



Berlim, 12 de julho de 2020

Internacionalização e o soft-landing

O que você com certeza não quer fazer ao internacionalizar a sua empresa no exterior é se espatifar de cara. Isto seria um *hard-landing*. No *hard-landing* você não conta com o apoio de ninguém. Você vai por conta própria e seja o que Deus quiser.

Você vai na cara e na coragem. Pode até dar certo, mas o risco é alto. Em todo caso sai caro, porque você paga pelos erros que você comete. Seja por falta de conhecimento do mercado específico, seja por falta de estrutura.

Uma possibilidade de mitigar os riscos de uma internacionalização se chama *soft-landing*. *Soft-landing* significa pouso suave.

No contexto da internacionalização compreende-se a chegada em um ambiente externo sem sofrimento de um impacto brusco. A empresa que executa um *soft-landing* aterrissa no ambiente internacional sem dificuldade e sem sofrer danos.

Um dos principais riscos a serem mitigados é o desconhecimento das peculiaridades específicas no mercado alvo. Isto se chama de inteligência contextual. Imagine você não saber onde esta pisando.

Mercados distintos tem peculiaridades distintas. Os conhecimentos específicos de como funciona aquele mercado lhe protegem de cometer erros. Tais erros obviamente impactam economicamente no seu negócio.

Outro aspecto é a comunicação. Tivemos recentemente duas reuniões consecutivas, uma com um canadense e outra com um brasileiro.

Na reunião com o canadense foi "pá, pá, pá, pum". Em 15 minutos havíamos discutido todos os pontos relevantes e chegado ao resultado. A reunião entre brasileiros demorou 45 minutos para chegar a um resultado igualmente positivo.

Não estou dizendo que um é melhor ou pior. É simplesmente diferente. É necessário adaptar a sua conduta ao ambiente específico para dominar os diversos ambientes.

Mas também existem equívocos que emanam do complexo de vira-lata em algumas cabeças. Escutamos há um tempo atrás: brasileiros não querem fazer internacionalização ou soft-landing com outros brasileiros! Eles preferem fazer isto em um ambiente estrangeiro.

Havíamos buscado o contato com aquela pessoa na sequência de uma projeto brasileiro de internacionalização que aconteceu aqui em Berlim. Percebemos até que a pessoa se sentiu incomodada, adotando uma postura agressiva e debochada durante todo o contato.

Aparentemente fomos percebidos como concorrência ou estávamos perturbando os planos daquela pessoa.

Ou foi pelo estudo que elaboramos para medir os resultados daquele evento. O estudo apresentou potencial para diversas melhoras, evidenciadas através de depoimentos executivos.

É óbvio que uma estrutura brasileira de internacionalização consegue entender melhor os empresários brasileiros e desenvolver soluções sob medida para atender a demanda empresarial.

Agora, negar isto de cara, só evidencia a falta de habilidade daquele profissional e demonstra as deficiências de certas entidades brasileiras em matéria de internacionalização.

Em sua essência o *soft-landing* precisa ser efetivo e ao mesmo gerar uma situação de conforto ao empresário.

Nada como um ambiente brasileiro do outro lado do mundo. O empresário inclusive pode trocar idéias e experiências com as demais empresas instaladas no *cluster* empresarial brasileiro em Berlim para a identificação de melhores práticas.

Anterior ao *soft-landing* também é possível fazer uma imersão. O empresário pode se instalar em nosso *co-working*, elaborar uma agenda local e nós apoiamos com uma assessoria periódica. Isto permite uma avaliação prévia do ambiente de internacionalização.

Em suma, um *soft-landing* é essencial para que o brasileiro não tenha uma aterrissagem turbulenta no ambiente de internacionalização.

Tenha um pouso suave e internacionalize com quem entende.

A Europa espera por você no CEBRAS!

Paulo Henrique Boelter,
Diretor Executivo do CEBRAS