

INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS DO SETOR DE *SOFTWARE*: OS CASOS DA TOTVS E DA STEFANINI

LIBRELOTTO, Ana Verônica¹; DAL-SOTO, Fábio², ALVES, Juliano Nunes², SANTOS, Rozali Araújo dos²

Palavras-Chave: Internacionalização. Investimento direto estrangeiro. Indústria de *software*.

A internacionalização de uma empresa pode ser definida como qualquer atividade exercida visando expandir suas operações além de sua nação de origem, o que engloba transações (comercialização de produtos, marcas e patentes), investimentos diretos (abertura de fábricas, escritórios de serviços e *joint ventures*) e projetos especiais (HRDLICKA *et al.*, 2008)³. Nesse sentido, o presente trabalho descreve o processo de internacionalização da TOTVS e da Stefanini, as quais atuam no setor de *software*, através das principais ações adotadas em direção ao mercado externo. Os dados do estudo, de caráter qualitativo e descritivo, foram obtidos a partir de entrevistas semiestruturadas realizadas *in loco* e complementados por dados secundários publicados nos *websites* das empresas e jornais. Com base na literatura e na análise da entrevista, é possível entender o funcionamento e o porquê que as empresas TOTVS e Stefanini atingem tantos países fora do Brasil. A TOTVS iniciou seu trabalho com um escritório que tinha como intuito prestar serviços gerais na área de informática. Com o tempo, a TOTVS começou a se internacionalizar e cresceu no setor de *software*, levando sempre em conta sua origem, desenvolvimento e comercialização do direito de uso de aplicativos caracterizados como ERPs (Planejamento de Recursos Empresariais) ou sistemas de gestão empresarial, principalmente voltados para empresas de pequeno e médio porte. Já a Stefanini iniciou seus trabalhos como uma empresa de treinamentos que, ao longo do tempo, foi crescendo e melhorando a atuação no desenvolvimento e manutenção de sistemas. A partir disso, a Stefanini foi se aprimorando e buscando novos conhecimentos na área, especialmente no desenvolvimento de soluções customizadas para sistemas e aplicativos, criando assim uma fábrica de *software*. A Stefanini começou sua expansão em alguns países da América Latina e logo foi se expandindo para outros mercados, como Estados Unidos, Itália, Índia, Espanha, Portugal, totalizando 30 países. Para crescer internacionalmente, a Stefanini foi comprando empresas que estão ligadas ao setor de *software* e Tecnologia de Informação (TI) e que pudessem aprimorar o seu trabalho. Desta forma, consegue-se notar o quão importante é a internacionalização, pois, cria novas oportunidades para a empresa e é vantajosa, no sentido em que melhora o posicionamento junto aos clientes multinacionais e globais e, ao mesmo tempo, acaba apoiando essas multinacionais brasileiras no exterior.

¹Acadêmica do Curso de Administração da Universidade de Cruz Alta (UNICRUZ) e bolsista PIBIC/UNICRUZ; aninha15_05@hotmail.com

²Professor(a) do Curso de Administração da UNICRUZ.

³HRDLICKA, H. et al. Internacionalização de uma empresa familiar na área de eletromedicina: Fanem. In: VASCONCELLOS, E. (Coord.). **Internacionalização, Estratégia e Estrutura**: o que podemos aprender com o sucesso da Alpargatas, Azaléia, Fanem, Odebrecht, Voith e Volkswagen. São Paulo: Atlas, 2008.