



A INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS BRASILEIRAS DO SETOR DE SOFTWARE À LUZ DA PERSPECTIVA CO- EVOLUCIONÁRIA

MACHADO, Caroline Rosa¹; WALLAU JUNIOR, Gilmar Azeredo²; TELOCKEN, Suelen Geíse³; DAL-SOTO, Fábio⁴.

Palavras-chave: Internacionalização de Empresas. Setor de Software. Mercados Emergentes.

INTRODUÇÃO

Internacionalização é “o processo de compreensão do planejamento estratégico e sua relativa implantação, para que uma empresa passe a atuar em outros países diferentes daquele no qual está originalmente instalada” (CINTRA; MOURÃO, 2007, p. 2). O objetivo deste estudo é analisar o caminho de internacionalização percorrido por empresas da indústria de software, originadas em um contexto emergente, por meio da perspectiva co-evolucionária. Logo, propõe-se discorrer como as empresas TOTVS e Stefanini se internacionalizaram sob uma ótica dinâmica de análise.

No Brasil, este processo iniciou-se na década de 1990, junto à abertura da economia. Assim, as empresas de países emergentes, como as brasileiras, precisaram se adaptar para sobreviver e para ganharem competitividade no mundo globalizado. A internacionalização deve ser vista como um meio essencial para o aumento do poder competitivo internacional das empresas, promovendo o desenvolvimento de países emergentes e facilitando o acesso a recursos e mercados (CORRÊA; LIMA, 2006).

METODOLOGIA E/OU MATERIAL E MÉTODOS

Esta pesquisa está inserida no contexto de internacionalização, com o objetivo de analisar a trajetória das empresas da indústria de software, em um contexto emergente. No campo empírico, foram pesquisadas duas empresas brasileiras de expressão significativa na indústria do software, TOTVS e Stefanini, devido aos seus avanços no mercado interno, à

¹ Acadêmica do Curso de Administração – UNICRUZ – carolinermachado@outlook.com

² Acadêmico do Curso de Administração – UNICRUZ – gilmar_wallaujunior@hotmail.com

³ Acadêmica do Curso de Administração – UNICRUZ – steloken@unicruz.edu.br

⁴ Professor do Curso de Administração – UNICRUZ – fsoto@unicruz.edu.br



participação internacional e à capacidade empreendedora, ambas originadas em um contexto de mercado emergente. Acredita-se que o estudo destas empresas, que passam pelo processo de internacionalização, pode fornecer *insights* importantes, a partir da análise das trajetórias baseadas na perspectiva co-evolucionista (ROCHA et al., 2013; DIB et al., 2010).

Os dados foram coletados a partir de entrevistas, pesquisa nos sites das empresas e em publicações existentes e foram analisadas de acordo com as suas características e da indústria de software, com o objetivo de compreender e analisar como se deu a evolução da trajetória de internacionalização da TOTVS e da Stefanini. Assim, optou-se pelo método de estudo de caso longitudinal de natureza qualitativa (EISENHARDT, 1989; LEONARD-BARTON, 1990; YIN, 2005). As trajetórias foram abordadas em três fases de evolução: condicionamento, experiência e expansão.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Em geral, a indústria de software tem seu ambiente marcado pela segmentação de mercado. No início da década de 1990, com um marco de liberação econômica, a indústria de software brasileira começa a se internacionalizar, embora algumas empresas já conduzissem operações no exterior, especialmente através de exportação. Esta inserção internacional da indústria de software ocorreu juntamente com os avanços da globalização e outros fatores externos (Oviatt & McDougall, 1994).

Os resultados mostram que a interação entre fatores internos e externos das empresas permeia suas fases de evolução, às vezes prevalecendo as fontes internas de recursos e, por vezes, a dinâmica da indústria para tomada de decisões em relação à expansão internacional.

A fase de condicionamento se refere ao crescimento doméstico até a primeira inserção internacional. Fundada em 1989, a antiga Microsiga, atual TOTVS, cresceu à sombra da reserva de mercado praticada pelo país neste período. Na década de 1990, a empresa projetou uma nova estratégia com base no sistema de franquia, com o objetivo de alcançar a liderança no mercado brasileiro. Esta estratégia permitiu à empresa rapidamente fornecer serviços em todo o país, bem como fortalecê-la para o aumento da concorrência registrado com o fim da reserva de mercado, em 1992.

A Stefanini, por sua vez, foi fundada em 1987 e é caracterizada como uma das maiores empresas brasileiras de prestação de serviços de tecnologia da informação. Esta empresa



iniciou suas atividades como uma empresa de treinamento e só em 1994 começou o desenvolvimento de soluções personalizadas para o sistema e aplicativos através de uma fábrica de software.

Contudo, a fase de experiência detalha os movimentos iniciais da internacionalização, onde desde sua construção das bases no mercado interno, a TOTVS e a Stefanini foram propriamente inseridas no mercado internacional no mesmo período, na década de 1990. Motivado por este crescimento e o aumento da concorrência no ambiente da indústria de software nacional, as duas empresas se lançaram em busca de novos mercados. No caso da TOTVS, as motivações para internacionalização surgiram de uma parceria com a IBM (International Business Machines – empresa da área de informática americana), para a avaliação de um software dinamarquês, que, embora com baixa aceitação pelo mercado brasileiro, despertou a necessidade de internacionalização. Da mesma forma, a Stefanini percebeu que, com a entrada de concorrentes estrangeiros no Brasil, uma alternativa consistia em explorar o mercado no exterior.

Após a fase de experimentação em seus processos de internacionalização, a TOTVS e a Stefanini deram início a fase de expansão, onde programaram ações de forma estratégica no mercado internacional, através de atividades com maior comprometimento com o mercado externo ou através da entrada em mercados mais distantes. Baseado em algumas experiências já consolidadas em alguns mercados, as duas empresas melhor posicionaram-se em cenários nacionais e internacionais. Isso também ocorreu devido à capacidade empreendedora, que integrado aos avanços da globalização do mercado e os reflexos positivos na indústria de software, obtiveram lucro e sucesso dos recursos acumulados e oportunidades nos mercados explorados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS OU CONCLUSÃO

Os motivos que levam uma empresa a ingressar no mercado externo podem ser agrupados em dois fatores: internos, que são aqueles de origem na empresa (características, recursos, objetivos e estratégias da empresa) e externos que são aqueles de origem no macroambiente (pedidos vindos do exterior, apoio governamental do país de origem ou dos hospedeiros etc.) (MARINHO e PIRES, 2002). As relações entre os recursos internos das



empresas TOTVS e Stefanini e os fatores do ambiente externo foram importantes para as decisões relativas ao processo de internacionalização das empresas estudadas.

Sob a perspectiva co-evolucionista, esse processo é resultado do desenvolvimento de negócios internacionais, recursos organizacionais e influência das indústrias. Assim, as escolhas gerenciais tornam-se relevantes sobre os recursos disponíveis juntamente com a pressão imposta pelo ambiente. Ao observar o processo de internacionalização das empresas analisadas, é possível ressaltar que as condições externas estavam à disposição de todas as empresas. Sendo assim, a decisão de usar destas ferramentas para iniciar as operações em mercados estrangeiros dependeu de cada empresa (GOULART; BRASIL e ARRUDA, 1996). Ambas as empresas, na década de 1990, estavam consolidadas no mercado interno, e encontraram um ambiente favorável à expansão de seus negócios devido à abertura da economia brasileira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CINTRA, MOURÃO. Internacionalização de Empresas Brasileiras: Perspectivas e Riscos. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

CORRÊA, Daniela; LIMA, Gilberto Tadeu. A internacionalização produtiva das empresas brasileiras: breve descrição e análise geral. In: WORKSHOP SOBRE INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS: desafios e oportunidades para países emergentes. São Paulo, 2006. Anais... São Paulo, FEA-USP, 2006.

GOULART, Linda; BRASIL, Haroldo V. e ARRUDA, Carlos. Internacionalização das empresas brasileiras. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.

EISENHARDT, K. M. (1989). Building Theories From Case Study Research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.

LEONARD-BARTON, D. (1990). A dual methodology for case studies: synergistic use of a longitudinal single site with replicated multiple sites. *Organization Science*, 1(3), 248- 266.

MARINHO, Mônica R. M.; PIRES, Jovelino de G. Comércio exterior: teoria x prática no Brasil. São Paulo: Aduaneiras, 2002.

Oviatt, B. M. & McDougall, P. P. (1994). Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, v. 25, n. 1, pp. 45-64.

Yin, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2005.