



HENRIQUE PIUBELLI DE FIGUEIREDO

**ANÁLISE DA EXPORTAÇÃO DE TECNOLOGIA DA
INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO EM LONDRINA E
REGIÃO**

Trabalho apresentado ao curso MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Pós-Graduação *lato sensu*, Nível de Especialização, do Programa FGV Management da Fundação Getúlio Vargas, como pré-requisito para a obtenção do Título de Especialista.

José Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

Theodomiro S. M. Delpim

Orientador

Londrina – PR

2017

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

PROGRAMA FGV MANAGEMENT

MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

O Trabalho de Conclusão de Curso

**ANÁLISE DA EXPORTAÇÃO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E
COMUNICAÇÃO EM LONDRINA E REGIÃO**

elaborado por Henrique Piubelli de Figueiredo e aprovado pela Coordenação Acadêmica, foi aceito como pré-requisito para a obtenção do certificado do Curso de Pós-Graduação *lato sensu* MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Nível de Especialização, do Programa FGV Management.

Data da Aprovação: Local, Data

José Carlos Franco de Abreu Filho

Coordenador Acadêmico Executivo

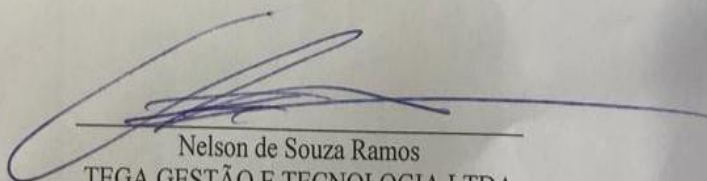
Theodomiro S. M. Delpim

Orientador

DECLARAÇÃO

A empresa TEGA GESTÃO E TECNOLOGIA LTDA, representada neste documento pelo Sr. Nelson de Souza Ramos, diretor administrativo, autoriza a divulgação das informações e dados coletados em sua organização, na elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado ANÁLISE DA EXPORTAÇÃO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO EM LONDRINA E REGIÃO, realizados pelo aluno Henrique Piubelli de Figueiredo, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, do Programa FGV Management, com o objetivo de publicação e/ ou divulgação em veículos acadêmicos.

Londrina 4 de dezembro de 2017

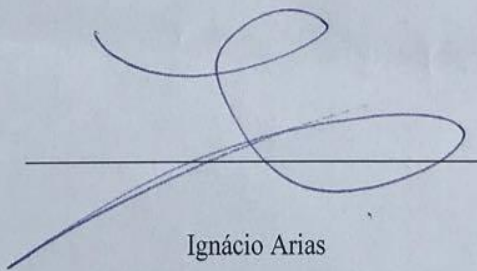


Nelson de Souza Ramos
TEGA GESTÃO E TECNOLOGIA LTDA

DECLARAÇÃO

A empresa ELITESOFT INFORMATICA LTDA, representada neste documento pelo Sr. Ignacio Arias, sócio proprietário, autoriza a divulgação das informações e dados coletados em sua organização, na elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado ANÁLISE DA EXPORTAÇÃO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO EM LONDRINA E REGIÃO, realizados pelo aluno Henrique Piubelli de Figueiredo, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, do Programa FGV Management, com o objetivo de publicação e/ ou divulgação em veículos acadêmicos.

Londrina 4 de dezembro de 2017

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'S' shape with a horizontal line crossing through it, positioned above the printed name.

Ignácio Arias

ELITESOFT INFORMATICA LTDA

DECLARAÇÃO

A empresa WEBLITE SOLUÇÕES MULTIMÍDIA LTDA, representada neste documento pelo Sr. Rogério Chimentão, sócio - proprietário, autoriza a divulgação das informações e dados coletados em sua organização, na elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado ANÁLISE DA EXPORTAÇÃO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO EM LONDRINA E REGIÃO, realizados pelo aluno Henrique Piubelli de Figueiredo, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, do Programa FGV Management, com o objetivo de publicação e/ ou divulgação em veículos acadêmicos.

Londrina 4 de dezembro de 2017

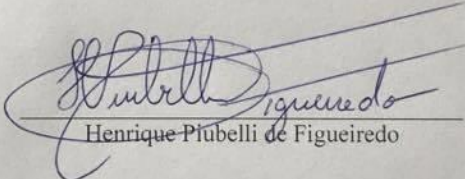
08434908/0001-15
WEBLITE
SOLUÇÕES MULTIMÍDIA LTDA.
LONDRINA - PR
Rogério Chimentão

WEBLITE SOLUÇÕES MULTIMÍDIA
LTDA

TERMO DE COMPROMISSO

O aluno Henrique Piubelli de Figueiredo, abaixo assinado, do curso de MBA em Gestão Estratégica de Empresas, Turma GEE-Londrina (2/2015), do Programa FGV Management, realizado nas dependências da instituição conveniada ISAE, no período de início do curso 24/10/15 a 23 /11/17, declara que o conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado ANÁLISE DA EXPORTAÇÃO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO EM LONDRINA E REGIÃO, é autêntico e original.

Londrina, 23 de novembro de 2017



Henrique Piubelli de Figueiredo

Dedico este trabalho de conclusão de curso aos meus familiares e amigos que sempre me incentivaram e me apoiaram ao longo do curso. Que não mediram esforços para que fosse possível concluir mais esta etapa.

Resumo

Este trabalho de conclusão de curso tem como objetivo principal a partir do referencial teórico, é demonstrar que a exportação é viável para micro e pequenas empresas de TIC de Londrina. O setor de Tecnologia da Informação e Comunicação está cada vez mais presente em nossas vidas e com o advento da internet e novas tecnologias, o número de soluções e ferramentas que contam com estas características cresce cada vez mais. Com um mundo cada vez mais conectado e globalizado. O acesso a informações e mercados é algo que ficou mais fácil e evidente nos últimos anos. O comércio exterior se apresenta como uma oportunidade de desenvolvimento e diversificação das fontes de receita de uma empresa. As oportunidades de negócios globais apresentam benefícios para micro e pequenas empresas, e as empresas de tecnologia da informação e comunicação, também fazem parte deste contexto global. O objetivo deste trabalho é analisar as estratégias e ações das micro e pequenas empresas de TIC, que conseguiram ingressar no mercado externo, da cidade de Londrina e região. A metodologia deste trabalho, é classificada como pesquisa qualitativa descritiva, e a coleta de dados foi feita por meio de entrevista em três empresas de TIC da cidade de Londrina e região tendo como instrumento, um roteiro de entrevista, com as questões que foram utilizadas. Esforços de diferentes áreas da empresa devem ocorrer para que ocorram avanços nos aspectos internacionais, tendo em vista que a exportação impacta as mais diferentes áreas de gestão da empresa. As estratégias levantadas pelas empresas na área de internacionalização apresentam similaridade, uma vez que o setor de TIC em Londrina e região, possui um Arranjo Produtivo Local que atua com entidades e associações que trabalham em conjunto com as empresas visando o crescimento e fortalecimento do setor. Conclui-se neste trabalho, que o mercado internacional é viável para micro e pequenas empresas do setor, uma vez que ao adotar um planejamento com estratégias e ações efetivas o ingresso nestes mercados já é uma realidade para uma parcela de empresas de Londrina e região.

Palavras Chave: Comércio exterior. Tecnologia da Informação e Comunicação. Exportação de Serviços.

Abstract

This course conclusion work has as main objective from the theoretical reference, is to demonstrate that the export is viable for micro and small companies of ICT in Londrina. The Information and Communication Technology sector is increasingly present in our lives and with the advent of the internet and new technologies, the number of solutions and tools that count on these characteristics is growing. With a world increasingly connected and globalized. Access to information and markets is something that has become easier and more evident in recent years. Foreign trade presents itself as an opportunity for the development and diversification of a company's revenue sources. Global business opportunities have benefits for micro and small businesses, and information and communication technology companies are also part of this global context. The objective of this work is to analyze the strategies and actions of the micro and small companies of ICT, that were able to enter the foreign market, of the city of Londrina and region. The methodology of this work is classified as descriptive qualitative research, and the data collection was done through an interview in three ICT companies in the city of Londrina and region, having as an instrument an interview script with the questions that were used. Efforts of different areas of the company must occur in order to make progress in the international aspects, considering that the export impacts the most different areas of management of the company. The strategies raised by companies in the area of internationalization have similarity, since the ICT sector in Londrina and region, has a Local Productive Arrangement that works with entities and associations that work together with the companies aiming at the growth and strengthening of the sector. It is concluded that the international market is feasible for micro and small companies in the sector, since when adopting a plan with effective strategies and actions the entry into these markets is already a reality for a portion of companies in Londrina and region.

Key Words: Foreign trade. Technology of Information and Communication. Export Services.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais Edgard e Celismara, por suas orientações e ensinamentos ao longo de minha vida. Sempre com muita dedicação, entrega e amor.

Aos meus avôs, irmão, tios e primos que sempre acreditaram em mim, em especial à minha avó Celina, que desde pequeno me ensinou a estudar e buscar sempre crescer e me tornar uma pessoa melhor.

Aos meus amigos, Antônio, Gabriel e Gregório, que ao longo deste período, sempre estiveram me apoiando. Agradeço também a Isabela, por sua compreensão, apoio e por estar ao meu lado, durante esta importante etapa de minha vida.

Ao meu orientador e professores, que me auxiliaram sempre, sendo prestativos e solícitos, os mesmos tem grande colaboração na realização deste trabalho e na conclusão deste curso.

Gostaria também de agradecer a Deus, por me proporcionar esta oportunidade de crescer tanto profissionalmente.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.1. Problemática	10
1.2 Problema de Pesquisa	11
1.3 Objetivos.....	11
1.3.1 Objetivo Geral	11
1.3.2 Objetivos Específicos	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 Classificação micro e pequena empresa no Brasil.....	13
2.2 O setor de TIC em Londrina e Região.....	14
2.3 O Panorama da Exportação Brasileira de Serviços	18
2.4 Estratégias e ações das empresas de TIC de Londrina e região na área de internacionalização	23
3. METODOLOGIA	26
3.1 Classificação Geral da Pesquisa	26
3.2 Categorias de Análise	27
3.3 Seleção das Empresas Consultadas	27
3.4 Coleta de Dados.....	27
3.5 Análise de Dados	28
3.6 LIMITES DA PESQUISA.....	28
4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	29
4.1 Case de Sucesso: Weblite	29
4.2 Case de Sucesso: Elitesoft	30
4.3 Case de sucesso: Tega	32
5. ANÁLISE DOS RESULTADOS	34
5.1 Weblite	34
5.2 Elitesoft.....	36
5.3 Tega	37
5.4 Análise integrada dos casos de sucesso	38
5.5 Atitudes e requisitos necessários para realizar a exportação	41

6. RECOMENDAÇÕES E SUGESTÕES.....	44
7. CONCLUSÕES	45
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47
9. APÊNDICES	49

1. INTRODUÇÃO

1.1. Problemática

Com um mundo cada vez mais conectado e globalizado. O acesso a informações e mercados é algo que ficou mais fácil e evidente nos últimos anos. O comércio exterior é se apresenta como uma oportunidade de desenvolvimento e diversificação das fontes de receita de uma empresa. Se tornando uma importante estratégia a ser considerada por gestores e empresários.

Ao estudar sobre exportações, muitas vezes a relacionamos com grandes empresas, orçamentos e ações que envolvem altos valores. Poucas vezes pensamos em micro e pequenas empresas. Porém o comércio internacional pode ser viável e vantajoso para estas empresas.

Quando falamos em atuar em outros mercados, isto envolve complexidade e diversidade nas operações internacionais. Esta complexidade na maioria dos casos acaba gerando insegurança para grande parte dos empresários. Que acabam deixando o tema em segundo plano.

A questão é que ao deixar o comércio internacional de lado a empresa muitas vezes pode estar se retraindo sem notar. Estudos do IBGE e MDIC demonstram uma evolução no valor exportado por micro e pequenas empresas ao longo dos últimos anos e em razão deste cenário, empresas que exportam muitas vezes possuem benefícios como: expansão de suas fontes de receita; aumento da produtividade e qualidade e acesso à capital, meios de produção e tecnologia. Mesmo que uma empresa não queira participar diretamente nos negócios internacionais, ela não pode escapar do efeito gerado por empresas que exportam, importam e fabricam seus produtos no exterior.

As oportunidades de negócios globais apresentam benefícios para micro e pequenas empresas, e as empresas de tecnologia da informação e comunicação, também fazem parte deste contexto global. Tendo como peculiaridade atuarem através da exportação de seus programas e serviços.

Aliado ao atual cenário de competitividade e globalização, torna imperativa a busca de novos mercados por parte de empresas de software e serviços de tecnologia da informação e comunicação, tanto para ampliação de sua capacidade de gerar receita, quanto para o aprimoramento de suas soluções e serviços. Também para que possam concorrer com as empresas estrangeiras. (JANSSEN; AGUIAR 2011 p. 12)

1.2 Problema de Pesquisa

Atualmente o comércio exterior está sendo cada vez mais discutido e levantado em consideração por gestores e empresários de micro e pequenas empresas. Cada vez mais as mudanças do comércio internacional, principalmente na área de tecnologia, geram impactos para os consumidores e o mercado como um todo.

Tendo em vista, estas alterações no comportamento das empresas, e dos diferentes setores impactados, que começaram a se adequar perante a essa estratégia de mercado. Chegamos ao problema da pesquisa, é possível micro e pequenas empresas de TIC de Londrina e região exportarem?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

O objetivo deste trabalho é demonstrar que a exportação é viável para micro e pequenas empresas de TIC de Londrina e região.

1.3.2 Objetivos Específicos

A partir do objetivo geral são delimitados, os seguintes objetivos específicos:

- Contextualizar o setor de TIC na cidade de Londrina e região
- Analisar o panorama da exportação brasileira de serviços
- Apresentar estratégias e ações que as empresas de TIC desenvolvem na área de exportação.
- Desenvolver estudos de caso de sucesso de empresas de TIC, na área de internacionalização (antes/depois).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O objetivo deste capítulo é apresentar e analisar e desenvolver os conceitos relacionados aos objetivos específicos deste trabalho, sendo eles: panorama da exportação de serviços do Brasil, exportação de TIC, perfil das empresas de TIC de Londrina e região, e estratégias utilizadas pelas empresas de TIC na área de exportação.

2.1 Classificação micro e pequena empresa no Brasil

Ao iniciar os estudos sobre o ingresso no mercado internacional de micro e pequenas empresas de tecnologia da informação e comunicação de Londrina e região, é necessário de forma previa conceituar a classificação das microempresas e as empresas de pequeno porte. E qual critério será utilizado.

O critério adotado por esta tese é sobre a receita bruta das empresas. A Lei 155/2016 uniformizou o conceito de micro e pequena empresa ao enquadrá-las com base em sua receita bruta anual. Segundo o SEBRAE Nacional (2016):

A microempresa será a sociedade empresária, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário, devidamente registrados nos órgãos competentes, que aufera em cada ano calendário, a receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00.

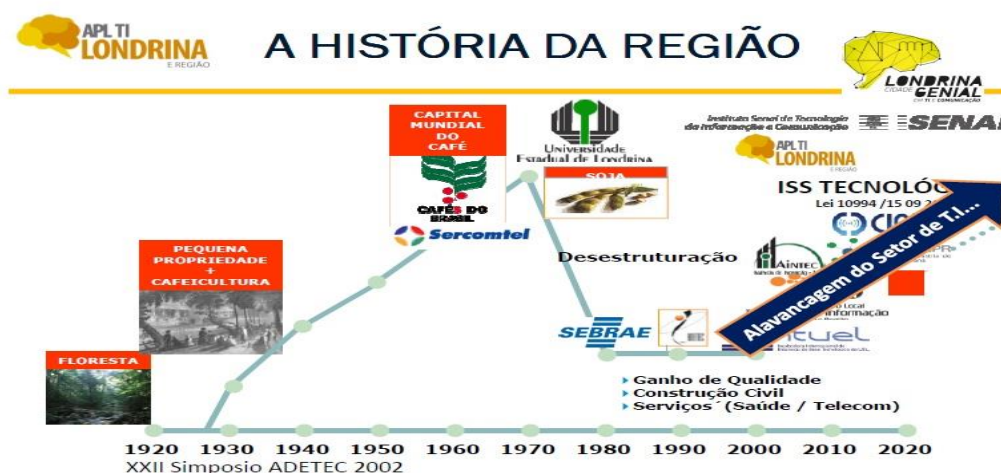
Se a receita bruta anual for superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior é R\$ 4.800.000,00, a sociedade será enquadrada como empresa de pequeno porte. Estes valores referem-se a receitas obtidas no mercado nacional. A empresa de pequeno porte não perderá o seu enquadramento se obter adicionais de receitas de exportação, até o limite de R\$ 4.800.000,00.

Geada Negra. Após este episódio, ocorreu uma alternância de culturas e ocorreu um crescimento no cultivo de soja, alterando a vocação econômica de nossa região.

Nas décadas seguintes o perfil da região passou por uma série de mudanças, em função de algumas políticas públicas, setores como a Construção Civil e prestação de serviços começaram a ganhar papel de destaque na economia de nossa região.

O setor de TIC ao longo destes anos vem crescendo no norte do Paraná e alguns agentes e fatores, impactaram diretamente na alavancagem do setor, sendo eles: A Universidade Estadual de Londrina, SEBRAE, AINTEC, INTUEL, SENAI o ISS-Tecnológico, entre outros.

Quadro 2 – A História da Região



Fonte: XXII Simpósio ADETEC, 2002

Porém um agente tem papel fundamental para o crescimento e fortalecimento do setor em nossa região. O Arranjo Produtivo Local de Tecnologia da Informação de Londrina.

Os arranjos produtivos locais (APL) tem como sua vez uma essência de interação entre os agentes e por conta disso podem ser vistos como um sistema ou uma rede de empresas que passam por um processo cooperativo (CAMARA et al., 2006b).

Um aspecto destacável do APL de TI de Londrina é o fato de que ocorre uma forte interação entre as entidades que possuem atuação no segmento de tecnologia como: SEBRAE, SENAI, CODEL, FIEP e PEIEX. Com pelo menos um representante nas reuniões. Esta ação

gera uma serie de oportunidades para as empresas tendo em vista que o acesso a informações e editais se torna facilitado.

Para Tsujiguchi (2007, p. 61) “Os aglomerados inovadores são constituídos por pequenas, médias e grandes empresas, mão-de-obra qualificada e apresentam alta capacidade inovativa e contínuo processo de introdução de inovações. ”

As empresas vistas como uma rede podem revelar uma importância já que elas auxiliam na codificação de conhecimentos, envolvendo aprendizado e conhecimentos técnicos-científicos diferentes e complementares (BRITO, 2001).

Estas ações do APL de TI de Londrina acabam gerando parcerias entre as empresas e o mais importante fortalecem a nossa região como uma cidade com vocação para a indústria de tecnologia da informação, hoje nossa região possui destaque no cenário nacional.

Quadro 3 – Redes de Conhecimento, Conexões e Interação

Redes de Conhecimento, Conexões e Interação



Fonte: Augusto de Franco /Site

Fonte: Augusto de Franco, 2015.

A partir dos impactos gerados por estes agentes e ações a favor da indústria de tecnologia da informação de Londrina, foi idealizado um projeto chamado Londrina Cidade Genial, que tem como objetivo consolidar nossa região como um polo de tecnologia.

Segundo o portal do projeto Londrina Cidade Digital, Londrina tem ativos que a tornam polo nacional em Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC). Sendo eles:

- Entre mais de cinco mil municípios brasileiros, Londrina foi escolhida como sede do Instituto Senai de Tecnologia (IST) com foco exclusivo em TIC. Com investimento de R\$ 10 milhões, o IST será inaugurado em fevereiro, mas já

atraiu interesse de investidores de sete estados brasileiros e até de países vizinhos. Seremos o epicentro das pesquisas e inovações na área: isso é ser genial.

- Da mesma forma, é genial ter aqui uma Sercomtel, companhia de telecomunicações entre as mais qualificadas do setor, referências em transmissão de dados por fibra óptica. Outros lugares dependem de proximidade com portos. Mas só Londrina tem um porto digital em casa.
- O primeiro APL de TI do Paraná e um dos primeiros do Brasil. Há 1.181 empresas do setor na região, gerando 14 mil postos de trabalho. A união entre os empresários de TI é fortalecida por entidades como a Central de Negócios Tecnológicos (Cintec) e o Sindicato das Indústrias de Software (Sinfor). É genial contar com um setor econômico ao mesmo tempo tão unido e diversificado.
- É genial ser uma cidade que respira conhecimento, com 17 universidades que possuem cursos para formação de empreendedores e profissionais na área de TI, com mais de 40 mil estudantes de nível superior. Somos o maior polo nacional de ensino a distância (EAD) e dispomos de nove centros para formação de mão de obra em tecnologia da informação.
- Quando dizemos que Londrina é genial em TIC, pensamos também nas certificações de alto nível que as empresas locais vêm conquistando. Se nossa cidade fosse um Estado da federação, seria o 6º do País no ranking das certificações em software.

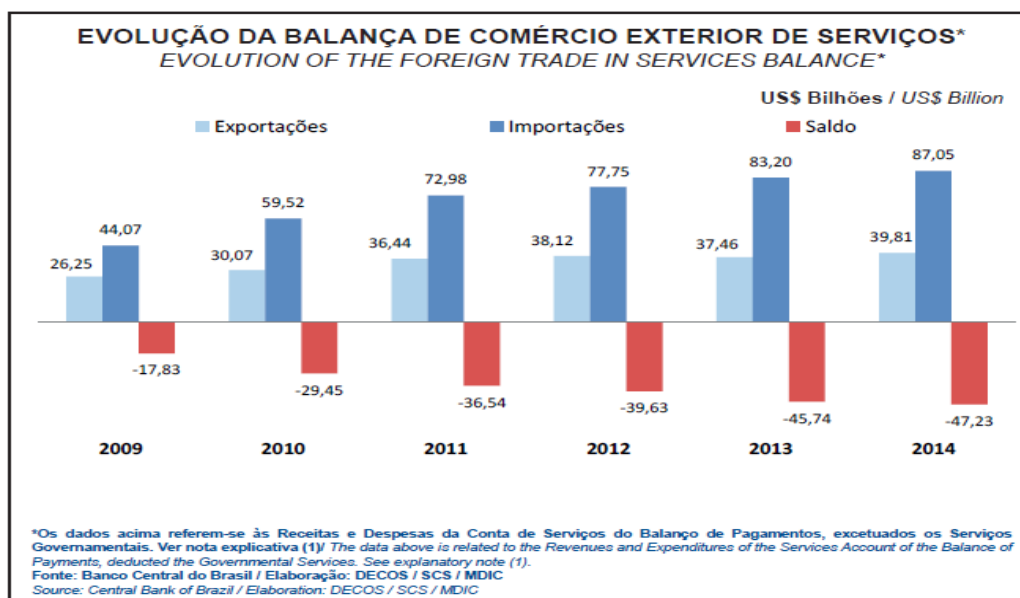
Ao analisar estes fatores verifica-se que o setor de tecnologia de informação de Londrina e região vem se organizando e se fortalecendo e hoje é reconhecido no cenário nacional, tanto por um número elevado de empresas e pela qualidade dos serviços ofertados.

2.3 O Panorama da Exportação Brasileira de Serviços

Ao estudar e analisar o panorama da exportação brasileira de serviços, verifica-se que a mesma vem apresentando um déficit histórico nos últimos anos, um fator destacável é o fato de o saldo negativo ter um crescimento de 164% no período de 2009 até 2014.

Do ponto de vista da exportação, segundo relatório do Panorama do Comercio Internacional de Serviços, da Secretaria de Comércio e Serviços (SCS) e do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), nos últimos anos, o Brasil ampliou sua participação no comércio mundial de serviços com as exportações e importações do país apresentando crescimento superior ao desempenho mundial. Entre 2009 e 2014, as exportações de serviços mundiais cresceram 38,2%. No mesmo período, a expansão das exportações brasileiras foi de 51,7%.

Gráfico 1: EVOLUÇÃO DA BALANÇA DE COMÉRCIO EXTERIOR DE SERVIÇOS



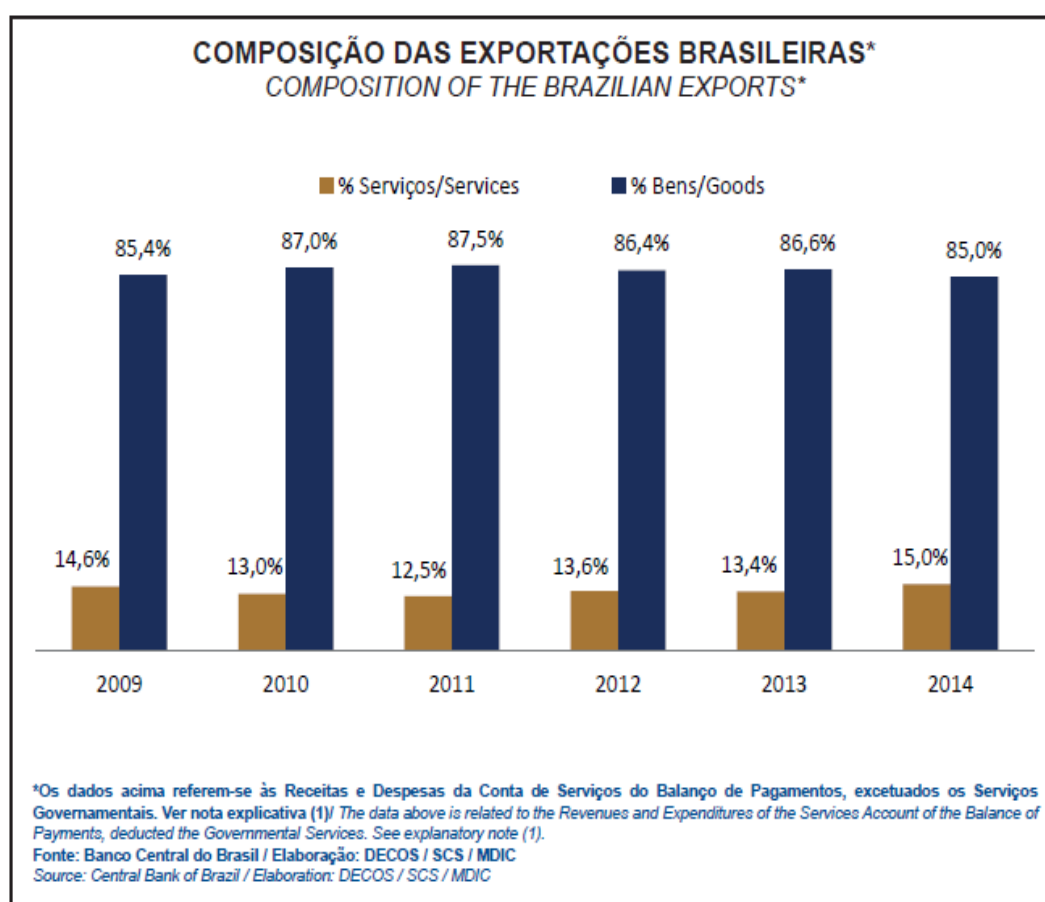
Fonte: Banco Central do Brasil, 2015

Um importante fator para estes resultados, é o fato de que tradicionalmente o Brasil se consolida como um país exportador de bens físicos, mais especificamente de commodities e isto acaba refletindo na composição das exportações brasileiras. Com uma media de 13,6% nos

últimos anos. Enquanto a exportação de bens no período de 2009 a 2014, tem uma participação de 86,4% de nossa composição de exportações.

Dentre os principais produtos exportados, historicamente o Brasil exporta produtos como minério de ferro, petróleo bruto, soja e café. Todos estes produtos, são bens com um baixo valor agregado e necessitam ser exportadas grandes quantidades. Aspectos contrários a exportação de serviços, que envolvem um valor agregado mais elevado e necessitam de menores quantidades.

Gráfico 2: COMPOSIÇÃO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS



Fonte Banco Central do Brasil, 2015.

Estes aspectos culturais e ações refletem a posição do Brasil em relação aos principais exportadores de serviços no mundo, com uma colocação inferior a países com menor infraestrutura e poderio econômico. Hoje o Brasil conta com uma parcela de 0,8% do valor exportado em serviços mundialmente.

Tabela 1: PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES DE SERVIÇOS

PRINCIPAIS PAÍSES EXPORTADORES DE SERVIÇOS* - 2014 LEADING SERVICES EXPORTING COUNTRIES* - 2014				
	Pais / Country	Valor / Value (US\$ billion)	Part % / %Share	Δ% 2014/2013
1.	Estados Unidos / United States	685,6	14,1%	3,4%
2.	Reino Unido / United Kingdom	329,0	6,8%	4,3%
3.	Alemanha / Germany	267,2	5,5%	4,6%
4.	França / France	263,0	5,4%	3,7%
5.	China / China	222,2	4,6%	7,6%
6.	Japão / Japan	158,1	3,3%	19,2%
7.	Países Baixos / Netherlands	156,1	3,2%	10,5%
8.	Índia / India	154,1	3,2%	4,0%
9.	Espanha / Spain	135,2	2,8%	5,5%
10.	Irlanda / Ireland	133,5	2,7%	9,3%
11.	Cingapura / Singapore	132,9	2,7%	2,4%
12.	Bélgica / Belgium	116,6	2,4%	4,4%
13.	Suíça / Switzerland	113,8	2,3%	2,1%
14.	Itália / Italy	113,7	2,3%	1,6%
15.	Hong Kong / Hong Kong	107,0	2,2%	1,5%
16.	Coreia do Sul / Rep. of Korea	105,8	2,2%	3,1%
17.	Luxemburgo / Luxembourg	97,9	2,0%	11,4%
18.	Canadá / Canada	84,8	1,7%	-4,2%
19.	Suécia / Sweden	74,9	1,5%	2,7%
20.	Dinamarca / Denmark	72,0	1,5%	2,3%
21.	Rússia / Russian Federation	65,7	1,4%	-4,9%
22.	Áustria / Austria	64,8	1,3%	2,1%
23.	Taiwan / Taiwan	57,1	1,2%	11,8%
24.	Tailândia / Thailand	55,0	1,1%	-6,1%
25.	Macao / Macao, China	53,1	1,1%	-0,9%
26.	Austrália / Australia	52,1	1,1%	-0,4%
27.	Turquia / Turkey	50,3	1,0%	8,5%
28.	Noruega / Norway	48,8	1,0%	0,8%
29.	Polónia / Poland	45,6	0,9%	1,6%
30.	Grécia / Greece	42,3	0,9%	14,0%
31.	Brasil / Brazil	39,8	0,8%	6,3%

*Serviços comerciais compreendem todas as categorias de serviços, exceto produtos e serviços do governo. Ver nota explicativa (2) / Commercial services comprise all services categories except government goods and services, n.i.e. See explanatory note (2).
Fonte: Organização Mundial do Comércio / Elaboração: DECOS / SCS / MDIC
Source: World Trade Organization / Elaboration: DECOS / SCS / MDIC

Fonte: Organização Mundial do Comércio, 2015

Ao analisar os principais serviços exportados pelo Brasil, verifica-se que os mesmos, estão relacionados a: transportes, manuseio de cargas, gerencias e financeiros e serviços na área de tecnologia de informação. Um importante detalhe é que ao analisar de maneira qualitativa

verifica-se, que os principais serviços que o Brasil exporta estão relacionados ao comércio de bens, uma vez que os transportes são considerados serviços.

Algo que deve ser estudado e incentivado é buscar aprimorar nossos resultados através de serviços que possuam valor agregado e que não possuam uma dependência com a exportação de bens e commodities, uma vez que estes possuem bons números tradicionalmente, deve ser discutido e incentivado a exportação de serviços como a oferta de soluções e sistemas de tecnologia da informação.

Tendo em vista que as empresas brasileiras de tecnologia da informação possuem ferramentas e soluções com qualidade, é necessário aprimorar a atuação das empresas brasileiras em outros países.

Tabela 2: PRINCIPAIS SERVIÇOS EXPORTADOS PELO BRASIL

PRINCIPAIS SERVIÇOS EXPORTADOS PELO BRASIL - 2014 <i>MAIN BRAZILIAN EXPORTING SERVICES - 2014</i>			
		US\$ Milhões / US\$ Million	
	NBS* - Posição	Valor/ Value	Part% / %Share
1.	1.1401 - Serviços gerenciais, de consultoria gerencial, de relações públicas e de comunicação social	2.170	10,4%
2.	1.1409 - Outros serviços profissionais, técnicos e gerenciais não classificados em outra posição	2.080	10,0%
3.	1.0905 - Serviços auxiliares aos serviços financeiros, exceto os relacionados a seguros e previdência complementar	1.954	9,4%
4.	1.0502 - Serviços de transporte aquaviário de cargas	1.679	8,1%
5.	1.2001 - Serviços de manutenção e reparação de produtos metálicos, maquinário e equipamentos	1.110	5,3%
6.	1.0601 - Serviços de manuseio de cargas	890	4,3%
7.	1.0605 - Serviços de apoio para transportes aquaviários	766	3,7%
8.	1.0901 - Serviços financeiros, exceto bancos de investimento, serviços de seguros e previdência complementar	723	3,5%
9.	1.1201 - Serviços de pesquisa e desenvolvimento em ciências naturais, exatas e engenharia	712	3,4%
10.	1.1501 - Serviços de consultoria, de segurança e de suporte em tecnologia da informação (TI)	667	3,2%
	Demais / Others	8.071	38,8%

*De acordo com a Nomenclatura Brasileira de Serviços (NBS) - Ver notas explicativas (3) e (4) / According to the Brazilian Services Classification - See explanatory notes (3) and (4)
Fonte: SISCOSEV / Elaboração: DECOIS / SCS / MDIC
Source: SISCOSEV / Elaboration: DECOIS / SCS / MDIC

Fonte: SISCOSEV, 2015.

Como observado na tabela, verifica-se que os serviços de consultoria, e de suporte em tecnologia da informação, possui uma representatividade de apenas 3,2% nas nossas exportações de serviços. Segundo o Gartner (2016), importante empresa de consultoria na área

de tecnologia, as principais tendências que os *Chief Information Officers* da América Latina irão adotar em suas empresas nos próximos anos são:

1. Infraestrutura e *data center*
2. *Business intelligence e analytics*
3. *Cloud*
4. ERP
5. Redes, voz e comunicação
6. Digitalização e *digital marketing*
7. Segurança
8. Mobilidade
9. Aplicações específicas da indústria
10. CRM
11. Modernização de sistemas legados

O Brasil conta com grandes polos de tecnologia de informação, como o Vale dos Sinos, no Rio Grande do Sul o Porto Digital em Recife, a Cidade Genial em TIC em Londrina. Todos estes polos possuem empresas que ofertam soluções de alta performance e qualidade que se encaixam nas tendências listadas acima, e que poderiam estar atuando em mercados externos e fortalecendo os números de exportação em tecnologia da informação e comunicação.

Estes aspectos citados acima devem ser levados em consideração e devem ser trabalhados junto as empresas, para que o nosso país consiga alavancar suas exportações na área de tecnologia da informação e comunicação. Tendo em vista que os mesmos são aspectos que a empresa consegue alinhar junto as suas estratégias e adaptá-las.

2.4 Estratégias e ações das empresas de TIC de Londrina e região na área de internacionalização

Ao estudarmos as principais estratégias das empresas de TIC de Londrina e região, verifica-se que as mesmas estão alinhadas com as de empresas de outros estados e regiões do Brasil, muito em função da capacitação e atualização constante destas empresas e auxílios de entidades e programas nacionais. Neste mesmo sentido, JANSSEN e AGUIAR (2011 p. 21):

As empresas exportadoras brasileiras, na pesquisa SOFTEX-Unicamp, apresentaram as seguintes estratégias, pela ordem, como canal de entrada: instalação de filial ou escritório de representação no país alvo, participação em feiras, indicação de clientes nacionais para clientes no exterior, convite para integrar produto ou serviço de outra empresa exportadora, participação em concorrência organizada por multinacional, participação em um consórcio de exportação.

Um importante fator que contribui para a adoção destas estratégias é o nível de maturidade da empresa, fator que reflete no conhecimento de processo da empresa e o nível de investimento que a mesma pode dispende. Verifica-se que as empresas de Londrina e região possui um nível de investimento inferior à de grandes empresas, localizadas em grandes centros. Apresentando-se como necessário uma maior preparação e procurar atuar de maneira mais assertiva, uma vez que o nível de investimento é menor.

Um mercado-alvo que vem se apresentando como uma oportunidade para as empresas brasileiras de TIC é a América Latina, uma vez que o país ainda possui um número baixo de empresas de tecnologia e uma indústria que vem apresentando bons índices, como a paraguaia e a colombiana. E talvez o mais importante fator é de que estes países são considerados *late adopters* na adoção de tecnologia, gerando uma vantagem competitiva para as empresas brasileiras que contem com soluções inovadoras, tendo em vista que a empresa brasileira tem tempo hábil de gerar uma solução e adapta-la para este mercado.

Se a empresa está iniciando sua caminhada global e está insegura quanto ao sucesso uma boa estratégia é abordar inicialmente um país em que não seja necessário realizar grandes investimentos, de forma a poder testar sua tecnologia sem o risco de pôr a perder um grande mercado, se as coisas não evoluírem tão bem. (JANSSEN; AGUIAR 2011 p. 22)

Um importante fator que o empresário e empresa devem se atentar é o fato de que a exportação de serviços envolve um processo e que este processo acaba impactando as diferentes áreas da empresa. Por exemplo o setor de Recursos Humanos deverá investir em capacitação em outros idiomas para seus colaboradores. O setor de Marketing deverá adaptar seus materiais promocionais e seus canais.

Estes aspectos devem ser estudados de maneira previa e estar alinhado as estratégias e deve ser calculado o nível de investimento que a empresa deverá realizar. Para, JANSSEN e AGUIAR (2011 p. 23), a exportação de serviços de tecnologia deve ser vista como:

Exportação como um processo, não se pode esquecer que a exportação não é um momento, mas um processo que começa em casa e que demanda investimento e paciência: os canais precisam ser selecionados, treinados e, somente então deve-se tentar colocar sua oferta no mercado. O ciclo de venda pode ser demorado, seguido de um ciclo de faturamento. Isso poderá representar um período que varia de seis meses a um ano antes que a empresa comece a perceber resultados financeiros.

Verifica-se que as micro e pequenas empresas exportadoras de TIC de Londrina, estão adentrando os mercados externos nos últimos anos, e que atuação das mesmas em outros mercados é algo relativamente recente. E as estratégias das mesmas estão relacionadas a um maior conhecimento de mercados externos e também ao processo de exportação

Na pesquisa SOFTEX - Unicamp, foram identificados os seguintes fatores críticos como principais determinantes para sucesso na exportação

- Preço;
- Qualidade;
- Pontualidade;
- Inovação;
- Flexibilidade;
- Disponibilidade de pessoal altamente qualificado e treinado;
- Qualidade nos serviços e produtos de fornecedores;
- Criatividade na estruturação do acerto financeiro.

Quando verificado quais são as estratégias das empresas que atuam em mercado internacionais, verifica-se que as estratégias giram em torno das seguintes questões: realizar pesquisas de mercado externo com foco na América Latina; capacitações treinamentos voltados para o comércio exterior; aprimorar conhecimentos sobre com entidades; Preparação para rodadas e missões empresariais; mapeamento de feiras e eventos em sua área de atuação e levantar documentação necessária para exportação.

3. METODOLOGIA

A investigação científica depende de um “conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos” (GIL, 1999, p.26) para que seus objetivos sejam atingidos: os métodos científicos.

Neste capítulo serão definidos a classificação geral da pesquisa, a coleta de dados, o objeto da pesquisa, a população e amostra, a definição operacional das variáveis, os instrumentos de coleta de dados, seguido pela maneira de como estes dados serão analisados, e finalizando com os limites da pesquisa.

3.1 Classificação Geral da Pesquisa

Esta pesquisa tem como objetivo ser descritiva, pois ela visa descrever as características de empresas de tecnologia da informação de Londrina e região. Pesquisa Descritiva: visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de Levantamento. (GIL, 1991)

A pesquisa será qualitativa, pois as informações que serão coletadas, não podem oferecer resultados estatísticos, devendo ser cruzadas e analisadas com base no referencial teórico. Com o termo “pesquisa qualitativa” queremos dizer qualquer tipo de pesquisa que produza resultados não alcançados através de procedimentos estatísticos ou de outros meios de quantificação. (STRAUSS, CORBIN, 2008 p. 23)

As informações vão ser extraídas através de uma entrevista de um roteiro, previamente elaborado. Através dos cases de sucessos. Sendo o trabalho efetuado, classificado como pesquisa qualitativa descritiva

3.2 Categorias de Análise

As categorias de análise que foram definidas para serem questionadas e levantados ao longo dos cases de sucesso, para servir como um roteiro pré-estruturado foram: o perfil da empresa e as estratégias utilizadas para internacionalização.

3.3 Seleção das Empresas Consultadas

O critério de escolha foi com base no porte das empresas, micro e pequenas empresa de tecnologia da informação, de Londrina e região. Com o objetivo de verificar a utilização dos conceitos e estratégias levantados neste trabalho. Foram determinadas as seguintes empresas:

- Weblite
- Elitesoft
- Tega

3.4 Coleta de Dados

O procedimento que será utilizado nesta pesquisa será entrevista e cases de sucesso, pode-se definir entrevista como a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formulam perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam a investigação. É uma forma de dialogo assimétrico em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação. (GIL, 1999, p. 109)

Ela vai ser destinada a um membro de cada empresa, através de um roteiro semiestruturado, com questões baseadas, nas categorias previamente definidas, que vão ser

analisadas, sendo elas: perfil das empresas, exportação de serviços e estratégias de internacionalização.

3.5 Análise de Dados

As informações se originam do discurso dos empresários, com base nas questões levantadas, e as mesmas, vão ser cruzadas e analisadas com base no referencial teórico, procurando responder as questões levantadas neste trabalho.

3.6 Limites da Pesquisa

Ao analisar quais são as possíveis limitações que podem ser encontradas durante a realização deste trabalho envolvem as seguintes esferas.

Inicialmente o discurso dos gestores com o objetivo de apresentar uma realidade da empresa diferente de que a mesma se encontra. Outro aspecto que pode dificultar a obtenção de informações é a confidencialidade de alguns dados relacionados à empresa em que o gestor atua, a falta de comprometimento por parte dos entrevistados. Por exemplo, desmarcando o horário combinado para a coleta dos dados.

4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados os cases de sucesso de micro e pequenas empresa de TIC que atuam em mercados internacionais com seus produtos e soluções. Apresentando suas estratégias e ações que auxiliaram no cumprimento dos objetivos internacionais. As empresas participantes dos cases são: Weblite, Elitesoft e Tega.

4.1 Case de Sucesso: Weblite

Nome da empresa: WEBLITE SOLUÇÕES MULTIMÍDIA

Nome do Representante: Rogério Chimentão

Cargo: GESTOR COMERCIAL

Sobre a empresa:

A Weblite é uma empresa que tem como objetivo desenvolver soluções tecnológicas para o mercado. Através de um trabalho rápido e dinâmico vem se destacando no mercado nacional e internacional com ideias criativas, com foco nos resultados para seus clientes.

A empresa visa transformar diferentes negócios: tornando-os mais ágeis, modernos e atualizados através de ferramentas web e de e-commerce. Oferecendo um serviço diferenciado, baseado na qualidade e atendimento da necessidade de seus clientes. A empresa conta hoje com mais de dez anos de atuação no mercado.

Estratégias e ações realizadas:

- Conhecer materiais sobre possíveis países compradores
- Utilizar estudos para conhecer documentação em COMEX
- Conhecer o funcionamento e calendário de eventos e rodadas internacionais

- Conhecer entidades e associações de tecnologia
- Utilizar estudos para conhecer legislação/tributação

Ao longo dos anos a empresa rapidamente adaptou suas ferramentas e mídia para o mercado externo. Desenvolvendo sua rede de relacionamentos e fechando uma parceria em um mercado visado pelas grandes empresas, o mercado norte-americano.

Com o trabalho desenvolvido, hoje o comércio exterior é uma realidade para a empresa e como citado anteriormente à empresa hoje conquistou mercados internacionais, e faz parte de seus objetivos atenderem esses mercados suprindo suas necessidades.

Destaque no Comercio Exterior – Representação Comercial nos Estados Unidos

A Weblite é uma empresa que tem como objetivo desenvolver soluções tecnológicas para o mercado. Através de um trabalho rápido e dinâmico vem se destacando no mercado nacional e internacional com ideias criativas, com foco nos resultados para seus clientes.

A empresa conta hoje com mais de dez anos de atuação no mercado e neste ano iniciou uma parceria, através de um representante comercial nos Estados Unidos, que busca atender o mercado norte americano buscando novos projetos e clientes. Hoje a empresa já está se internacionalizando e conta já com seu site e materiais promocionais adaptados para o mercado externo.

4.2 Case de Sucesso: Elitesoft

Nome da empresa: ELITESOFT INFORMATICA LTDA

Nome do Representante: Ignacio Arias

Cargo: Diretor Administrativo

Sobre a empresa:

A Elitesoft Informática é uma empresa pioneira no desenvolvimento de soluções em software com mais de dez anos de experiência no segmento de provedores de Internet. A empresa busca de maneira constante aprimorar seus processos e elevar a qualidade de seu produto.

Em junho de 2014, a Elitesoft conseguiu alcançar o It Mark - Certificado Internacional (Combinação Unificada de Modelos de Melhoria) e em outubro do mesmo ano, as conquistas, alcançou a certificação MOProsoft (Modelo de Processos para a Indústria de Software). O objetivo da MoProSoft é aumentar a capacidade das empresas em oferecer serviços de qualidade, além de alcançar níveis internacionais de competitividade. Objetivos que a empresa compartilha e busca alcançar-los.

Estratégias e ações realizadas:

- Realizar pesquisas de mercado externo com foco na América Latina;
- Capacitações treinamentos voltados para o comércio exterior;
- Aprimorar conhecimentos sobre entidades;
- Preparação para rodadas e missões empresariais;
- Mapeamento de feiras e eventos em sua área de atuação;
- Levantar documentação necessária para exportação.

Com o trabalho desenvolvido em Comércio Exterior, hoje o mercado externo é uma realidade para a empresa e como citado anteriormente à empresa hoje conquistou mercados internacionais, e faz parte de seus objetivos atenderem esses mercados suprindo suas necessidades.

Destaque no Comercio Exterior - Feira Internacional e Operações Internacionais

A Elitesoft Informática é uma empresa pioneira no desenvolvimento de soluções em software com mais de dez anos de experiência no segmento de provedores de Internet. A empresa busca de maneira constante aprimorar seus processos e elevar a qualidade de seu produto. Possui uma série de certificações, algumas delas sendo internacionais. Reflexo disto é que a empresa conta com um produto passível de exportação e iniciou suas operações para a Argentina. Este ano a empresa participou do Primer Encuentro CAPPI Regional NOA na Argentina. Hoje a empresa se prepara para intensificar sua área de atuação na América Latina, com foco na Colômbia e Argentina.

4.3 Case de sucesso: Tega

Nome da empresa: TEGA GESTÃO E TECNOLOGIA

Nome do Representante: Nelson de Souza Ramos

Cargo: Diretor Administrativo

Sobre a empresa:

A TEGA GESTÃO E TECNOLOGIA é uma empresa de Tecnologia da Informação e Comunicação, com mais de 30 anos de experiência em softwares especializados nos setores: MOVELEIRO, ALIMENTICIO E VIDROS.

A empresa sempre esteve focada em compartilhar conhecimento: ouvindo o mercado, entendendo suas necessidades e propondo soluções que sejam, realmente, inovadoras e de valor aos seus clientes.

Reconhecida pela inovação, agilidade e funcionalidade dos seus softwares, que são pioneiros e únicos, nestes setores, a disponibilizar informações em TEMPO REAL, permitindo agilidade e precisão nas decisões críticas e decisivas para o sucesso das empresas.

Adaptável a qualquer fase em que suas empresas são atendidas, seja ela pequena, média ou grande.

Estratégias e ações realizadas:

- Conhecer entidades na área de tecnologia em outros países
- Estudar mercados potenciais na América Latina
- Conhecer o mercado paraguaio e suas particularidades
- Buscar contato em associações de tecnologia em países potenciais
- Conhecer o funcionamento e calendário de eventos e rodadas internacionais
- Aprimorar o seu potencial de mercado

Destaque no Comércio Exterior - Primeira venda internacional

A TEGA GESTÃO E TECNOLOGIA é uma empresa de Tecnologia da Informação e Comunicação, com mais de 30 anos de experiência em softwares especializados nos setores MOVELEIRO, ALIMENTICIO E VIDROS.

O seu produto é reconhecido pelo mercado, e através deste reconhecimento, a empresa conseguiu no ano de 2015 através das pesquisas e materiais de comércio exterior, realizar o seu primeiro contrato com uma empresa no exterior. A empresa irá atender uma indústria do setor MOVELEIRO no Paraguai, um dos países cujo potencial atraiu a empresa, se tornando um mercado no qual a empresa busca atender.

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo do trabalho, serão analisados os dados que foram coletados através caso de sucesso realizados. A análise será feita, através de um estudo entre a fala dos entrevistados, o referencial teórico, e comparações entre as empresas levantadas, para buscar as informações necessárias para a compreensão do tema escolhido.


5.1 Weblite

Ao analisar o caso da empresa Weblite verifica-se que a empresa executou um planejamento de maneira integrada com as outras áreas da gestão da empresa. Levantando objetivos e ações que permitiram que a empresa se familiarizasse com o comércio internacional, e desmistificasse questões que impedem grande parte das empresas atuarem no exterior.

Estes detalhes são vitais para que a empresa consiga obter êxito em suas operações. Algo que foi levantado no referencial teórico e foi comprovado nesta empresa, foi a importância da preparação e adaptação da empresa e de suas soluções ante de ingressar no mercado externo. A empresa rapidamente adaptou suas ferramentas e mídia para o mercado externo. Desenvolvendo sua rede de relacionamentos e fechando uma parceria em um mercado visado pelas grandes empresas, o mercado norte-americano.

Com o trabalho desenvolvido junto entidades e associações, hoje o comércio exterior é uma realidade para a empresa e como citado anteriormente à empresa hoje conquistou mercados internacionais, e faz parte de seus objetivos atenderem esses mercados suprindo suas necessidades.

Quanto ao seu destaque no comércio internacional, a empresa conseguiu atuar e atender um mercado com um alto nível de exigência, o mercado norte-americano. Através de uma parceria e hoje já conta com contratos firmados e atuação com grandes empresas. Segundo o representante da empresa o segredo da empresa foi uma boa preparação e utilizar o networking para conseguir gerar negócios e oportunidades.

Figura 1 – Missão e Objetivos Weblite

Weblite develops technological solutions for your company. Through a fast and dynamic work has been standing out in the national and international market with creative ideas, focusing on results for its customers and establishing relationships of trust for 10 years.

Our goal is to make your business more agile, modern and updated through web tools that can make your business a possible reality and accessible anywhere in the world. For us, there are no boundaries or obstacles to turn your ideas into results.

Fonte: Weblite, 2017.

Figura 2 – Localização da empresa Weblite

USA PARK CITY/UT	BRAZIL LONDRINA/PR
+1 (385) 231-3915 contact@weblitenet.com	+55 (43) 2101-6857 atendimento@weblitenet.com.br
1600 Pinebrook Blvd Unit G3	210 Higienópolis Avenue Room 1301/1302

Fonte: Weblite, 2017.

5.2 Elitesoft

Ao estudar e analisar o caso da empresa EliteSoft, verifica-se que a empresa é pioneira no desenvolvimento de soluções em software com mais de dez anos de experiência no segmento de provedores de Internet. A empresa busca de maneira constante aprimorar seus processos e elevar a qualidade de seu produto.

Em junho de 2014, a Elitesoft conseguiu alcançar o It Mark - Certificado Internacional (Combinação Unificada de Modelos de Melhoria) e em outubro do mesmo ano, as conquistas, alcançou a certificação MOProsoft (Modelo de Processos para a Indústria de Software). O objetivo da MoProSoft é aumentar a capacidade das empresas em oferecer serviços de qualidade, além de alcançar níveis internacionais de competitividade.

Algo levantado anteriormente nesta tese é a importância de processos bem definidos para que a empresa consiga êxito nas exportações. Estas certificações têm um papel muito importante uma vez que geram credibilidade para a empresa, e demonstram para possíveis clientes que a empresa possui processos bem definidos e soluções que envolvem qualidade.

Quanto ao seu destaque internacional em 2016 a empresa participou do Primer Encuentro CAPPI Regional NOA na Argentina. Hoje a empresa se prepara para intensificar sua área de atuação na América Latina, atendendo mercados da Colômbia e Argentina.

Um detalhe destacável quanto a sua atuação no comércio exterior é o fato de procurar estudar e pesquisar mercados, antes de realizar esforços de maneira efetiva. Aspectos que também foram levantados nas outras empresas questionadas e no referencial teórico.

Figura 2 – Primer Encuentro CAPPI Regional NOA - Argentina



Fonte: Elitesoft, 2016.

5.3 Tega

Quanto ao estudo da empresa Tega, verifica-se que a empresa, conta com mais de 30 anos de experiência em softwares especializados nos setores: MOVELEIRO, ALIMENTICIO E VIDROS. A empresa sempre esteve focada em compartilhar conhecimento: ouvindo o mercado, entendendo suas necessidades e propondo soluções que sejam, realmente, inovadoras e de valor aos seus clientes.

Reconhecida pela inovação, agilidade e funcionalidade dos seus softwares, que são pioneiros e únicos, nestes setores, a disponibilizar informações em TEMPO REAL, permitindo agilidade e precisão nas decisões críticas e decisivas para o sucesso das empresas.

Adaptável a qualquer fase em que suas empresas são atendidas, seja ela pequena, média ou grande.

Desenvolvimento de parceiros e fechamento de negócio no mercado internacional, desde a capacitação da empresa no comércio exterior, até a realização da pesquisa de mercado, nos principais países da América Latina, buscando oportunidades para a empresa, a Tega participa de feiras internacionais, por exemplo, a empresa participou da GX25, realizada pela Genexus em Montevideu no Uruguai.

Quanto ao seu destaque no comercio internacional, a empresa conseguiu no ano de 2015 através das pesquisas e materiais de comércio exterior, realizar o seu primeiro contrato com uma empresa no exterior. A empresa atendeu uma indústria do setor MOVELEIRO no Paraguai, um dos países cujo potencial atraiu a empresa, se tornando um mercado no qual a empresa busca atender.

5.4 Análise integrada dos casos de sucesso

Ao analisar e estudas os casos de sucesso de maneira integrada, é possível validar a hipótese do trabalho, uma vez que se apresenta como viável a exportação de serviços de TIC, para micro e pequenas empresas de Londrina e região. Tendo em vista que as empresas questionadas conseguiram atender outros países.

Ao analisar de maneira integrada os casos de sucesso verifica-se alguns aspectos destacáveis e que acabam presentes em todas as empresas, o primeiro deles é o fato de que as empresas que conseguiram atender estes mercados internacionais, é uma preparação muito bem elaborada e com apoio de entidades e associações, fator que consegue desmistificar e auxiliar diretamente as empresas com as devidas informações. Neste sentido, JANSSEN e AGUIAR (2011 p.323)

(...) a complexidade que envolve o processo de internacionalização empresarial é uma decisão que exige mais do que apenas arrojado expansionista e determinação. Exige muita pesquisa e acompanhamento constante da inteligência de mercado. Exige investimentos financeiros e mobilização comportamental adequada a cada país a ser explorado. Exige estabelecer parcerias estratégicas que ofereçam suporte nos níveis estratégico, jurídico, logístico, construção de network, operacional e outros.

Outro importante aspecto identificado foi uma semelhança nas estratégias e ações realizadas pelas empresas questionadas. Isto acaba ocorrendo em função das empresas participarem e atuarem junto ao Arranjo Produtivo Local de TIC. Buscando um aprimoramento do setor como um todo. Compartilhando informações e conhecimentos junto a entidades e empresas.

Um aspecto destacável da análise e que impacta diretamente no resultado desta tese, está relacionado ao tipo de soluções e serviços que as empresas questionadas oferecem. A primeira delas a Weblite oferece soluções relacionadas para websites e aplicativos, questões vitais para os mais diferentes nichos de mercado. Ao analisar as soluções da empresa Elitesoft, uma empresa pioneira no desenvolvimento de soluções na área de telecomunicações com um viés forte na área de inovação e processos. Já a Tega, se especializou em oferecer soluções para empresas industriais na área de gestão entendendo suas particularidades e necessidades. Ao estudarmos de maneira integrada as três empresas, e que tipo de soluções o mercado externo tem interesse em consumir, serviços atualizados e que envolvem um alto nível de qualidade, fica claro que as mesmas investem tempo e esforço em mapear tendências e necessidades do mercado. Para JANSSEN e AGUIAR (2011 p.324)

O sucesso de qualquer empreendedor que pretenda se internacionalizar depende, em parte, da atenção dispensada às atualizações das tendências de mercado, acompanhamento constante e sistemático da evolução tecnológica, assim como deve sempre estar atento ao comportamento e respostas dos consumidores à sua forma de atuação no mercado.

Quanto aos desafios na área verifica-se que o um deles, seria a questão do idioma, uma vez que apenas o nosso país fala o português na América Latina, este aspecto impacta as mais diversas áreas no planejamento para a internacionalização de uma empresa. Uma vez que o empresário devesse investir na capacitação de seus funcionários, por exemplo, nas áreas de suporte, desenvolvimento e comercial. Quando questionado, quais são os principais desafios na área, segundo levantamento da Confederação Nacional da Indústria (CNI), os seguintes itens foram citados.

1. Burocracia

2. Sistema tributário
3. Infraestrutura de transporte
4. Taxa de câmbio
5. Barreiras tarifárias e não tarifárias
6. Financiamento para exportação
7. Adequação de produto e processo produtivo para atender às demandas de compradores
8. Falta de informação de mercados potenciais
9. Escala de produção
10. Trabalhador qualificado

Ao estudar estas questões verifica-se que muitas delas estão relacionados a falta de conhecimento no processo de exportação, e isto foi algo que foi possível verificar nas empresas questionadas. Um alto nível de preparação antes de realizar esforços efetivos na área.

Ao finalizar a análise de resultados verifica-se que os resultados obtidos nas empresas estudadas, vão de encontro aos levantamentos realizados no referencial teórico desta tese.

Quanto as estratégias e ações consideradas importantes para as empresas, podemos destacar: realizar pesquisas de mercado externo com foco na América Latina; capacitações treinamentos voltados para o comércio exterior; aprimorar conhecimentos sobre com entidades; Preparação para rodadas e missões empresariais; mapeamento de feiras e eventos em sua área de atuação e levantar documentação necessária para exportação. E que de fato é possível que micro e pequenas empresas de TIC de Londrina e região, consigam atender mercados externos, oferecendo suas soluções nos mais diversos segmentos, tanto em mercados vizinhos como também em outros países ao redor do mundo.

5.5 Atitudes e requisitos necessários para realizar a exportação

Quando questionado quais são as ações e requisitos que as micro e pequenas empresas devem atender para que seja possível realizar a exportação, é necessário desenvolver um planejamento para que a empresa consiga verificar o que deve ser realizado.

O primeiro aspecto que deve ser levado em consideração é o domínio da empresa em compreender o funcionamento e a realização dos documentos relacionados a exportação de serviços sendo eles: Com base na literatura de comércio exterior, os principais documentos utilizados na exportação de serviços são: Contrato de compra e venda internacional; Fatura *Invoice* ou Fatura Proforma; Fatura Comercial ou *Commercial Invoice* e Contrato de câmbio ou Contrato de Câmbio Simplificado.

Outro importante aspecto é que a empresa realize um planejamento estratégico, passo-a-passo, direcionado para o mercado externo. Os principais aspectos a serem identificados segundo o GUIA BÁSICO PARA EXPORTAÇÕES DE SERVIÇOS, elaborado pelo MDIC e a Secretaria de Comércio e Serviços (2014) são:

- Capacidade exportadora da empresa: física, tecnológica e de recursos humanos.
- Definição do que exportar.
- Identificação e análise do mercado-alvo, inclusive dos possíveis concorrentes.
- Avaliação da situação atual do mercado e das suas perspectivas.
- Definição de estratégias mercadológicas.
- Formação de preço para a exportação.
- Quais os objetivos almejados com a entrada em mercados externos? Há coerência dos objetivos com a estratégia geral da empresa?
- Quais as oportunidades e riscos envolvidos?
- O serviço prestado pela empresa possui demanda no exterior? É competitivo?

Alguns dos aspectos levantados devem ser analisados de forma mais específica, observando que estes fatores foram predominantes para as empresas consultadas nos casos de

sucesso. Todas as empresas que obtiveram sucesso dedicaram esforço e recursos na prospecção de Mercados.

As empresas questionadas estudaram os mercados no qual desejavam ingressar, segundo o GUIA BÁSICO PARA EXPORTAÇÃO DE SERVIÇOS (2014), devem ser atendidos os seguintes aspectos:

- Primeiro, devem ser identificadas quem são as principais empresas concorrentes.
- Depois, como o seu serviço pode ser comparado ao da concorrência?
- Como as empresas concorrentes estão organizadas?
- Quais são os pontos fortes e fracos dessas empresas?
- Essas empresas podem tomar decisões mais rápidas que você?

Outro aspecto essencial para que as organizações consigam ingressar no mercado externo é a Adequação do Serviço às Exigências do Mercado-Alvo. Tendo como referência o GUIA BÁSICO PARA EXPORTAÇÃO DE SERVIÇOS (2014), a empresa deverá também, implementar os ajustes organizacionais e operacionais inerentes ao esforço exportador e adequar o produto em atendimento a exigências do mercado-alvo, incluindo governo (regulamentos), clientes (práticas comerciais) e consumidores (preferências locais).

A empresa deverá refletir sobre as seguintes questões:

- Exigências do mercado-alvo (governo, clientes e consumidores) tornam necessárias alterações significativas no serviço ou intangível a ser exportado?
- Quais os níveis exigidos de personalização, complexidade de elaboração e de tecnologia?
- Alterações no serviço ou intangível a exportar e o modo de prestação da exportação desse serviço exigem alterações significativas em modelo de governança, processos administrativos, operacionais e produtivos na empresa?
- Alterações em processos exigem reestruturação da empresa?
- Reestruturação da empresa exige mudança de cultura corporativa?
- A empresa está pronta para exportar ou para internacionalizar-se?

Ao estudar e levar em consideração os itens citados acima em seu planejamento a empresa, se encontrará apta a operar e atuar em mercados internacionais de maneira objetiva e atendendo as principais necessidades de mercados internacionais.

Fator que foi comprovado ao estudar os casos de sucesso das empresas questionadas. Tendo em vista que as ações realizadas pelas empresas são oriundas de um planejamento como ações e estratégias bem definidas.

6. RECOMENDAÇÕES E SUGESTÕES

A realização deste trabalho permite que sejam feitos, trabalhos e pesquisas, para que ocorra uma continuidade, acerca deste tema, considerado com sendo recente, existem muitas possibilidades, com uma grande variedade de aspectos a serem abordados.

Uma sugestão para que ocorra esta continuidade, é uma análise, mais aprofundada sobre os mercados potenciais, para as micro e pequenas empresas de TIC de nossa região. Levantando quais mercados compram os CNAE's de TIC de nosso país.

Outro tema que pode ser verificado é a questão de estudar quais soluções e serviços tecnológicos que possuem maior representatividade no mercado de exportação de serviços. Procurando apresentar quais soluções e tipos de serviços tem maior facilidade de entrada em novos mercados.

7. CONCLUSÕES

Este trabalho teve por objetivo analisar os avanços e desafios das empresas de tecnologia da informação e comunicação de Londrina e região no mercado internacional. A partir da teoria, buscou uma compreensão acerca do tema, e demonstrar o que vinha ocorrendo no setor estudado.

Constatou-se que as empresas entrevistadas, estão procurando agir com um viés de internacionalização. Esta questão é imprescindível, para este setor, pois ele apresenta um potencial elevado para ofertar soluções nos mais diversos mercados. Porém, estes aspectos ainda são pouco difundidos em micro e pequenas empresas de tecnologia da informação e comunicação. E esta questão acaba refletindo nos números da exportação brasileira de serviços, onde a exportação de serviços de tecnologia ocupam o décimo lugar no rol de serviços exportados pelo Brasil.

Analisou-se neste trabalho de conclusão de curso, diferentes itens relacionados a questão dos aspectos que tornavam as empresas, casos de sucesso na área de exportação. O que se pode analisar é que vem ocorrendo ações nos diferentes aspectos, para que a exportação de serviços esteja presente dentro das micro e pequenas empresas. A partir da perspectiva de quatro empresas do setor de Londrina e região.

As informações obtidas indicaram que, este setor possui aspectos ou agentes indutores, que acabam influenciando diretamente no seu jeito de atura. Cada agente influi dentro dos setores estudados de maneira diferente, gerando ações e mudanças para atender e suprir as necessidades do setor de TIC, sendo elas o APL de TIC, SEBRAE, SENAI entre outros.

Este trabalho procurou também investigar, o que está impedindo este avanço na internacionalização, das empresas que atuam no mercado londrinense, e o que se pode averiguar é que será necessário, não apenas um esforço de quem está diretamente ligado ao setor, mas sim o esforço de diferentes agentes sociais para que ocorra uma compreensão deste tão importante tema, como questões tributárias e de processos inerentes à exportação.

Ao analisar cada empresa de forma isolada, foi encontrado que alguns fatores citados, foram efetuados por todas as empresas analisadas. E o fator de maior aceitação, foi a questão de preparação em processos e estudos dos mercados, antes de realizar a exportação de fato.

Conclui-se neste trabalho, que é necessário um esforço de diferentes áreas da sociedade (entidades; governo; setor privado) agirem de forma integrada, desmistificando a questão da exportação de serviços e os agentes prepararem e auxiliarem o desenvolvimento das empresas de tecnologia da informação e comunicação aumentarem a sua participação no mercado externo.

Os dados encontrados indicam que a questão da exportação, já está sendo analisada por algumas empresas do setor, que tentam superar as limitações encontradas, para que um objetivo maior seja alcançado.

Ao chegar ao término, deste trabalho, pode-se concluir que é viável para micro e pequenas empresas de tecnologia da informação e comunicação de Londrina e região exportarem suas soluções e serviços, influenciado por entidades e por uma preparação e estudos de mercados potenciais. E esta preparação permite que as mesmas consigam adentra nestes mercados internacionais e permanecer oferecendo serviços inovadores e de qualidade na área de tecnologia.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRITTO, J. **Cooperação tecnológica e aprendizado coletivo em redes de firmas: sistematização de conceitos e evidências empíricas**. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA –ANPEC, 29, 2001, Salvador - BA. Anais... Campinas: Associação Nacional dos Centros de Pós-Graduação em Economia, 2001.

CAMARA, M. R. G.; CAMPOS, M. F. S. S.; SEREIA, V. J.; SOUZA, L. G. A. **Arranjo Produtivo Local de Software de Londrina**. Curitiba: IPARDES, Jul. 2006b. Relatório Técnico.

CAMARA, M. R. G.; CAMPOS, M. F. S. S.; SEREIA, V. J.; SOUZA, L. G. A. **Arranjo Formulação de políticas públicas para a aglomeração de software de Londrina**. In: ENCONTRO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E GOVERNANÇA, 2006, São Paulo, SP.

DREHER, Felipe. **Gartner apresenta lista de prioridades dos CIOs na América Latina**. Disponível em: <http://cio.com.br/gestao/2016/04/04/gartner-apresenta-lista-de-prioridades-dos-cios-na-america-latina/>. Acesso em 15 out 2017

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

JANSSEN, R. F.; AGUIAR, S. F.; **Como Exportar para mais de 50 Países - Novo diretório de exportação de *software* e serviços de tecnologia da informação**. SEBRAE, 2011. Rio de Janeiro. 324p.

Londrina Cidade Genial em TIC.

Apresentação SEBRAE, Londrina 2017.

MDIC; SECRETARIA DE COMÉRCIO E SERVIÇOS. **Guia Básico para exportação de serviços**. Disponível em http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1426697517.pdf. Acesso em 18 nov 2017

MDIC. **Panorama do Comércio Internacional de Serviços**. Disponível em :<<http://www.mdic.gov.br/comercio-servicos/estatisticas-do-comercio-exterior-de-servicos/416-estatisticas-2014>>. Acesso em 22 out 2017.

MOREIRA, Rafael; GAMA, Heitor; SCHERMA, Marcio; BEDE, Marco; FONSECA, Paulo; MOURA, Almiro. **As micro e pequenas empresas na exportação brasileira. Brasil: 1998-2011**. Brasília: SEBRAE, 2012.

ORSI, Valter. **Porque é genial.** Disponível em:
<<http://www.londrinacidadegenial.com.br/egenial>>. Acesso em 03 de nov 2017

PORTAL DA INDUSTRIA. As 10 maiores dificuldades enfrentadas pelas empresas brasileiras na hora de exportar. **Disponível em:**
<http://www.portaldaindustria.com.br/agenciacni/noticias/2016/06/as-10-maiores-dificuldades-enfrentadas-pelas-empresas-brasileiras-na-hora-de-exportar->>**Acesso em 03 nov 2017.**

SEBRAE. Entenda as diferenças entre microempresa, pequena empresa e MEI. **Disponível em:**
<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em 01 nov 2017

TSUJIGUCHI, F. Y. **Cooperação e inovação na rede de empresas de software de Londrina.** 2007. Dissertação (Mestrado em Administração), Universidade Estadual de Londrina, Universidade Estadual de Maringá, 2007.

9. APÊNDICES

APÊNDICE A

ROTEIRO PARA ESTUDO DE CASO – baseado nas estratégias e ações realizadas nas empresas na área de internacionalização

- Nome da empresa:
- Nome do Representante:
- Cargo:
- Sobre a empresa:
- Estratégias e ações realizadas para internacionalização da empresa:
- Ação de destaque no Comercio Exterior: