

# DEZVOLTARE

locale. E o curbă de învățare necesară pentru orice start-up“, spune Rucsandra Hurezeanu, antreprenoarea care deține producătorul român de dermatocosmetice Ivatherm. Produsele realizate cu apă termală de la Herculane sunt astăzi prezente în circa 20 de țări.

Excepție de la acest mod de gândire au făcut și fac în continuare antreprenorii din tehnologie, care încă de la început își creionează afacerile pentru a deservi o piață globală. UiPath, Bitdefender și FintechOS sunt doar câteva exemple care au și reușit în acest sens. În realitate însă, numărul companiilor de tech pornite din România și care acoperă prin operațiunile lor mai multe piețe e mult mai mare. Diferența vine din modelul de business, din modul de operare și din context.

**PĂSTREAZĂ  
TALENTELE  
ÎN ȚARĂ!**

Există totuși și antreprenori din alte sectoare care au avut vise mari încă de la început, iar Eliodor Apostolescu este unul dintre ei. El este proprietarul companiei Phoenix Y, producătorul pufuleților Gusto, unul dintre cei mai mari jucători de pe piața de profil.

Eliodor Apostolescu a luat calea antreprenoriatului încă din anii '90, când era student. El și-a deschis un mic business prin care vindea înghețată,



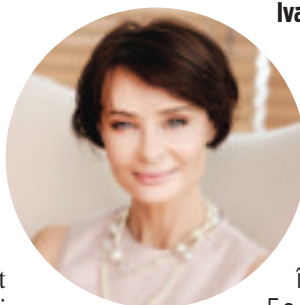
**ELIODOR APOSTOLESU, fondator, Phoenix Y:** Ideea expansiunii globale mi-a venit (...) acum 27 de ani. Am crezut în ideea mea, am crezut în produs și am intuit că am reușit să creez un bun ce ar putea fi apreciat pe tot globul. Distanța în timp însă de la momentul în care am avut această idee și până am reușit să vând primele produse la export a fost mare și asta doar pentru că la început aveam entuziasm, dar zero resurse materiale. Iar pentru expansiune globală ai nevoie de investiții pe care le-am realizat în timp.

iar în trei ani a ajuns la o companie cu 25 de angajați. Însă, fiind un business sezonier, după terminarea facultății s-a îndreptat către un alt segment și anume producția de pufuleți, pentru a putea avea venituri pe tot parcursul anului.

„Ideea expansiunii globale mi-a venit în momentul în care am reușit să stabilizez procesul tehnologic de extrudare, care a condus la realizarea pufuleților Gusto, adică acum 27 de ani. Am crezut în ideea mea, am crezut în produs și am intuit că am reușit să creez un bun ce ar putea fi apreciat pe tot globul. Distanța în timp însă, de la momentul în care

**ÎNCURAJEAZĂ  
INVESTIȚIILE!**

**RUCSANDRA HUREZEANU, fondator, Ivatherm:** Când am creat Ivatherm, acum 15 ani, nu îmi imaginam că va deveni un brand global. Internaționalizarea a început abia la 10 ani de la lansare. Comerțul internațional cere multe resurse financiare și umane. Nu recomand brandurilor să se extindă rapid, înainte de cucerirea pieței locale. E o curbă de învățare necesară pentru orice start-up.



am avut această idee – adică la trei ani de la înființarea companiei – și până am reușit să vând primele produse la export a fost mare și asta doar pentru că la început aveam entuziasm, dar zero resurse materiale. Iar pentru expansiune globală, ai nevoie de investiții pe care le-am realizat în timp.“ Astăzi, compania e prezentă pe mai bine de 30 de piețe, exportând peste jumătate din tot ce produce.

Astfel, pentru a reuși peste hotare e nevoie de răbdare și de perseverență. Acesta este sfatul pe care antreprenorul Eliodor Apostolescu l-ar da unui tânăr la început de drum, să nu se grăbească.

Să reușești întâi acasă și abia apoi să te extinzi peste hotare! Să mergi cu pași mici și să nu cauți câștiguri imediate! Să te bazezi pe



**ANDREI GEMENEANU, cofondator al Morphosis Capital:** În România sunt multe afaceri care se pot transforma în jucători globali, iar faptul că avem companii românești care au decis să realizeze tranzacții peste graniță poate reprezenta un semn al maturității acestora și a pieței locale în general. Sper ca acest trend să continue și în anii următori și să ajungem în punctul în care astfel de tranzacții să devină o normalitate pentru companiile din România.

forțe proprii mai înainte de orice altceva! Acestea sunt câteva dintre lecțiile pe care le „predau“ antreprenorii care au reușit să iasă peste graniță și să dezvolte pe alte piețe afaceri stabile, cu rezultate financiare importante.