

Apresenta:

Gestão de  
**VALOR**

Patrocínio:

**FIESC**

# UM MERCADO DE DIMENSÃO GLOBAL

**INTERNACIONALIZAÇÃO É UMA** alternativa para diversificar fontes de receita e reduzir risco do negócio, porém a maior parte das empresas esbarra na falta de conhecimento para dar o primeiro passo no exterior

**LARISSA LINDER**

larissa.linder@diariocatarinense.com.br

**R**ecentemente, em uma visita a Santa Catarina, o interino do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC), Fernando Furlan, falou com empresários sobre saídas para os negócios. A palavra que ele repetiu sem parar foi exportação. Com um cenário econômico nacional fraco, o jeito é vender para fora do país.

Não é só quando o mercado interno vai mal, entretanto, que os empresários devem dar atenção a outros países. A internacionalização é uma maneira de não depender apenas da economia brasileira e, assim, reduzir riscos. Se por aqui o cenário não estiver bom, haverá outros mercados para garantir os lucros.

— Sempre, sempre, sempre é hora de olhar para fora — enfatiza Marlise Alves Silva, professora do curso de Relações Internacionais da ESPM-Sul.

Para se ter uma ideia, as microempresas e negócios de pequeno porte brasileiros representaram 59,4% das companhias exportadoras do país em 2014 e essas transações somaram R\$ 2 bilhões. O valor foi 1% menor do que no ano anterior, conforme informações do Sebrae. No entanto, a participação delas no total das exportações brasileiras subiu de 0,77%, em 2013, para 0,82%, em 2014. E há espaço para avançar.

Contudo, para começar a pensar em outros países, o empreendedor deve estudar e entender o novo território em que está pisando. De acordo com Gabriel Santos, coordenador da incubadora Midi Tecnológico, é preciso se fazer algumas perguntas básicas antes de iniciar o processo: há serviços similares ao meu neste mercado? Como são esses concorrentes? Que diferenciais tem o

meu produto? Minha entrada em outro país vai exigir um investimento que vai valer o retorno?

Os empreendedores brasileiros que querem se internacionalizar enfrentam uma velha conhecida do país: a burocracia. Exportar, por exemplo, custa pilhas de carimbos e papéis, além de tempo. Fora isso, outras questões travam a internacionalização das empresas por aqui.

— Há um problema cultural. Muitas empresas não têm, por exemplo, muitas pessoas que falem inglês — diz Santos.

Um levantamento feito em 2014 pela Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec) revelou outros obstáculos. Entre os maiores, estão a falta de recursos financeiros e a dificuldade em estabelecer parcerias.

## PROGRAMA APOIA QUEM QUER COMEÇAR

A necessidade de promoção dos produtos também foi uma das questões mais indicadas, juntamente com a necessidade de assessoria jurídica em questões relacionadas a registro de marcas e patentes, procedimentos de pagamentos e recebimentos, fora outras questões legais.

É nessa hora que entra a Apex. Em Santa Catarina, a agência é representada pela Fiesc, que apoia empresas em ações de adequação de produtos a normas e padrões internacionais.

No programa Start Export, por exemplo, focado em pequenas e médias empresas, a Fiesc ajuda a realizar um diagnóstico, treinamentos, desenvolvimento e execução de plano de ação voltado à exportação. Além disso, dá assessoria permanente de profissionais especializados em comércio exterior, facilita a participação em feiras internacionais e fomenta parcerias.

“

O mais difícil é começar do zero. Aqui no Brasil já sabemos como funciona, que temos o SUS, temos os planos de saúde etc. Quando vamos para outro país, precisamos conhecer todo o ambiente, inclusive regulatório.

**JOSÉ HAMILTON**  
Fundador da Youper

# Startup planeja transferir a sede para os Estados Unidos

A startup catarinense Youper levou a sério a velha frase “enquanto uns choram, outros vendem lenços”. O produto, uma plataforma digital para ajudar pessoas a superar timidez e ansiedade social, tem um público potencial vasto. De acordo com o psiquiatra e criador do produto José Hamilton, há cerca de 20 milhões de pessoas com esses problemas apenas no Brasil. No mundo, em torno de 12% sofrem com o problema.

A ideia da plataforma é funcionar para o usuário como um passo antes da procura pela psicoterapia ou até ser uma ferramenta para atuar de forma conjugada com as visitas ao psicoterapeuta. Nas palavras do fundador, é uma “evolução da autoajuda”.

Em três meses de vida, o Youper já contava com mil downloads. Após o lançamento global, neste ano, o número saltou para 5 mil. Por isso, a empresa mal nasceu e já está com visto carimbado e passaporte pronto para sair do Brasil. O destino é Nova York.

— Vamos nos fixar por lá para entender melhor o mercado, firmar parcerias, conversar com planos de saúde e buscar investidores — diz Hamilton.

Com apenas três pessoas, a operação de mudança não traz muitos entraves. Mas antes de pensar em atuar em outros países, Hamilton foi atrás de forma-

ção. Fez cursos online gratuitos e pagos, pesquisou e estudou mercados.

— O mais difícil é começar do zero. Aqui no Brasil já sabemos como funciona, que temos o SUS, temos os planos de saúde etc. Quando vamos para outro país, precisamos conhecer todo o ambiente, inclusive regulatório — explica o fundador.

Apesar das diferenças culturais serem algo a se levar em conta quando algum produto vai para países diferentes, Hamilton explica que, no caso do Youper, não houve necessidade de adaptações.

— É incrível, mas o ser humano é muito parecido em certos aspectos, independentemente do país. Recebemos mensagens da Índia, de Israel, de países árabes, todas de pessoas com o mesmo problema. Nossos medos, em alguma medida, são muito parecidos — diz Hamilton.

Para atrair os clientes, a plataforma conta com uma versão preliminar gratuita. Se agradar, o serviço pode ser contratado com um pagamento mensal. Os próximos passos serão ampliar a oferta de soluções de acordo com os anseios do público.

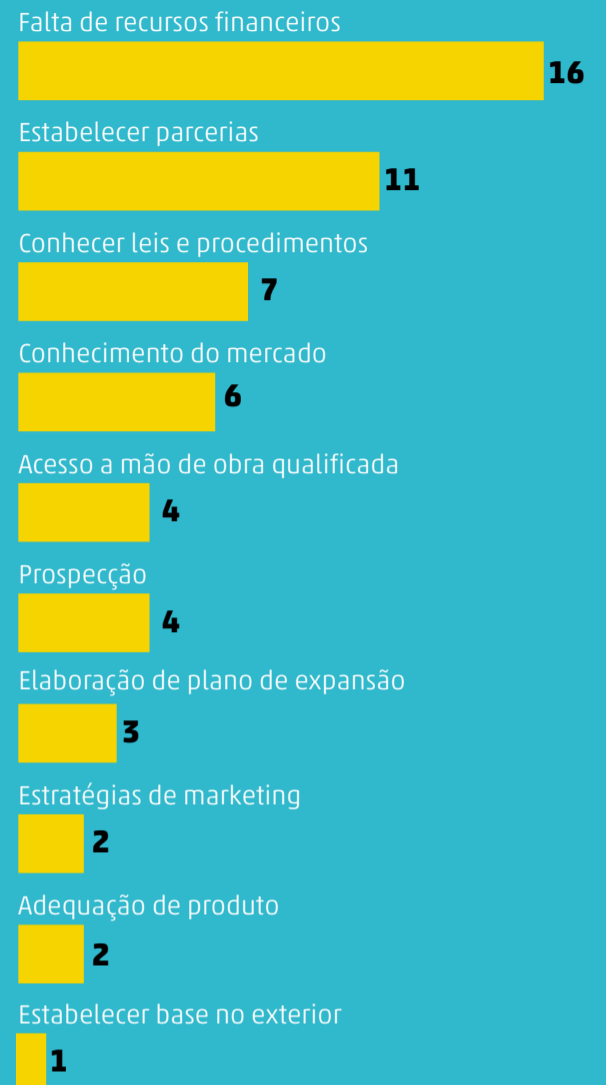
— Estão nos pedindo muito coisas relacionadas a síndrome do pânico e depressão. Devemos seguir por aí — conta o fundador.

Diego Dotta (E) e José Hamilton planejam mudança da Youper para os EUA



CRISTIANO ESTRELA

## AS PRINCIPAIS DIFICULDADES PARA INTERNACIONALIZAR EMPRESAS



## NECESSIDADES DE APOIO PARA PROMOÇÃO E CONCRETIZAÇÃO DE NEGÓCIOS

