antalet av dessa för den japanska ekonomin fördelaktiga företag. Att japanska SMF-företag verksamma på en stor hemmamarknad inte behövt prioritera internationalisering tidigt i

³ JETRO 2016 Tillgänglig: <https://www.jetro.go.jp/en/>

⁴ METI 2014 White Paper on Manufacturing Industries Tillgänglig: http://www.meti.go.jp/english/press/2014/pdf/0606_01b.pdf

företagsbyggandet är även en delförklaring till avsaknaden av uttalade nationella strategier för born globals i Japan. De flesta japanska GNT-företagen är dock verksamma från hemlandet och utvecklas snarare långsamt och gradvis genom kontinuerlig och långvarig forskning och utveckling, marknadsföring samt utveckling av sitt mänskliga kapital. I senare skeden kan de börja göra affärer internationellt, först efter att ha varit verksamma under flera år på den inhemska marknaden.

1.2 Internationalisering av små och medelstora företag

Men även om det saknas specifika program riktade mot born globals i den nationella politiken saknar inte Japan statliga och privata initiativ som får betraktas som positiva för denna grupp av företag. Sedan 2011 kan man urskilja en trend bland japanska entreprenörer, särskilt inom IKT, att välja att starta upp nya företag genom att först kasta sig in i start-upscenen i norra Kalifornien. Parallellt med denna trend har vissa riskkapitalister börjat erbjuda japanska IKT-affärsinriktade entreprenörer, som vill göra internationella affärer, flera olika möjligheter att expandera sitt internationella nätverk samt erhålla finansiering och avsättningsmöjligheter för deras verksamhet.

Ett exempel på detta är Open Network Lab som grundades år 2011 genom en gemensam insats mellan teknikföretagen Digital Garage, netprice.com, och kakaku.com, med syfte att finna uppstartsprojekt med potential att lyckas nå ut globalt. Projekt som accepterats deltar i ett tre månaders uppstarts- och utvecklingsprogram, ges cirka 75 000 kronor (1 miljon JPY) i finansiering, kontorsutrymme, mentorskap och tillgång till ett omfattande nätverk av entreprenörer och partners. Intresset för programmet har skjutit i höjden sedan den första intagsomgången, där programmet fick 47 ansökningar. För den fjärde intagsomgången i januari 2016 ansökte nästan 100 projekt.⁵ En annan viktig privat kraft för att inspirera och stödja tidig internationalisering av andra entreprenörer är William Saito, en japansk-amerikansk entreprenör och riskkapitalist verksam i Tokyo, som har gjort det till sitt personliga uppdrag att ”återuppliva” Japan. Han är rådgivare till regeringen Abe inom frågor rörande entreprenörskap, grundare av mötesplatsen Impact Japan som fungerar som ett nav för diskussion om innovation med lokala evenemang inklusive den årliga Global Entrepreneurship Week, samt delar ut stipendier för studier utomlands. Under de senaste tre åren har han tagit grupper av cirka 30 japanska studenter, forskare och blivande företagare till Silicon Valley för att exponera dem för globala marknader.⁶

Med återspeglning av ovan nämnda trender och privata initiativ är den japanska regeringen allt mer intresserad av att ge entreprenörer möjlighet att utveckla internationella tänkesätt och nätverk för att kunna göra affärer på den globala marknaden.

Det tydligaste exemplet på detta är projektet Silicon Valley – Japan Bridge Project som startats under 2015 på direkt initiativ av premiärminister Abe. Även om projektet inte nödvändigtvis är tänkt att främja skapandet av born globals i Japan, utan snarare riktar sig mer allmänt mot att utveckla japanskt humankapital på IKT-affärsinriktade områden, kommer detta att öka Japans intresse för tidig internationalisering kopplat till entreprenörskap. Premiärminister Shinzo Abe besökte Silicon Valley i april 2015 och träffade flera inflytelserika Silicon Valley-profiler såsom Jerry Yang, Jack Dorsey, John Thompson, Mark Zuckerberg, Elon Musk, och Larry Ellison. Abe höll ett offentligt tal vid Stanford University, och aviserade ett nytt politiskt initiativ som i sin helhet döptes till ”Project for a Bridge of Innovation between Silicon Valley and Japan”. Den föreslagna ”bron” införlivar

⁵ Open Network Lab 2016 Tillgänglig: <https://onlab.jp/en/>

⁶ Impact Japan 2016 William H. Saito Tillgänglig: <http://impactjapan.org/en/who-we-are/executive-committee/>

de väsentliga pelarna i ”Silicon Valley–Japan Platform” tidigare introducerat av US-Japan Council⁷ samt Rebuild Japan Initiative Foundation⁸.

Mer specifikt innebär satsningen att inkubatorer /acceleratorer används för att välja ut, träna och globalisera de mest lovande riskföretagen i Japan genom att ta dem till Silicon Valley för intensivt mentorskap. I programmet finns ett tydligt fokus på specialiserade konferenser, möten och seminarier som sammanför japanska och amerikanska experter på olika teknikområden, såsom ”fin tech” (finansiell teknologi) och ”med tech” (medicinteknik). Det arrangeras utbildningar i samarbete med ledande, multidisciplinära centra för forskning och utveckling vid Stanford, som the Biodesign Center och School of Design. Premiärminister Abe har föreslagit inrättandet av ett Stanford BioDesign Center även i Japan, med deltagande av tre ledande japanska universitet: Tokyo University, Osaka University, och Tohoku University. Målet är att absorbera Silicon Valleys kultur av kreativitet och risktagande, inklusive att acceptera misslyckanden och erbjuda en andra chans för att återhämta sig från tidigare misslyckande. Målet är att under en femårsperiod utveckla 200 företag inom områden där japanska företag har konkurrensfördelar, exempelvis inom design, transport, hälsovård, robotteknik och detaljhandel.

Urvalet av deltagare i programmet är rigoröst utformat. Totalt ansökte 367 personer i hela landet till ”Start Next Innovator 2015” (ett sedan tidigare etablerat program för att främja globala entreprenörer). 122 av dessa antogs till ett tre månaders utbildningsprogram som hölls i Japan. Under sessionerna i Japan förfinade deltagarna sina affärsplaner genom praktiska föreläsningar och teoretiska utbildningar. 20 deltagare valdes ut till den första gruppen att skickas till Silicon Valley. Detta efter att en kommitté sammansatt av föreläsare för inhemska program, företrädare för programkontor, samt METI-representanter utfört strikta granskningar angående innovationshöjden i deltagarnas affärsplaner, de sociala konsekvenserna av deras idéer samt ett flertal andra punkter. De 20 deltagarna som sändes till Silicon Valley stannade där i två veckor från oktober till november 2015, uttagningar pågår för 2016 års andra grupp.

Det finns klara förhoppningar från staten att denna första kull av deltagare ingår i nästa generations företagsledare, och ska kunna dra nytta av upparbetade kontakter bland investerare och entreprenörer i Silicon Valley. Även om endast ett relativt fåtal företagare årligen i slutändan får chansen att åka till USA, innebär satsningens synlighet. Den rigorösa rekryteringsprocessen som görs av Japans näringsdepartement METI har lett till att frågor runt tidig internationalisering av företag lyfts upp i den politiska debatten på ett annat sätt än tidigare.

⁷ US-Japan Council 2016 Tillgänglig: <http://www.usjapanCouncil.org/>

⁸ RJIF (Rebuild Japan Initiative Foundation) 2016 Tillgänglig: <http://rebuildjpn.org/en/>

2 Nationell strategi och statlig konsulttjänst inriktad mot born globals i Sydkorea

Den nuvarande regeringen under president Park med mandatperiod 2013–18 har kraftigt intensifierat arbetet med att globalisera små och medelstora företag (smf) jämfört med tidigare regeringar. Ett upplevt problem är att en betydande andel av dessa företag hindras i sin tillväxt och sin globala expansion då de arbetar som leverantörer i skuggan av framgångsrika globala industrikonglomerat. Inom politiken berörs problemet direkt i den nationella tillväxt- och innovationsstrategin ”Creative Economy”. Strategin har som den första av sex pelare: ”creation of a start-up ecosystem”, och som andra pelare ”support for venture businesses as well as small and medium-sized businesses”.^{9,10} Den totala budgeten som tilldelats för att genomföra ”Creative Economy” var år 2015 59 miljarder SEK (8,3 triljoner KRW), varav 4,6 miljarder SEK allokerades för den första pelaren inriktad på att skapa ett ekosystem för SMF-företag, och 7,8 miljarder SEK för den andra pelaren innehållande direkt SMF-stöd.¹¹

2.1 ”Venture”-företag

Förutsättningarna i Sydkorea för riskinvesteringar och nyföretagande har uppvisat stora förbättringar under de senaste tio åren. I landet används en särskild benämning ’venture company’ för ett smf som har finansiering från ett riskkapitalföretag, och/eller relativt stor andel FoU-utgifter i relation till försäljning, och/eller som har hög teknikintensitet till exempel produkter som bygger på ett flertal nyckelpatent. Antalet ”venture companies” har ökat från 28 000 år 2012 till 30 000 år 2015 (totala antalet nya företag ökade från 74 000 till 83 000 under samma period). Dessutom har storleken på investeringarna i ’venture companies’ ökat från sju miljarder SEK under 2001, till 13 miljarder SEK år 2014. I Världsbankens bedömning av olika uppstartsmiljöer har Sydkorea klättrat från 126:e plats år 2008 till 17:e plats år 2014¹². Enligt den statistik som tillhandahålls av IBM Cloud MDI Team samt RocketPunch¹³ planerar 139 av totalt 1006 företag att etablera sig på världsmarknaden (Internet of Things/Fintech 43 %, sociala media 21 %, spel/innehåll 16 %), medan 95 företag redan har etablerat sig på den globala marknaden (sociala media 43 %, marknadsföring/design 24 %, IoT/Fintech 14 %). 772 företag har inte några planer på att etablera sig på världsmarknaden. IoT/Fintech är det mest populära området bland nystartade företag.¹⁴

Regeringen har som mål att 1000 nya ”venture companies” ska grundas inom tre år (2015–18) och helst göra affärer även utanför hemmamarknaden. Grundtanken är att staten ska erbjuda offentlig finansiering till företag som gått igenom acceleratorprogram, erbjuda dem mentorskap de första åren, samt hjälpa till med matchande av möjligheter utomlands. För att uppnå sitt mål har regeringen lanserat många olika projekt, bland annat Centers for

⁹ MSIP Creative Economy in Korea, 2014, Tillgänglig: <http://english.msip.go.kr/english/main/main.do>

¹⁰ De sex pelarna är 1. Creation of a start-up ecosystem, 2. Support for venture businesses as well as small and medium-sized businesses, 3. Development of new industry and market, 4. Training of globally creative talent 5. Reinforcement of S&T and ICT capability, 6. Creation of the creative economy culture

¹¹ MSIP Creative Economy in Korea, 2014, Tillgänglig: <http://english.msip.go.kr/english/main/main.do>

¹² Born2Global och MSIP 2015 Korea Startup Ecosystem (presentation)

¹³ RocketPunch är ett företag som tillhandahåller information om uppstarter Tillgänglig: <https://www.rocketpunch.com/>

¹⁴ Platium 2015 Start-up’s Story Platform. Tillgänglig: <http://platum.kr/archives/46005>

Creative Economy and Innovation samt K-Global Project. Centers for Creative Economy and Innovation har etablerats i 17 olika städer och provinser i hela landet, där varje centrum samarbetar med ett specifikt industrikonglomerat för att främja nystartade företag. K-Global Project var ett av de första konkreta programmen som lanserades under den nationella IT-strategin K-ICT Strategy.

2.2 Satsningar på born globals

Born globals används som koncept i flera av landets program och stödpolicies för SMF, men dess definition är inte entydig. Generellt används konceptet born globals för nystartade företag som internationaliseras inom några få år. Enligt KOTRA, myndigheten som är ansvarig för exportfrämjande, använder dock olika statliga organisationer olika definitioner för born globals som inte matchar varandra helt. Termen används till exempel ofta för att beskriva en liten grupp nystartade företag med sydkoreanska entreprenörer som startar upp verksamhet utanför hemmamarknaden utan att ha gjort affärer i Sydkorea, eller ens ha moderbolaget kvar i landet. Kriterier för att få stöd som ett born global-företag skiljer sig även mellan olika statliga stödprogram. Till exempel erbjuder organisationen Born2Global stöd till företag som är etablerade inom de närmaste sju åren.

Ministry of Science, ICT och Future Planning (MSIP) är det ledande departementet vad gäller att, tillsammans med sina myndigheter, genomdriva politiken för smf-stöd, bland annat nämnda ”K-Global Project”. Till exempel ligger National IT Industry Promotion Agency (NIPA), som ansvarar för att stödja nystartade företag inom IKT, och Born2Global under MSIP.

Born2Global bildades år 2013 med det specifika syftet att, genom att erbjuda olika konsulttjänster, ge stöd till nystartade företag att etablera sig på den globala marknaden. Fokus ligger på att se till att born globals får tillgång till finansiering i ett tidigt skede för att snabbt kunna expandera sin verksamhet. K-ICT Born2Global’s fem internationella kontor i Silicon Valley, Washington, Peking, Moskva och Europa fyller viktiga roller för Born2Global för att kunna upprätthålla starka internationella nätverk.

Born2Global gör anspråk på att ha hjälpt 21 nystartade företag att erhålla investeringar på över 219 miljoner SEK (25,5 miljoner USD) under år 2014.¹⁵ Organisationen ska kunna erbjuda ett komplett utbud av tjänster, inklusive rådgivning, ekonomiskt stöd, utbildning och utveckling.¹⁶ Organisationen tillhandahåller rådgivning på plats i företagen inom olika områden, med hjälp av egna advokater, patentombud, redovisningsexperter, och experter på marknadsföring utomlands. Extern konsultation erbjuds dessutom genom olika partners från välkända privata institutioner med expertis inom globala nätverk.¹⁷ Stödföretag erbjuds även att delta i olika evenemang arrangerade av Born2Global utomlands, till exempel ”B2G Global Connect Overseas Demo Day”.

Generellt sett kan Born2Global:s strategi delas in i tre delar: 1) utveckla globala stor-spelare, 2) attrahera inhemska och utländska investerare, och 3) löpande stöd till global hållbar affärsverksamhet. Mer praktiskt väljer först Born2Global ut konkurrenskraftiga företag redan är etablerade med hjälp av acceleratorer eller riskkapital, som rekommenderats av universitet eller innovationscenter, eller som utvecklats av centrum för yrkesrådgivning (steg 1). Sedan stödjer Born2Global dessa genom att erbjuda utbildning i presenta-

¹⁵ Ibid.

¹⁶ K-ICT Born2Global Centre, broschyr

¹⁷ 48 inhemska konsultpartners och 41 globala konsultpartners inom juridik, patent, bokföring, investerings attraktion, och internationell marknadsföring.

tionsteknik (pitchträning), samt professionell rådgivning ute på företagen, och hjälp att komma i kontakt med inhemska och utländska acceleratorer och riskkapitalister (steg 2). Slutligen ansluter Born2Global dessa nystartade företag till utländska acceleratorer och riskkapital och hjälper dem att delta i evenemang som anordnas av privata och offentliga institutioner. Vid behov erbjuds även ut stödtjänster relaterade till företagsförvärv och börsintroduktion (steg 3).

Det är värt att påpeka att sydkoreanska statliga aktörer inte enbart försöker hjälpa nystartade inhemska företag att komma ut på globala marknader, utan även arbetar för att rekrytera nystartade företag från utlandet. I en ny satsning under Creative Economy håller den så kallade ”Pan-gyo Techno Valley” att etableras i Pan-gyo för att skapa ett nav för globala nystartade företag som strävar efter att verka på utländska marknader. Born2Global kommer att flyttas till Pan-gyo Techno Valley år 2016, där de planerar att ge plats för cirka 60 nystartade företag, inklusive nystartade företag från utlandet.

Även myndigheten Small and Medium Business Administration (SMBA) är genom sitt Tech Incubator Program for Startups (TIPS) involverad i att främja nystartade företag att etablera sig på världsmarknaden. TIPS budget för år 2016 är 301 miljoner kronor (42,5 miljarder KRW) vilket ska ses i relation till hela SMBA:s budget på 61 miljarder SEK (8609 miljarder KRW) för år 2016.¹⁸ TIPS-finansiering ges till företag som redan fått investeringar samt har nominerats av ett framgångsrikt riskkapitalbolag eller affärsängel. De utvalda, nystartade företagen får stöd från TIPS i form av finansiering, mentorskap och global marknadsföring. Totalt har 90 nystartade företag valts ut av TIPS (till och med maj 2015), varav de flesta av är verksamma inom mjukvaruutveckling eller mobil IT (mjukvara 34 %, mobil IT 26 %). 17 team har etablerat minst ett utländskt dotterbolag.¹⁹

Tack vare att regeringen Park har lagt stor vikt vid globalisering av smf existerar det även många andra program som har lanserats av olika institutioner, till exempel KOTRA mot-svarigheten till Business Sweden i Sydkorea. Born globals förväntas dessutom att fortsätta erhålla statligt stöd i olika former. Det är även värt att uppmärksamma att regeringen starkt framhåller vikten av samarbete mellan den offentliga och privata sektorn i de flesta av dessa stödprogram. Under regeringens ”Proposal for FY 2016 Budget Plan and Fiscal Operations at the National Assembly” som hölls i oktober 2006, nämnde President Park att regeringen planerade att öka stödarbetet för nystartade företag samt SMF, för att hjälpa dem att sprida sin verksamhet till utländska marknader.²⁰

Born2Global och andra statliga stödinsatser har utan tvekan genererat vissa framgångar. I sydkoreansk kontext mäts dessa ofta i hur stora riskkapitalinvesteringar som gjorts i bolagen. Exempelvis har utvecklaren av mobila affärslösningar IGAWorks attraherat 106 miljoner kronor (15 miljarder KRW) i investeringar²¹, och det mobila hälsovårdsföretaget Noom Inc har erhållit 94 miljoner kronor (11 miljoner USD).²² I en genomgång av resultat framtagen av Born2Global och MSIP, lyfts tre företag upp som konkreta framgångs-exempel: Coupang (där japanska Softbank har investerat 8,6 miljarder kronor), Driver

¹⁸ SMBA's budget för år 2016, Tillgänglig: <http://www.etnews.com/20150910000284>

¹⁹ TIPS Town, Tillgänglig: <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?no=1102372&year=2015>

²⁰ Utlåtande av President Park Geun-hye vid National Assembly angående Government Proposal for FY 2016 Budget Plan and Fiscal Operations, Tillgänglig: http://english1.president.go.kr/activity/speeches.php?srh%5Bboard_no%5D=24&srh%5Bview_mode%5D=detail&srh%5Bseq%5D=12972&srh%5Bdetail_no%5D=52#sthash.5qAnUZjA.dpuf

²¹ Igaworks, 2015, About Us, Tillgänglig: http://www.igaworks.com/page/company_intro

²² Noom, 2016, Tillgänglig: <https://www.noom.com/business/>

Kim, och StudioPATi. Inget av dessa tre framgångsrika fall stöddes av Born2Global.²³ De var utvalda snarare för att representera sydkoreanska framgångsrika snabbt internationiserade företag i allmänhet. Faktum är att de mest framträdande framgångssagorna bland sydkoreanska born globals är företag som har lyckats utan statligt stöd. De två kanske mest framträdande exemplen på sydkoreanska born globals är Naver och Kakao. Inget av dessa erhöll något direkt stöd från Born2Global eller något annat statligt stödprogram.

²³ Born2Global and MSIP 2015 Korea Startup Ecosystem (Presentation)

3 Born globals en ny trend i Kina?

Entreprenörskap och privatföretagande har varit rakt igenom avgörande för Kinas ekonomiska utveckling under mer än tre decennier.²⁴ Privata företag utgör majoriteten av kinesiska företag, producerar i storleksordningen 80 procent av den årliga värdeökningen inom industrin, anställer flest antal människor och är överlägset mest innovativa.²⁵ Ur det här perspektivet finns entreprenörskap som en tydlig del i Kinas ekonomiska DNA. Traditionellt har entreprenörerna återfunnits i tillverkningsindustrin men när Kina nu snabbt klättrar på utvecklingsstegen flyttas fokus allt mer mot tjänste- och tekniksektorn. Detta öppnar för nya former av företagande där internationalisering är en väsentlig del.

Kinas nuvarande ledning har sedan den tillträdde 2013 fäst stort fokus vid att främja entreprenörskap. Satsningen är en del i det kinesiska reformpaketet som flyttat fokus från statlig intervention och subventioner mot strukturreformer och större utrymme för marknadskrafterna. Målsättningen är att ett ökat entreprenörskap ska bidra till att förnya den kinesiska ekonomin. Premiärminister Li Keqiang har lanserat ett koncept som benämns ”mass-entreprenörskap och innovation i internetera” genom vilket en ny form av entreprenörskap ska stödjas. Det är i strategin tydligt att Kina har inspirerats av utvecklingen i Silicon Valley och startuprörelsen.

Genom den här strategin vill Kina stödja entreprenörskap i de breda folklagen. Framförallt är servicesektorn i fokus. Genom att stödja utvecklingen av inkubatorer, ”maker-spaces för massorna” och co-working-platser vill Kina etablera vad man kallar plattformar för innovation där innovatörer och företagare kan samlas, dela kunskap och inspirera varandra. Denna typ av verksamheter har funnits i Kina under en längre tid, inspirerad av liknande platser i framförallt Kalifornien, men sedan strategin om mass-entreprenörskap lanserades har de blivit allt vanligare. Staten vill påskynda etableringen av sådana innovationsplattformar genom en aktiv stödpolitik. Det kan till exempel handla om att aktörerna bakom anläggningarna får stöd av lokala offentliga aktörer genom till exempel subventionerad hyra. Staten vill också stödja entreprenörer direkt genom att erbjuda subventioner av hyreskostnader, bredband och mjukvara för innovativa företag. Andra åtgärder är att förenkla företagsregistreringen och införandet av en rad skattesänkningar för små företag.

Antalet nyutexaminerade i Kina var omkring 7,5 miljoner 2015. Det stora antalet har haft svårt att nå arbetsmarknaden med stor arbetslöshet bland unga akademiker som följd. Kinas politiska ledning har sett en möjlighet att slå två flugor i en smäll genom att uppmuntra studenterna att starta egna företag, både för att skapa nya jobb och snabba på utvecklingen mot ett modernt Kina. Entreprenörskap införs också i snabb takt som ämne på många av landets universitet och åtföljs av generösa erbjudande i form av rådgivning och ekonomiskt stöd till de studenter som vill starta egna företag.

²⁴ Rapporten bygger i huvudsak på intervjuer med kinesiska IT-entreprenörer och representanter för svenska företag i Peking samt publicerat material på internet.
http://english.gov.cn/policies/latest_releases/2015/03/11/content_281475069667730.htm
http://english.gov.cn/policies/latest_releases/2015/06/21/content_281475131410124.htm
http://english.gov.cn/policies/latest_releases/2015/06/16/content_281475128473681.htm
<http://www.reuters.com/article/baidu-india-idUSL3N14X2R020160113>
<http://techcrunch.com/2015/09/29/alibaba-increases-its-investment-in-indian-payments-and-commerce-firm-paytm/>

²⁵ Ljungwall et al. *'The Ecology of Chinese private enterprises'*. Chinese Economic Research Series. (World Scientific, Singapore), Vol. 11, 2015.

Sedan juni 2015 prioriterar Kinas regering en utveckling av de finansiella marknaderna för att underlätta finansiering och investeringar i så kallade entreprenöriella företag. Som ett led i detta kommer statliga företag uppmuntras att investera i nystartade företag och öka investeringarna i både inhemska och internationella innovativa projekt. Även de statliga bankerna uppmuntras att samarbeta med andra finansinstitut för att erbjuda särskilt stöd till nystartade företag. Ett nydanande initiativ på väg genom beslutsprocessen är specialiserade börser för högteknologiska tillväxtföretag. Regeringen kommer även att stödja utvecklingen av online-finansiering, så kallad crowd-funding.

Vid sidan av praktiska åtgärder vill regeringen inspirera människor till entreprenörskap. Hittills har entreprenörskap haft låg status i det kinesiska samhället. Många talanger har haft siktet inställt på arbete inom regering eller statliga företag. Detta vill man nu förändra. En konkret åtgärd som föreslås är att uppmuntrar forskare, akademiker och de som återvänt från utlandet att starta egna företag i Kina.

3.1 Born globals i Kina

Born global är ett koncept som kommit att diskuteras allt mer frekvent i den offentliga debatten på senare år. Detta gäller även i Kina. En entydig definition saknas men konceptet syftar på små företag som med hjälp av ny teknik vänder sig till en global marknad från dag ett. Konceptet är nära kopplat till skalbarhet som är ett viktigt koncept inom den så kallade start-up-ideologin. Inte minst den nya kommunikationsteknologin har förändrat förutsättningarna för företagande och entreprenörskap. Idag kan ett nystartat bolag nå kunder globalt från dag ett och med produkter som existerar i cyberrymden kan dessa företag frigöra sig från tidigare geografiska begränsningar.

Studier av born global-företag har i hög grad fokuserat på västerländska förhållanden. Det faktum att det på grund av censur så väl som skillnader i kultur och språk gör att internet de facto är uppdelat i olika ekosystem vilket begränsar born global-företagens rörlighet. En trend bland born global-företag är att de är vanligare i små länder där hemmamarknaden är begränsad. Sverige utgör ett sådant exempel och Kina är motsatsen. Den kinesiska ekonomin är den näst största i världen och med en folkmängd om dryg 1,3 miljarder människor är den inhemska marknaden enorm. Kina är också i flera aspekter en uppkopplad nation med överlägset flest internetanvändare. Under slutet av 2015 uppgick dessa till 688 miljoner, vilket motsvarar 50,3 procent av den kinesiska befolkningen. Den inhemska kinesiska marknaden växer snabbt vilket i sin tur minskar behovet bland företag att under ett tidigt skede etablera sig på globala marknader.

3.1.1 Internationalisering av den kinesiska ekonomin

Överlag skiljer den kinesiska ekonomin sig från strukturen i många länder i väst. I Kina är påverkan från politiken alltför stor vilket företagare tvingas ta hänsyn till. Detta bär med sig utmaningar både för kinesiska företag som vill lämna landet så väl som för utländska företag som vill ta sig in. Att Kina allt jämt saknar globala varumärken i större utsträckning lyfts ofta fram som ett exempel på att landets ekonomi alltför inte är konkurrenskraftig. Även om den kinesiska ekonomin överlag är integrerad i världsekonomin har det över tid funnits få kinesiska företag som sålt direkt till utländska konsumenter. På *Interbrands* lista över globala varumärken 2015 var endast två varumärken kinesiska, Huawei och Lenovo. Andra företag så som Haier och Hisense har hittat en global marknad för sina produkter. Samtidigt sker en snabb tillväxt underifrån där varumärket som till exempel Xiaomi kan komma att få en mer framträdande roll. Bilden är dock klar, kinesiska varu-

märken är påtagligt frånvarande på den globala marknaden i jämförelse till storleken på landets ekonomi.

3.1.2 E-handel

Ett specifikt område där den kinesiska staten satsat för att stödja internationaliseringen av internetsektorn är e-handeln. Den kinesiska e-handeln har upplevt en stark tillväxt under det gångna decenniet, och är i dag en central del av konsumentmarknaden. E-handeln lyfts ofta fram som ett framgångsexempel på kinesisk internetindustri. Samtidigt har den kinesiska e-handeln fram till nu varit nästan uteslutande aktiv på den kinesiska marknaden.

Den 20 juli 2015 släppte stadsrådet, Kinas regering, nya riktlinjer som riktade in sig på att stödja e-handelns internationalisering. En rad åtgärder föreslogs med syfte att göra det enklare för kinesiska e-handelsföretag att verka utanför Kina. Förenklad tullhantering ska effektivisera förfarandet vid import och export. Samtidigt ska exportskatterna hållas låga och skattesatserna vid import ska ses över för att främja vad man kallar en rättvis konkurrens. Kinesiska banker ska också uppmuntras att lansera lösningar för gränsöverskridande betalningar och betalningar i utländsk valuta. Kinesiska e-handelsplattformar ska ges finansiellt stöd från staten för internationaliseringsprojekt och kreditförsäkringstjänster kommer att lanseras.

Åtgärderna ska enligt policydokumentet bidra till att uppgradera den kinesiska ekonomin. Det finns också en tydlig koppling till satsningen på den nya sidenvägen (one-belt-one-road). Kinas största e-handelsföretag Alibaba har redan inlett sin globala expansion och säljer idag till stora delar av världen. Inte minst länder i Sydostasien ses som intressanta. Alibaba har investerat stort i den indiska e-handels och betalningsplattformen Paytm. På liknande vis har den kinesiska sökmotorn Baidu visat intresse för flera indiska e-handelsföretag, enligt ett uttalande i januari 2016 (tilltänkta företag var Zomato, BookMyShow och BigBasket).²⁶

Värdet av Kinas gränsöverskridande e-handel uppgick under år 2014 till 3,32 miljarder USD (cirka 28 miljarder SEK). En avgörande faktor för ökningen har varit förenkling av reglerna för gränsöverskridande betalningar och transaktioner. Detta arbete inleddes 2013 av State Administration of Foreign Exchange (SAFE).

3.2 Digital isolering

I Kina råder fortfarande betydande restriktioner när det gäller telekommunikation och internet vilka påverkar företagets uppkoppling mot omvärlden. Den omfattande internetcensuren gör också att många utländska företag har svårt att nå den kinesiska marknaden. Censuren kan påverka direkt genom att en hemsida blockeras, men också indirekt genom att pluginprogram inte tillåts eller att internethastigheten begränsas. Kinas online-ekosystem skiljer sig också från det i de flesta öppna ekonomier. Detta är dels ett resultat av censur, men även kultur och språkskillnader spelar in. Till exempel används för Kina specifika tjänster inom social media, videodelning, mail osv. Samtidigt blockeras flera av de internationella tjänsterna av kinesiska myndigheter. Den strikta censuren och kontrollen över internet kan länkas samman med en övergripande strategi genom vilken kinesiska staten vill få kontroll över vad som sker online. Som ett led i detta kräver kinesisk lagstiftning ofta en lokal närvaro även för internetföretag.

²⁶ Inget avtal hade slutits när denna text skrevs.

För kinesiska startupbolag innebär internetcensuren ofta ett stort hinder i deras internationalisering. Ett tydligt exempel är att Googles ekosystem är blockerat i Kina, vilket ofta är ett viktigt verktyg för att nå internationella marknader. Att ekosystemet online ser annorlunda ut gör det dessutom svårt att integrera en lösning med ekosystemet on-line utanför Kina. För utländska företag är situationen liknande och för inte riskera hamna i onåd hos de kinesiska myndigheterna väljer många företag att anpassa sin produkt särskilt efter den kinesiska marknaden. Ett exempel är LinkedIn vars kinesiska hemsida är byggd från grunden, anpassad för den kinesiska marknaden, detta även om den på ytan ser identisk ut med den internationella.

3.3 Reflektioner

Kina har en mycket expansiv sektor av små innovativa bolag. Sektorn skiljer sig dock avsevärt från situationen i ett land som Sverige genom att företagen i hög grad riktar in sig på den inhemska marknaden. Det är därför svårt att tala om någon egentlig sektor av born global-företag i Kina, åtminstone i relation till sektorn i stort. Att Kina har världens största konsumentmarknad är en förklaring av avgörande betydelse. På den snabbt växande kinesiska marknaden har företag kunnat hitta affärsmöjligheter och skalbarhet utan att behöva sträcka sig utanför landets gränser. Samtidigt råder en omfattande censur av internet vilket i kombination med att ekosystemet online i Kina skiljer sig från det i väst begränsar företagets handlingsfrihet.

I takt med att den kinesiska regeringen vill ta steget mot en ekonomi med ett högre värdeskapande riktar stort intresse mot entreprenörskap. Dessa satsningar är intressanta i ett land där entreprenörskap traditionellt haft en svag ställning. Skalbarheten är enorm. Genom satsningarna på ”mass-entreprenörskap och ”innovation i interneteran” vill den kinesiska staten fostra en helt ny generation entreprenörer. Konflikten med de som vill begränsa internet är dock tydlig. Mer censur kommer i stor utsträckning att ha negativ påverkan på affärsmöjligheterna online, detta även om kinesiska företrädare gärna pekar på att statlig kontroll online skapar ett stabilt affärsklimat. Denna typ av konflikt är vanlig i Kina. I det här fallet är de som ansvarar för tillväxt i konflikt med de som ansvarar för inre säkerhet.

4 Nya strategier för fler internationella företag i Indien

I Indien är företagsstrukturen komplex. Omkring 70 procent av landets befolkning bor på landsbygden och sysselsätts främst i småskaligt jordbruk. Även i städerna är antalet jobb i den formella sektorn lågt. Detta påverkar givetvis statens möjligheter att stödja och främja utvecklingen av born global-företag. Samtidigt har indiska företag varit väldigt framgångsrika internationellt inom en del områden, framförallt inom IT-tjänster och läkemedelsprodukter. I Indien har även ett flertal startups med miljarddollarvärderingar grundats. Sedan regeringsskiftet 2014 har en mängd industrisatsningar (*Make in India*, *Digital India* och *Startup India*) lanserats, där en av förhoppningarna är att detta ska leda till fler internationellt konkurrenskraftiga företag. Internationalisering som sådan spelar dock en tillbakadragen roll i dessa satsningar, då fokus istället ligger på nationell jobb- och ekonomisk tillväxt.

4.1 Globala spelare från Indien

Mer än 90 procent av Indiens arbetsföra befolkning beräknas arbeta i den informella sektorn. Samtidigt är Indien hem för stora konglomerat som Tata-gruppen (med en omsättning på 110 miljarder dollar och omkring 600 000 anställda), Reliance Industries²⁷ och Aditya Birla-gruppen.

Talar man om born globals, eller snabbt internationaliserande företag i Indien, är det dock främst IT- och läkemedelsbolag man bör titta på. I IT-sektorn utmärker sig bland annat Tata Consultancy Services²⁸ med 335 000 anställda, som är världens näst största företag inom IT-tjänster sett till antalet anställda, men även bjässar som Infosys (med 165 000 anställda), Wipro (170 000) och TechMahindra (105 000). Totalt arbetar fler än 3 miljoner människor i IT-sektorn, vilket därmed är Indiens enskilt största sektor sysselsättningsmässigt i det privata näringslivet. IT-sektorn står ensam för omkring 8 procent av Indiens totala BNP.²⁹ Ovanstående bolag (frånsett Wipro, som från början tillverkade vegetabiliska oljor) etablerades med avsikten att göra affärer med kunder utomlands. Ett konkret exempel är Infosys, som efter att ha grundats 1981 direkt vända sig till utländska kunder och sex år senare hade öppnat sitt första kontor i USA. Många av IT-bolagen har dessutom växt genom en att förvärva företag utomlands. Både Tata Consultancy Services och TechMahindra är etablerade i Sverige och nyligen köpte det indiska IT-företaget HCL Tech Volvo IT och tog därmed över 2500 anställda i 11 länder, dessutom tar HCL Tech över driften av Volvo AB:s interna IT-system.

Även inom läkemedelsbranschen, främst inom tillverkning av generika och så kallade *active pharmaceutical ingredients* (API), finns ett antal exempel på indiska bolag som internationaliserats snabbt. Ett exempel är Dr. Reddy's, som efter att ha grundats 1986 redan året efter började sälja sina produkter till Europa. Andra läkemedelsbolag som kan nämnas i sammanhanget är Glenmark Pharmaceuticals och Sun Pharma.

²⁷ Reliance Industries är åtskilt från Reliance Group, som är ett separat bolag och drivs av brodern till ägaren av Reliance Industries.

²⁸ Tata Consultancy Services ingår i Tata-gruppen

²⁹ Enligt uppskattningar av NASSCOM, den indiska IT-industrins intresseorganisation. Med IT-industrin menar vi här även s.k. *Business Process Outsourcing*.

Exemplen ovan innehåller dock endast företag som grundades under det förra århundradet, när den inhemska efterfrågan för deras produkter inte var särskilt stor. Vill man titta på snabbväxande företag från 2000-talet sticker e-handelsföretag som Snapdeal och Flipkart samt taxi-appen Ola Cabs ut. Nämda företag har dock gemensamt att de (än så länge) endast fokuserar på Indien. På sin hemmamarknad har man hittills lyckats behålla stora marknadsandelar, trots att globala jättar som Amazon och Uber finns i Indien sedan ett par år tillbaka. På så vis kan man säga att Indiens snabbt växande ekonomi fått fler och fler nystartade företag att fokusera på den inhemska marknaden. Ovan nämnda företag är alla med på Atomicos ”Unicorn”-lista av startups med värderingar på över en miljard dollar. Totalt finns sju unicorn-startups från Indien. Bland dessa märks även Zomato (en tjänst som listar restauranger och barer) som finns på 23 marknader, däribland USA, Italien och Sydafrika för att nämna några, och InMobi (en annonsplattform för mobiltelefoner) som finns på 17 marknader.³⁰ En utmaning Indien står för är dock att många startups väljer att flytta sina huvudkontor till Singapore. Bland företag som redan gjort detta märks bland annat Flipkart och InMobi. Uppskattningsvis flyttar upp till 200 indiska startups till Singapore varje år.³¹ Detta då ekosystemet vad gäller finansiering och eventuell börsnotering anses överlägset i Singapore. Singapore rankas även högst av alla länder i Världsbankens *Ease of Doing Business*-ranking, jämfört med Indiens plats som nummer 130.

4.2 Statligt stöd

När det gäller övergripande regeringsinitiativ för att stödja företag sticker Make in India-programmet ut.³² Satsningen koordineras av *Department of Industrial Policy and Promotion* som lyder under Indiens handels- och industriministerium. Kortfattat syftar programmet till att göra Indien till ett globalt centrum för exportfokuserad tillverkningsindustri. Regeringen vill därför locka till sig multinationella företag och dess underleverantörer och skapa en tillväxtraket på samma sätt som Kina gjort tidigare. Inhemska bolag uppmuntras också ta del av programmet, men satsningen bör inte primärt ses som ett stöd för snabbt internationaliserande företag. Ett annat exempel är *Digital India*-satsningen, ett ramprogram under vilket det ryms flera separata initiativ som bland annat syftar till att förbättra den digitala infrastrukturen och framväxten av tjänster inom e-hälsa, e-utbildningar, finansiella tjänster via internet samt e-förvaltning.

För närvarande genomgår Indien något av en ”startup-boom”, som regeringen vill främja. För att stärka snabbväxande teknik-startups har regeringen därför lanserat en särskild ”startup-policy” för att hjälpa nystartade företag med tillväxtpotential. Den indiska regeringen definierar startups som företag registrerade i Indien för maximalt fem år sedan, med en omsättning på upp till 250 miljoner rupies (32 miljoner kr) och som arbetar med innovationer, utveckling, spridning eller kommersialisering av nya produkter, processer eller tjänster som i sin tur ska vara drivna av ny teknik eller immaterialrätt. Policyn innefattar en 19-punkts plan som syftar till att ge startups bättre förutsättningar att lyckas. Exempel på incitament är att nystartade företag inte behöver betala inkomstskatt på tre år, att en särskild startup-fond finansierad av regeringen på 100 miljarder rupies (12,7 miljarder kronor) sätts upp, att snabbare handläggningstider vid patentansökningar utlovas och att självcertifiering av arbets- och miljölagstiftning tillåts under de första tre åren. En annan viktig punkt är att den frångår landets notoriskt komplicerande konkursslagstiftning

³⁰ Se Atomico.com för hela listan. Sverige (Stockholm) har fem bolag med på listan.

³¹ Deal Street Asia ”Why a majority of Indian startups are in a rush to relocate to Singapore” från 2015-10-15

³² Tillväxtanalys har vid ett flertal tillfällen rapporterat om detta, se bl.a. ”Make in India – ett år senare” från 2015-11-30

och garanterar ett så kallat ”90-day exit window”. Dessutom görs satsningar på att främja innovation för grundskoleelever.

Sedan tidigare finns en fond som stödjer mikro-, små-, och medelstora företag i allmänhet, med tillgångar på 350 miljoner dollar (3 miljarder kronor). Det indiska ministeriet för vetenskap och teknologi har även varit starkt bidragande till att stödja öppnandet av inkubatorer i landet, ofta tillsammans med delstater eller industriorganisationer. Inkubatorer vid indiska lärosäten godkänns också som mottagare av det CSR-stöd som indiska företag enligt lag är skyldiga att ge.³³

En del delstater tävlar även sinsemellan om att erbjuda så bra förutsättningar som möjligt för startups. Bengaluru var många globala IT-företags inkörsport till Indien och står fortfarande för 30 procent av landets totala IT-export. Staden är även framstående inom bioteknik och anses vara Indiens startup-huvudstad. Dess position som sådan är ett resultat av främst agglomerations fördelar och organisk tillväxt. Hyderabad i grannstaten Telangana har via det delstatliga initiativet T-Hub (Telangana Hub) nu tagit upp kampen om startup-företagen med Bengaluru. Precis som i Bengaluru finns en mängd IT-bolag i Hyderabad, men man hoppas kunna locka till sig fler företag genom det koordinerande entreprenör- och innovationsskapande arbete som T-Hub bedriver, där man hjälper företag med allt från praktisk byråkrati, till inkubations-, accelerations-, och mentorsprogram. Dessutom har delstaten en egen innovationspolicy för att hjälpa nystartade företag från regionen att internationaliseras. Rent konkret innebär detta snarare att regeringen vill facilitera företags-tillväxt (framför allt inom IT-sektorn) genom att utbilda arbetskraft och utveckla företagskluster. Vad gäller innovationer ser delstatsregeringen gärna att de är anpassade efter indiska förutsättningar och behov. Delstatsregeringen har sedan slutet av 2014 planerat att lägga fram en särskild IT-policy, men detta har ännu inte skett.³⁴ Telanganas grannstat Andhra Pradesh (från vilken Telangana bröt sig ur för två år sedan) har även egna innovation- och startup-policys.

³³ Se Hänt i Världen hösten 2015 om digitala acceleratorers koppling till industrins behov och Tillväxtanalys kommande rapport om attraktiva regioner och städer som publiceras i mars 2016.

³⁴ Läs mer om Hyderabad och T-Hub i Tillväxtanalys kommande rapport om attraktiva regioner och städer som publiceras i mars 2016.

5 Nederländernas StartupDelta

Nederländerna är ett innovativt land där offentliga aktörer relativt nyligen har fått upp ögonen för vilken potential landet har för att locka till sig och skapa startups. Sedan 2014 har en rad initiativ tagit fart på såväl nationell som lokal nivå. Uttrycket born globals är dock ingenting som diskuteras separat utan ses som en integrerad del av arbetet för att främja startups.

Den nederländska ekonomin är i hög grad internationaliserad, men nederländska startups har ändå svårt att få fäste utomlands. Det kan delvis förklaras av att man är ovan vid olika procedurer, regler och seder men även av att företagen inte är tillräckligt finansiellt starka för att visa upp sina produkter och tjänster. Därför arbetar regeringen med ekonomisk diplomati, främjande av det nederländska varumärket, handelsresor och stimulering av samarbete inom innovation.³⁵ Den nederländska startup-scenen bedöms vara väl rustad för framtiden i och med att företagen är särskilt starka inom mjukvara, rymd, smart energi, fintech, digital hälsa, delningsekonomi och 3D-printing, vilket sammanfaller med generella trender inom global innovation och ger Nederländerna en god startposition.

5.1 Nationella och lokala initiativ för startups

Runt 2011 uppkom nya starka, lokala ekosystem som höll kvar en större andel av den tekniska talangen som tidigare hade gått till traditionella industrier. Ett par år senare, 2014, kom det statliga initiativet StartupDelta för att skapa mer gynnsamma förutsättningar för startups.

Idag finns ett flertal initiativ för att ge stöd till nya, innovativa företag med stark tillväxtpotential. Dessa initiativ finns på nationell nivå, såsom Startup Delta³⁶, och på lokal nivå³⁷ såsom StartupAmsterdam. De viktigaste aktörernas fokus ligger på att generellt förbättra förutsättningar för startups i och utanför Nederländerna för att de ska ha goda förutsättningar att växa utanför landets gränser.

5.1.1 StartupDelta – en nationell kraftsamling

StartupDelta är ett projekt från 2014 som drivs av Ekonomiministeriet men finansieras av ett flertal olika ministerier. Det har fått en viktig roll i att koordinera, stödja och marknadsföra det breda ekosystemet av entreprenörer.

Syftet med StartupDelta är att föra samman departementet, utbildnings- och forskningsinstitutioner, nystartade företag, finansiärer och etablerade företag med varandra och med ledande innovationshubbar runtom i världen. Sedan i december 2014 leds arbetet av före detta EU-kommisionären Neelie Kroes med titeln *Special Envoy for Startups*. Hennes huvudsakliga uppgift är att stärka Nederländernas innovativa företags internationellt, övertyga utländska innovativa nystartade företag att etablera sig i landet och övertyga om att Nederländerna är Europas bästa land att starta företag i.

Born globals anses inte vara en separat fråga i StartupDelta, utan något som ingår i definitionen av vad en startup är i och med att företagen i fråga är tänkta att expandera

³⁵ <https://www.government.nl/topics/entrepreneurship-and-innovation/documents/parliamentary-documents/2014/07/28/letter-to-parliament-about-ambitious-entrepreneurship>

³⁶ <http://www.startupdelta.org/>

³⁷ I Amsterdam, Eindhoven, Twente och Utrecht.

snabbt. Det bedrivs däremot en rad aktiviteter för att främja internationalisering av såväl nederländska startupföretag som den inhemska startups scenen. I StartupDelta finns potentiella investerare och specialiserade mentorer samt rådgivare från den nederländska handelskammaren. Ambassader och konsulat är även de involverade och kan koppla samman internationella investerare och entreprenörer till nätverket.³⁸ En del av detta är *Dutch Basecamp*, en virtuell accelerator som erbjuder ”soft-landing-tjänster” där företag får hjälp med förberedelser inför sin USA-etablering, kontakter, mentorskap och hjälp under första tiden i landet. Under de första tre månaderna hjälper de till med att hitta lokaler, medarbetare, förmedla kontakter till potentiella kunder och samarbetspartners, strategiarbete och diverse företagstjänster. Mindre utvecklade, liknande initiativ finns i det mentorsnätverk som organisationen driver i samarbete med olika ambassader³⁹, där nederländska startups som redan etablerat sig på marknaden i fråga kopplas samman med ett nytt startup för att de ska kunna utbyta idéer.⁴⁰

Årligen anordnas två intensivprogram i USA för nederländska nystartade företag, ett i Silicon Valley och ett i New York.⁴¹ I Silicon Valley arrangeras tillsammans med det nederländska konsulatet, utrikesdepartementet och BootUP Ventures Silicon Valley ett fyradagarsprogram bestående av workshops och företagsbesök. Deltagarna presenterar sina idéer för riskkapitalister och experter på affärsmodeller. Programmet finansieras av offentliga medel, deltagarna får dock stå för sina egna resekostnader. Deltagande företag ska ha sin bas i Nederländerna, ha en teknikbaserad affärsidé, vara yngre än fem år, ha en färdig produkt och vara verksamt inom; FinTech, miljöteknik, mobil, media, molnteknologi, spel, e-handel eller mjukvara för företag.

Dessutom arbetar regeringen aktivt med att ta med just startups på handelsresor för att de ska få goda kontakter i utlandet och ministrar gör resor för att föra diskussioner kring startups i exempelvis USA med syfte att underlätta företagets expansion dit.⁴²

Startups till Nederländerna

Internationalisering av startups kan innebära att nederländska företag kan expandera till utlandet, men det kan också betyda att utländska företag ges möjlighet att expandera till Nederländerna.

För att locka internationella startups till Nederländerna kan entreprenörer från länder utanför EU söka ett så kallat start-up visum om de sponsras av en erfaren facilitator. Denna nya regel infördes 2015 och innebär att entreprenören får ett år på sig att starta sin verksamhet, skapa en affärsplan och hitta finansiering. När året är slut kan hon eller han söka tillstånd för att stanna i Nederländerna som egenföretagare.⁴³ I dagsläget arbetar Nederländerna på EU nivå för att ett europeiskt startup-visum ska träda i kraft där företagare ska kunna resa och bosätta sig var som helst i EU under en begränsad tidsperiod för att driva ett startup-företag.⁴⁴

³⁸ <https://www.government.nl/latest/news/2015/06/30/henk-kamp-and-neelie-kroes-launch-new-digital-platform-startupdelta-org>

³⁹ Nätverken finns i New York, Boston, Silicon Valley, Tel Aviv, Finland och London. Under 2016 är målet att expandera nätverket till Asien och Latinamerika

⁴⁰ <http://www.startupdelta.org/accelerate/mentoring-network>

⁴¹ <http://www.dutchbasecamp.org/offer/dutch-startups/>

⁴² Intervju Mijke Vriens, Startup Delta 29 januari 2016

⁴³ <https://www.government.nl/topics/entrepreneurship-and-innovation/contents/room-for-enterprise>

⁴⁴ <http://www.startupdelta.org/about/press/182>

5.1.2 StartupAmsterdam

StartupAmsterdam är ett offentlig-privat handlingsprogram drivet av Amsterdam stad för att göra regionen till en av de tre främsta startup-hubbarna i Europa. Tanken är att StartupAmsterdam ska använda och förbättra de styrkor som redan finns i Amsterdam. Samtidigt ska man hjälpa acceleratorer växa, underlätta attraktion av talang, involvera multinationella företag i startup-scenen, men även att marknadsföra Amsterdams startup-community globalt. Sju personer arbetar med programmet, men mer än 500 personer, företag och organisationer är aktiva i nätverket idag.

En handlingsplan har tagits fram⁴⁵ och redan under det första året har man genomfört en rad initiativ, som att sätta upp ”startup academies” där mer än 300 personer har fått gå kurser i kodning, design och företagsutveckling.⁴⁶ Internationalisering av företagen är ofta viktigt men ses inte som ett separat fokusområde. Hitintills finns det dock ett internationaliseringsinitiativ, Startup Exchange Programme, där nederländska startups introduceras till New Yorks ekosystem av startups och vice versa.⁴⁷

⁴⁵ <https://www.iamsterdam.com/media/startups/files/startupamsterdam-plan-enfinal.pdf?la=en>

⁴⁶ <https://www.iamsterdam.com/en/business/startupamsterdam/about-startupamsterdam>

⁴⁷ Intervju Peter de Kruijk, Amsterdam in Business, 2016-02-23.

6 Brasilianska born global-företag i uppstartsfasen

Brasiliens industrialisering kan spåras åtminstone till 1930-talet. Sedan dess har industripolitiken bestått i en kombination av importsubventioner och handelsprotektionism. Resultaten var länge imponerande. I början av 1980-talet stod industrin för nära en tredjedel av Brasiliens BNP, med god spridning mellan varaktiga konsumtionsvaror, insatsvaror och kapitalvaror. Sedan dess har industrisektorns betydelse stadigt minskat. Industriproduktionen som real andel av BNP stod i princip stilla i 20 år och sedan slutet av 2013 har produktionen minskat stadigt.

Den svaga utvecklingen beror till stor del på att produktiviteten sjunkit kontinuerligt under de senaste 20 åren. Globala trender i industriproduktionen, såsom ökad integration i den internationella handeln och optimering av värdekedjorna, har i stor utsträckning gått Brasiliens industri förbi. Nästan 90 procent av mervärdet i exporten genereras inom landet. Andra faktorer har också bidragit till den låga produktiviteten i industrin, bland annat, det ineffektiva, lapptäckesliknande systemet för indirekta skatter, infrastruktursflaskhalsar i form av höga transport- och logistikkostnader samt den låga utbildningsnivån hos arbetskraften.

Från 2001 till 2012 hade Brasilien överskott i handelsbalansen, främst tack vare export från gruv- och jordbrukssektorerna. Detta vändes dock i underskott 2013–14. År 2015 påverkades importen av lägre inhemsk efterfrågan och handelsöverskottet blev 19,7 miljarder dollar, det högsta sedan 2011.

På senare år har det kommit flera förslag som går ut på att öka internationaliseringen av brasilianska företag. APEX (Brasiliens myndighet för exportfrämjande insatser och investeringar) och BNDES (den nationella banken för ekonomisk och social utveckling) har bidragit med stöd och ekonomiska incitament. BNDES stödjer företagets internationalisering genom finansiering och kapital med hjälp av obligationer eller andra värdepapper. Stöd ges även till investeringar för att expandera verksamhetens anläggningar.

Flera initiativ för att främja innovation har också tagits av federala och delstatliga regeringar. Nämnas bör skatteincitament, incitament för patentutveckling eller för forskning och utveckling, direkt ekonomiskt och finansiellt stöd samt tekniskt stöd till teknikbaserade startupföretag inom specialiserade områden som utveckling av programvara och halvledare, bioteknik, nanoteknik, alternativ energi, läkemedel, luft- och rymdfart samt kapitalvaror.

Stödet till startupföretagen har gått ut på att främja en gynnsam miljö med hjälp av både offentliga och privata organisationer. Insatserna riktar sig inte specifikt till born globalföretag, men det finns en tydlig emfas på att skapa förutsättning för alla startupföretag att få tillträde till och verka på internationella marknader.

I Brasilien finns i dag många olika typer av stöd till startupföretag i ett mycket tidigt skede. Det finns kurser i entreprenörskap vid nästan alla större utbildningsinstitut, i synnerhet handelsskolorna. Programmet Innovative Brazil, som stöds av ministeriet för forskning, teknik och innovation, MCTI, erbjuder dessutom kostnadsfria kurser på temat. Kvalitetsnivån varierar förvisso, men kurserna är ändå ett bra avstamp för nya entreprenörer. Det går också att delta i konferenser som utformats särskilt för att stödja startupföretag, till

exempel Startup Weekend som ges i flera städer, och ett flertal hackathons som stöds av brasilianska storföretag som Natura och AMBEV.

6.1 Internationalisering av startupföretag

Ett startupföretag som redan har en prototyp eller ett utkast till affärsplan kan kontakta en accelerator exempelvis The National Startup Acceleration Program, även kallat Startup Brazil. Programmet skapades av MCTI för att stödja företag som arbetar med ny teknik (www.startupbrasil.org.br). Startup Brazil har också fått liknande efterföljare på delstatsnivå som i huvudsak följer de samma upplägg.

Startup Brazil består av tre faser. Den första innefattar ackreditering av acceleratorerna, som sedan får utbildning och stöd från MCTI.

I programmets andra fas görs ett urval av startupföretag. Urvalet grundar sig på flera kriterier, till exempel affärsmodellen, de föreslagna tekniska lösningarna och medarbetarna. De startupföretag som väljs ut för att delta i Startup Brazil kommer inte sällan från andra länder, framför allt i Latinamerika. Det är också vanligt att man hittar startupföretag och accelerators som redan har starka band till investerare i olika länder.

I programmets tredje fas sker själva acceleratorsarbetet. Under en period på upp till två månader har startupföretagen tillgång till hela 200 000 real (50 000 dollar) i finansiering. De deltar också i en serie utbildningar och presenteras för kunder och investerare från både Brasilien och andra länder. I den här fasen börjar vissa startupföretag få ekonomiskt stöd antingen direkt från acceleratoren eller från marknaden i utbyte mot aktieandelar. Acceleratorn har en mycket viktig roll i att erbjuda arbetslokaler, råd om hur affärsmodell och produkter kan utvecklas samt om strategier för finansiering, marknadsföring och internationalisering.

Startup Brazil har gett imponerande resultat. Nästan 1 600 startupföretag deltog i urvalsprocessen inför de två senaste omgångarna (2014–15). Det var dock endast 94 av dessa som gick vidare. Den federala regeringen satsade bara 18 miljoner real (4,5 miljoner dollar) på dessa båda omgångar och privata investerare bidrog med 35 miljoner real (6,8 miljoner dollar). Med tanke på att MCTI:s budget uppgår till över 9 miljarder real (2,2 miljarder dollar) rör det sig således om ett väldigt begränsat program.

Startup Brazil är inte det enda alternativet för Brasiliens startupföretag. Ett annat är Anjos do Brazil (Brasiliens änglar), en ideell organisation som stödjer investerarnätverk för att utveckla startups. Många av dessa nätverk är beroende av utländska investerare och ger startupföretagen incitament att bli mer globala. Dessutom anordnas många evenemang för att underlätta kontakten med investerare både i och utanför Brasilien, till exempel Br New Tech, Brazilian Conference of Angels och Brazilian Conference of Venture Capital. Internationella investerare har en viktig roll i alla dessa initiativ. För att främja internationaliseringen ytterligare öppnade MCTI och APEX ett kontor i Silicon Valley som har som enda uppgift att underlätta kontakterna mellan brasilianska startupföretag och potentiella kunder, samarbetspartner, mentorer och investerare i regionen. MCTI och APEX stöder också andra satsningar på internationalisering: demodagar med investerare och opinionsbildare, roadshower och matchningsprojekt där internationella investerare och startupföretag kan mötas.

Ett annat viktigt initiativ som finansieras av APEX med stöd av ANPROTEC (en sammanlutning av forskningsparker och inkubatorer) är internationaliseringsprojektet Innovative Companies. Projektets mål är att underlätta matchning i över 12 länder. Bland annat

erbjuder man en stödplattform (www.land2land.com.br) för innovativa företag som vill etablera sig i innovationsmiljöer, till exempel teknikparker och inkubatorer i andra länder.

Satsningarna har lett till att många brasilianska startupföretag lyckats internationalisera sin verksamhet. Ett exempel är ZeroPaper, ett brasilianskt startupföretag som erbjuder molnbaserade bokföringstjänster för småföretag, men framför allt lösningar för hantering av investeringar. Företaget grundades 2012 och deltog i Startup Brazil. I dagsläget används de molnbaserade tjänsterna av 450 000 kunder. 2014 köptes ZeroPaper upp av den amerikanska bokföringsprogramjätten Intuit för en hemlig köpeskilling. Intuit planerar att integrera ZeroPaper i sin programvara Quick Books, som finns i Nordamerika och Europa.

Ett annat exempel på internationalisering är Treebos, ett företag som stödjer lokala bondgårdar och sunda matvanor genom gräsrotsfinansiering. När kunderna planterar ett virtuellt träd planterar Treebos ett fysiskt fruktträd någonstans i Brasilien genom sitt nätverk av bönder. Genom Treebos kan kunderna sedan följa det riktiga trädet och få hem eller sälja frukten. Treebos håller även på att expandera i USA och Europa.

Ytterligare ett exempel är Dental SOS, en underleverantör till tandläkarbranschen som erbjuder en teknik för att optimera tandläkarutrustningen så att den tar så lite plats som möjligt och tandläkaren kan utföra sitt arbete ute hos kunderna. Dental SOS har moduler och skraddarsydda lösningar för företag, skolor, hotell och köpcenter samt för sjukvård och äldreomsorg. Företagets internationella expansion inleddes i USA i fjol med stöd av APEX. Men har redan etablerat kontor i USA, men tjänsterna tillhandahålls fortfarande i sju olika städer i Brasilien och på tre språk (portugisiska, engelska och spanska).

Det finns också ett stort antal brasilianska startupföretag som nästan helt finansierats av internationella investerare. Mest välkänt är kanske NuBank, ett företag som har utvecklat en platinumkreditjänst för MasterCard som kan användas direkt i mobilen. Sedan 2013 har NuBank fått in över 500 000 ansökningar från intresserade användare. NuBank finansierades av den tidigare samarbetspartnern Sequoia Capital, en riskkapitalfirma i Silicon Valley. Företaget har även fått finansiering från andra internationella riskkapitalbolag, bland dem Tiger Global Management, Founders Fund och Kaszek Ventures. NuBanks marknadsvärde uppskattades nyligen till 500 miljoner dollar.

6.2 Avslutande kommentarer

Startupmiljön i Brasilien har byggts upp i samverkan mellan statliga myndigheter och privata organisationer. Den har skapat goda förutsättningar för internationalisering och born global-företag i uppstartsfasen. Med tanke på det ekonomiska läget och behovet av att främja produktivitet och innovation är det troligt att internationaliseringstrenden växer sig ännu starkare. Å andra sidan är programmen som riktar sig till startupföretag fortfarande relativt små och genomförs av en rad olika myndigheter och organisationer, vilket skapar samordnings- och kommunikationsproblem. Trots att vikten av internationalisering bland startupföretag ofta understryks, saknas således tydliga strategiska ramar som kan visa vägen för den här processen. Än i dag finns till exempel ingen samsyn bland Brasiliens beslutsfattare om vad ett born global-företag är, i vilken utsträckning de är önskvärda och hur man ska utvärdera åtgärder som syftar till att främja internationalisering.

7 I Kanada är born globals högaktuellt

I USA lyser debatten kring ”born globals” med sin frånvaro. Detta är inte särskilt förvånande då amerikanska teknikföretag i princip uteslutande har USA som sin första marknad och landet räcker länge som plattform för att växa företaget. God tillgång till talang, användare, externa samarbetspartners och kapital gör att företag i princip uteslutande expanderar inom landet för att sedan hitta vägar vidare internationellt i ett senare skede.

I grannlandet i norr, Kanada, är dock ”born globals” högaktuellt; det har sedan länge funnits en devis att Kanada endast räcker för att starta företaget, men att kanadensiska företag i tillväxtfasen tidigt måste söka sig till amerikanska innovationshubbar såsom Silicon Valley och Boston/Cambridge för att bibehålla sin expansionstakt. Den normala accelerationsmodellen för nystartade, kanadensiska teknikföretag med stor potential är att i ett tidigt skede öppna en amerikansk filial dit delar av ledningen flyttar, inte minst de med ansvar för frågor kring riskkapitalförsörjning och externa partnerskap. Många gånger behåller, åtminstone till en början, det kanadensiska företaget sin teknikutvecklingsbas i Kanada. Kanadensiska beslutsfattare, såväl lokala, regionala som nationella, ser dock detta som ett hot då de kanadensiska start-up-företagen i ett senare skede riskerar att expandera verksamheten i USA istället för i Kanada.

Kanadas ekonomi går relativt tungt då de internationella råvarupriserna sjunkit kraftigt de senaste åren vilket påverkat kanadensisk export negativt och försvagat den kanadensiska dollarn, inte minst mot den amerikanska dollarn. Kanada fick en ny regering den 4 november 2015 då Justin Trudeau från Liberal Party blev premiärminister. I Trudeaus ”Ministerial Mandate Letter” till närings- och innovationsministern Navdeep Bains står det följande kring små- och medelstora företag;

”Develop an Innovation Agenda that includes: expanding effective support for incubators, accelerators, the emerging national network for business innovation and cluster support, and the Industrial Research Assistance Program. These investments will target key growth sectors where Canada has the ability to attract investment or grow export-oriented companies.”⁴⁸

Denna ”Innovation agenda” har ännu inte presenterats, dock finns det redan från nationellt håll ett antal befintliga insatser för att stödja export för kanadensiska små- och medelstora företag allmänt.⁴⁹ Särskilda nationella insatser för born globals har dock inte identifierats i denna studie utan förefaller snarare hanteras av lokala och regionala aktörer, många gånger av både offentliga och privata aktörer. Offentliga beslutsfattare motiveras normalt av att stärka stadens/regionens varumärke, skapa arbetstillfällen med högt förädlingsvärde och därmed goda skatteintäkter samtidigt som de privata aktörerna söker avkastning på investerat kapital.

Härnäst redogörs kort för Toronto-Waterloo-regionen samt ett par intressant nedslag kring insatser som riktar sig, direkt eller indirekt, till born globals.

⁴⁸ <http://pm.gc.ca/eng/minister-innovation-science-and-economic-development-mandate-letter>

⁴⁹ Färre än 250 anställda och omsättning på mellan 200 000 och 50 miljoner kanadensiska dollar (1,2 miljoner SEK till 300 miljoner SEK) är en vanligt förekommande definition.

7.1 Toronto och Waterloo i Ontario

En av de mest intressanta platserna ur ett born global-perspektiv i Kanada är Toronto-Waterloo-regionen (GTA-KW)⁵⁰ i Ontario; Toronto, som är ett finansiellt centrum och utbildnings- och forskningscentrumet Waterloo en dryg timmes bilfärd. GTA-KW har tillsammans drygt sex miljoner invånare, 30 procent av landets universitetsstudenter och majoriteten av landets huvudkontor, merparten av Kanadas näringslivsfinansierade forskning- och utveckling och landets centrum för kapitalförsörjning och kunskaps-intensiva tjänster. Tiotusentals utexaminerade studenter och entreprenörer har dock lämnat GTA-KW för karriärer i Silicon Valley, Seattle och Los Angeles bara de senaste åren, vilket besvärar företrädare i regionen.

Paul Graham medgrundare till en av världens mest framgångsrika acceleratorer, Y Combinator med säte i Silicon Valley, framhåller Waterloo som en av de allra största talangfabrikerna globalt; *“Something is going on in Waterloo, because the applications we get from Waterloo students are better than those we get from students of any other university”*.⁵¹ Lazaridis School of Business and Economics vid Wilfrid Laurier University, också i Waterloo, rankas på 24:e plats i datavetenskap i världen och på 20:e plats i matematik och är, något förvånande, det lärosäte som förser Silicon Valley med flest anställda efter lokala Stanford University i centrum av Silicon Valley.⁵²

Trots ett stort utflöde av talang till USA efter examen så har GTA-KW ungefär 4000 aktiva tech-startups, dock ännu inte någon egenproducerad ”unicorn”⁵³ på referenslistan. Toronto har dock filialkontor för övriga kanadensiska unicornföretagen Shopify, Kik, Hootsuite och D2L.

Serieentreprenören Mark MacLeod beskriver Torontos erbjudande så här:

*“We have really great talent, low cost to build (part of that is thanks to the tax credits; part of it is the currency, and) we find and serve our customers from all over the world.”*⁵⁴

Som ett arbete för att stärka GTA-KW har offentliga och privata aktörer i regionen gått samman och skapat ”Toronto-Waterloo tech corridor”, även kallad ”innovation highway”.

Nedan listas några aktörer som förknippas med born globals i GTA-KW-regionen:

OMERS Ventures – en av de största finansörerna av nystartade företag i Kanada är Ontario Municipal Employees Retirement System pension fund, OMERS, som förvaltar pensionsmedel för knappt en halv miljon nuvarande eller tidigare offentligt anställda (drygt 400 miljarder kronor). OMERS Ventures, är en del av OMERS, dedikerad till innovativa nystartade företag inom teknik (mjukvara, hårdvara, mobil, miljöteknik och e-hälsa), media (digital media och annonsering, social media) och telekommunikation (nätverk och infrastruktur). OMERS Ventures är en av få kanadensiska aktörer som kan göra enskilda

⁵⁰ Det finns ingen gemensam definition för regionen, en definition som är vanligt förekommande när frågan gäller digitala industrier, forskning, utbildning och innovation är GTA-KW som betyder Greater Toronto Area och Kitchener-Waterloo.

⁵¹ <http://www.geektime.com/2015/11/22/tech-heavy-waterloo-punches-above-its-weight-in-canada/>

⁵² <http://www.geektime.com/2015/11/22/tech-heavy-waterloo-punches-above-its-weight-in-canada/>

⁵³ Unicorn är samlingsnamnet på tämligen nystartade teknikföretag som erhåller en bolagsvärdering över 1 miljard dollar. Stockholm har näst flest ”unicorns” per capita efter Silicon Valley med Skype, Spotify, Mojang, Klarna och King på knappt miljonen invånare.

⁵⁴ <http://www.theglobeandmail.com/technology/torontos-tech-startup-scene-in-a-blossom-state/article28755915/>

investeringar motsvarande 120 miljoner svenska kronor.⁵⁵ OMERS Ventures investeringsfilosofi är att gå in tidigt i företag med stor potential i en stor befintlig marknad eller en omogen marknad som bedöms bli stor.⁵⁶

OneEleven ”community of high-growth data-driven startups” – en accelerator i centrala Toronto som öppnades i slutet 2013 som fokuserar på ”Data-Driven Entrepreneurs”. OneEleven är strategiskt förlagd i samma byggnad som Google Canada och utgör den östra utposten av Toronto-Waterloo ”tech corridor”. Finansiärer bakom OneEleven är OMERS Ventures (riskkapitalförsörjning), Ontario Centres of Excellence (kommersialiseringskunnande) och Ryerson University är akademisk partner.⁵⁷

C100 Association – en icke-vinstdrivande organisation vars avsikt är att föra samman kanadensiska entreprenörer i Kanada med kanadensiska entreprenörer som valt att flytta till Silicon Valley. C100 försöker underlätta för kanadensiska born globals att ta sig till Silicon Valley. C100 största insats under året är intensivprogrammet ”48 Hours in the Valley” som arrangeras två gånger per år. Varje omgång deltar 20 kanadensiska företag. Urvalskriterier är att företaget ska ha tagit in pengar (serie A), ha en fungerande produkt med aktiva användare, påvisat signifikant tillväxtpotential och ha minst en grundare som är kanadensare (<http://www.thec100.org/>).

7.2 Avslutande kommentarer

Kanada har länge brottats med utflöde av talang till inte minst USA:s starka innovationshubbar som Silicon Valley och Boston/Cambridge. Den nyttillträdde regeringen har deklarerat att en ”Innovation Agenda” ska lanseras där insatser för små- och medelstora företag med stor tillväxtpotential är en viktig del.

Runtom i Kanada sker det lokala och regionala insatser för att förstärka den regionala attraktionskraften. Toronto-Waterloo bedöms vara den region som har allra bäst förutsättningar för att ta upp kampen med innovationshubbarna i USA. Toronto är landets finansiella centrum och har en stor del av landets tjänstesektor, såsom kunskapsintensiva tjänster och huvudkontorsfunktioner. I grannstaden Waterloo finns några av världens bästa utbildnings- och forskningsmiljöer, vilka försett inte minst Silicon Valley med talang under årtionden. För att stärka Toronto-Waterloos attraktionskraft har ”Toronto-Waterloo tech corridor” skapats. Detta är nästintill ett stadsomvandlings/infrastrukturprojekt som bygger på att innovation uppstår när aktörer är samlokaliserade. Ett exempel på detta är OneEleven, en accelerator startad 2013 för ”high-growth data-driven startups”, redan med en imponerande lista ”hyresgäster” och alumner. Pensionsfonden Ontario Municipal Employees Retirement System pension fund, OMERS, har en verksamhet vid namn OMERS Ventures som uteslutande satsar på expansiva teknikföretag med hög tillväxtpotential. Förändring av beskattning av utländskt riskkapital anses också ha bidragit till det förbättrade klimatet för innovativa snabbväxare i Kanada.

Alla är dock inte nöjda med utvecklingen, exempelvis C100 Association med ”48 Hours in the Valley” försöker underlätta för kanadensiska entreprenörer att flytta till Silicon Valley genom att föra samman dem med de som redan gjort flytten.

⁵⁵ <http://www.theglobeandmail.com/technology/torontos-tech-startup-scene-in-a-blossom-state/article28755915/>

⁵⁶ Se <https://www.crunchbase.com/organization/omers-ventures#/entity> för löpande information OMERS Ventures investeringar.

⁵⁷ <http://www.techvibes.com/blog/omers-ventures-oneeleven-2013-11-27>

Tillväxtanalys, myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser, är en gränsöverskridande organisation med 60 anställda. Huvudkontoret ligger i Östersund och vi har verksamhet i Stockholm, Brasilia, New Delhi, Peking, Tokyo och Washington D.C.

Tillväxtanalys ansvarar för tillväxtpolitiska utvärderingar, analyser och internationellt kontaktskapande och därigenom medverkar vi till:

- stärkt svensk konkurrenskraft och skapande av förutsättningar för fler jobb i fler och växande företag
- utvecklingskraft i alla delar av landet med stärkt lokal och regional konkurrenskraft, hållbar tillväxt och hållbar regional utveckling

Utgångspunkten är att forma en politik där tillväxt och hållbar utveckling går hand i hand. Huvuduppdraget preciseras i instruktionen och i regleringsbrevet. Där framgår bland annat att myndigheten ska:

- arbeta med omvärldsbevakning och policyspaning och sprida kunskap om trender och tillväxtpolitik
- genomföra analyser och utvärderingar som bidrar till att riva tillväxthinder
- göra systemutvärderingar som underlättar prioritering och effektivisering av tillväxtpolitikens inriktning och utformning
- svara för produktion, utveckling och spridning av officiell statistik, fakta från databaser och tillgänglighetsanalyser
- tillhandahålla globala mötesplatser och främja internationellt kontaktskapande inom tillväxtpolitiken

Svar Direkt:

Här redovisar Tillväxtanalys de uppdrag myndigheten får i dialog med våra uppdragsgivare och som ska redovisas med kort varsel.

Övriga serier:

Rapportserien – Tillväxtanalys huvudsakliga kanal för publikationer.

Statistikserien – löpande statistikproduktion.

PM – metodresonemang, delrapporter och underlagsrapporter är exempel på publikationer i serien.