

# A conquista de novos mercados internacionais através da exportação de software e tecnologia no Estado da Paraíba

João Batista de Freitas

Ivani Costa

Jailma Araujo Dos  
Santos

Marcio Luiz de Almeida

Universidade Federal da Paraíba - UFPB

## RESUMO

*A união das pequenas empresas em consórcio, oferece maiores vantagens em termos de flexibilidade de atendimento a pedidos diferenciados e assim agregam maior valor ao produto. Ao mesmo tempo ganha em escala em muitas das funções da cadeia produtiva conseguindo manter uma boa relação valor/preço, que lhes permite competir numa visão mais ampla que nas simples opções de liderança de custos ou diferenciação de produto. Este artigo tem como objetivo discutir e mostrar a experiência êxitosa do Consorcio PBtech. O Consorcio PBtech trata da exportação de software e tecnologia no Estado da Paraíba. O objetivo principal é promover a internacionalização das empresas do pólo de Tecnologia da Informação – TI da Paraíba. As conclusões da pesquisa apontam para um elevado desenvolvimento econômico, pois o Estado, até então, contava com uma única empresa exportadora de Tecnologia da Informação – TI e tinha um volume anual de vendas para o mercado internacional de apenas US\$ 169.000,00 ao ano. Como resultado da aliança entre empresas e instituições parceiras, ao final de 2005, O PBtech conquistou a expressiva marca dos US\$ 1.644.364,00.*

**Palavras-chaves:** Consorcio PBtech. Desenvolvimento econômico. Tecnologia da Informação.

## 1 INTRODUÇÃO

Uma ação primordial para o aumento da competitividade das MPEs tem sido a cooperação entre empresas de um mesmo segmento e setor econômico. A formação de redes de pequenas empresas possibilita que elas se posicionem estrategicamente no mercado, permitindo maior capacidade de competição e promovendo oferta mais qualificada de produtos e serviços. Para Lorange e Roos (1998), essa nova forma de atuação empresarial, baseada em práticas cooperativas e em parceria, revela-se importante caminho para aumento da competitividade através do compartilhamento de informações, tecnologia, recursos, oportunidades e dos riscos.

Isto acontece, principalmente, pelo fato de que empresas atuam num mesmo setor econômico, com atividades similares, geralmente com os mesmos produtos, atividades de compra, interesses mercadológicos, operações e tecnologia. Essas similaridades criam mais oportunidades de cooperação e permitem melhor acesso aos recursos e cobertura de mercados.

Um dos modelos de redes empresariais é o Consórcio que atua de forma flexível onde às empresas unem-se para administrar e planejar estratégias de negócios. Neste modelo, a necessidade da formação de um consórcio pode ser executada ao longo dos anos da atuação de

empresas do mesmo setor de uma determinada região, onde a questão cultural levará incondicionalmente a esta formação. Já em outras situações, a formação dos consórcios poderá ser orientada por instituições locais ou pela união das empresas em torno de um objetivo comum.

A união das pequenas empresas em consórcio, oferece maiores vantagens em termos de flexibilidade de atendimento a pedidos diferenciados e assim agregam maior valor ao produto. Ao mesmo tempo ganha em escala em muitas das funções da cadeia produtiva conseguindo manter uma boa relação valor/preço, que lhes permite competir numa visão mais ampla que nas simples opções de liderança de custos ou diferenciação de produto.

Para Porter (1998) os consórcios de exportação permitem as empresas locais concorrentes ou com produtos complementares, cooperar para levarem juntas um processo de exportação. O consórcio passa a ser a representação jurídica frente aos mercados internacionais, normalmente na forma de uma associação, obtendo importantes economias de escala.

Logo, as pequenas empresas reunidas através de consórcios, têm melhores oportunidades (coletividade das informações, a redução de custos e o conhecimento de novos mercados) além de maior potencial de sucesso, para atingir novos mercados.

A Paraíba abriga um pólo de Tecnologia da Informação reconhecido nacionalmente, sobretudo por contar com uma excelente infra-estrutura de conhecimento e pesquisa, formada por universidades, escolas técnicas e parques tecnológicos instalados nas principais cidades do estado, dentre elas Campina Grande, cidade referência no setor e onde esta localizada a maioria das empresas.

O setor de Tecnologia da Informação é provavelmente o que mais cresce no mundo de hoje. Economistas e analistas acreditam que o desenvolvimento deste setor seja responsável pelo *boom* econômico ao redor do mundo na década de 90; taxas de crescimento anuais de 15% a 20%, em empresas de hardware e software, têm sido consideradas “normais” por quase 20 anos. Mercados chaves estão crescendo ainda mais rapidamente, como por exemplo, a terceirização no mercado global, cobrindo serviços de hardware e software, estes, com estimativa de crescimento da ordem de 25% por ano entre 1997 – 2002, alcançando o montante de US\$ 248 bilhões.

Aliando-se a vocação do estado, o ambiente econômico favorável e a promoção e troca de conhecimento entre centros de ensino e pesquisa, agências de fomento a ciência e tecnologia, Sebrae e empresas, foram possíveis receber o estímulo necessário ao desenvolvimento de soluções e a percepção de que as idéias aqui geradas tinham um grande potencial competitivo.

A alternativa foi organizar-se sob forma de consórcio de exportação e sair em busca do mercado internacional. Surgiu assim o PBtech – Consórcio de Exportação de Software e Tecnologia.

Para tanto, inicialmente é realizada uma breve revisão da literatura acerca do Consorcio PBtech, bem como a metodologia de atuação e os Resultados quantitativos obtidos.

## **2 METODOLOGIA**

O estudo foi desenvolvido no escopo do Consorcio PBtech no período de janeiro a abril de 2006, situado no Estado da Paraíba onde conta excelente infra-estrutura de conhecimento e pesquisa, formada por universidades, escolas técnicas e parques tecnológicos

instalados nas principais cidades do estado, dentre elas Campina Grande, cidade referência no setor e onde esta localizada a maioria das empresas.

### 3 PBTECH – O CASO

O PBtech é um consórcio de exportação de software e tecnologia formado por 11 empreendedores paraibanos e auxiliados pelos órgãos: Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), Apex Brasil (Agência de Promoção de Exportações e investimentos) e a Fundação Parque Tecnológico. O objetivo principal é promover a internacionalização das empresas do pólo de Tecnologia da Informação – TI da Paraíba, bem como encontrar alternativas para superar as dificuldades enfrentadas pelas empresas de pequeno porte para alcançar o mercado internacional.

Para ganhar destaque no mercado mundial de tecnologia, o consórcio aposta na capacidade inovadora de suas empresas, característica bem representada no slogan PBtech: soluções criativas para seus negócios.

Para tanto, constatou-se a necessidade de preparar essas pequenas e médias empresas, sobretudo por meio de capacitação através da adoção de mecanismos de informação e formação, tendo como objetivo subsidiar os empresários na decisão da escolha do país a ser objeto da exportação, na investigação mercadológica e sobre as possibilidades das empresas internacionalizarem seus produtos.

Diante da realidade e considerando a necessidade de transformar os empresários do setor de software, hardware e serviços em executivos e empreendedores globais, capazes de aprender e promover as mudanças necessárias, o consórcio PBtech desenvolveu ações específicas junto ao segmento de Tecnologia da Informação, com foco na melhoria dos processos de gestão, qualidade e internacionalização, estimulando as empresas a:

- ◆ Adotar práticas de abertura de capital;
- ◆ Ampliar a busca de recursos e investimentos;
- ◆ Definir e adotar modelos de penetração no mercado mundial;
- ◆ Estimular o desenvolvimento de formas associativas e consorciativas, com vistas à exportação;
- ◆ Modernizar-se tecnologicamente em sistemas e técnicas de gestão estratégicas, ampliando o número de empresas, especialmente as micros e pequenas;
- ◆ Desenvolver ações de promoção comercial e acesso ao mercado internacional.

Para compartilhar conhecimentos e inovações, prover suporte e orientar as empresas foi firmado alianças com centros de ensino e pesquisa, entidades de fomento a ciência e tecnologia e a exportação, especializados nos segmentos das MPE, em ciência e tecnologia e em promoção de exportações.

#### 3.1 METODOLOGIA DE ATUAÇÃO

A metodologia de atuação das entidades executoras do projeto prevê um conjunto de ações que contribuí para a inserção planejada das empresas do PBtech nos mercados-alvo prioritários, contemplando as seguintes ações:

### 3.1.1 Mobilização, organização e capacitação das empresas exportadoras.

Com o objetivo de sensibilizar as empresas para a atuação coletiva, capacitar os empreendedores do setor, visando melhorar suas habilidades na gestão, negociação e internacionalização e ainda, promover as adequações necessárias para que os produtos e serviços atendessem as expectativas dos mercados-alvo foram desenvolvidas, no âmbito dessa ação, as seguintes atividades:

#### 3.1.1.1 Adequação de produtos e processos

Segundo MINERVINI (2001), uma das primeiras avaliações sobre a possibilidade de exportar ou não é verificar que tipos de mudanças devemos efetuar no produto para que ele seja exportável.

É por meio da adequação que as empresas estabelecem uma identidade com seus clientes, evitando choques culturais e/ou problemas com legislações e normas vigentes nos países alvo.

O Consórcio desenvolveu diversas atividades de localização e internacionalização das empresas e de suas soluções, contemplando inclusive a definição de modelos de negócios que propiciaram a potencialização das vendas, especialmente na Europa e nos Estados Unidos.

Iniciou-se um trabalho, com apoio de profissionais especializados, no sentido de desenvolver planos de marketing internacional, planos de ação e modelos de negócio para atuação internacional, visando inicialmente o mercado-alvo da Península Ibérica, sem perder de vista a inserção deste mercado no contexto da União Européia e das oportunidades advindas de um mercado comum.

Avançou-se também na criação de um modelo voltado à internacionalização e na sedimentação dos impactos organizacionais advindos da atuação internacional, ampliando as ações já realizadas, envolvendo empresas do PBtech pouco abrangidas inicialmente, bem como aprofundando, principalmente em termos estratégicos e mercadológicos, as ações em curso com algumas das empresas.

#### 3.1.1.2 Capacitação para o comércio exterior

KANTER (1996) afirma que para ter sucesso, as empresas precisam de estoques abundantes de três ativos globais – conceitos, competência e conexões – que resultam de investimentos em inovação, educação e cooperação.

Com o objetivo de ampliar o conhecimento e informação sobre planejamento, gestão, estratégias de entrada nos mercados internacionais e outras variáveis necessárias para o planejamento estratégico das empresas de TI, assim como subsidiar as empresas na elaboração

de planos internacionais de negócios e de marketing, o consórcio aliado a entidades especializadas no desenvolvimento de conteúdos e metodologias voltadas para a exportação de TI - a exemplo da UFCG, da Sociedade Softex e do Centro de Estudos Avançados do Recife – César – promoveu diversos cursos contemplando temas essenciais tais como: Alianças Estratégicas e Consórcio de Exportação, Engenharia de Vendas de Software, Modelos de Negócios voltados para a Internacionalização, Plano de Marketing – Perspectiva Internacional, Estratégia de Vendas e Canais de Distribuição, Contratos Internacionais e Negócios com Software, entre outros.

### 3.2 QUALIDADE PARA EXPORTAÇÃO

O conceito ou a gestão da qualidade não é mais um diferencial hoje em dia, e sim, tão somente, uma exigência imposta pelo mercado, em especial o mercado externo, para a garantia de que o produto e/ou empresa atendam os padrões mínimos especificados.

Assim, o desenvolvimento de ações e/ou atividades de promoção ligadas ao conceito de Qualidade Global, tem uma conotação especificamente comercial, voltada para a conquista do mercado internacional.

As pequenas empresas sentem o impacto da globalização através das demandas de seus clientes, que querem a melhor qualidade mundial, serviços adicionais e parcerias mais próximas com um número menor de fornecedores. Assim, as empresas precisam de mentalidades globais, independente de buscarem ou não mercados globais (KANTER, 1996).

A qualidade de software depende de uma série de fatores: as características das empresas, as características dos produtos e da capacitação tecnológica. A própria complexidade de interação destes fatores faz com que não seja fácil definir um padrão de Qualidade.

Algumas normas e modelos aplicados à qualidade do produto de software, ou à qualidade do processo de desenvolvimento de software, foram desenvolvidas por algumas instituições que possuem como principal meta a “Qualidade”. Entre estas normas e modelos, destacam-se dois: CMM (Capability Maturity Model) e ISO 9000-3 (norma da série ISO 9000).

As ferramentas de melhoria da qualidade nos processos de desenvolvimento de tecnologia utilizadas pelo PBtech foram capacitações em padrões nacionais e internacionais, especificamente ISO, CMMI (Capability Maturity Model) e MPSBR (Melhoria do Processo de Software Brasileiro), assim como a realização de testes de usabilidade testes de usabilidade efetuando inspeções de conformidade, pelo Laboratório de Interfaces Homem-Máquina – LIHM, da Universidade Federal de Campina Grande – UFCG, tendo como plataforma o padrão internacional ISO 9241.

### 3.3 PROMOÇÃO COMERCIAL E MARKETING INTERNACIONAL

#### 3.3.1 Estudos de prospecção de mercado

Exportar não é enviar ao exterior as sobras de produção, pois há somente poucos produtos globais, iguais no mundo inteiro, daí a necessidade de conhecer o perfil de mercado que permita ter uma visão bastante ampla. Uma das ferramentas essenciais é a prospecção.

### 3.3.1.1 Mercados alvos para atuação do consórcio PBtech

Tomando como base a eleição de mercados preferenciais pelas empresas do Consórcio PBtech, consequência de investimentos em Feiras e missões, houve uma maior expectativa junto aos mercados da Alemanha, Espanha, Portugal e Estados Unidos.

Além de sinalizar para investimentos anteriores como forma de seleção de mercados-alvo preferenciais, desenvolveu-se ainda alguns elementos de mercado, organizados em duas categorias (ver Figura 1):

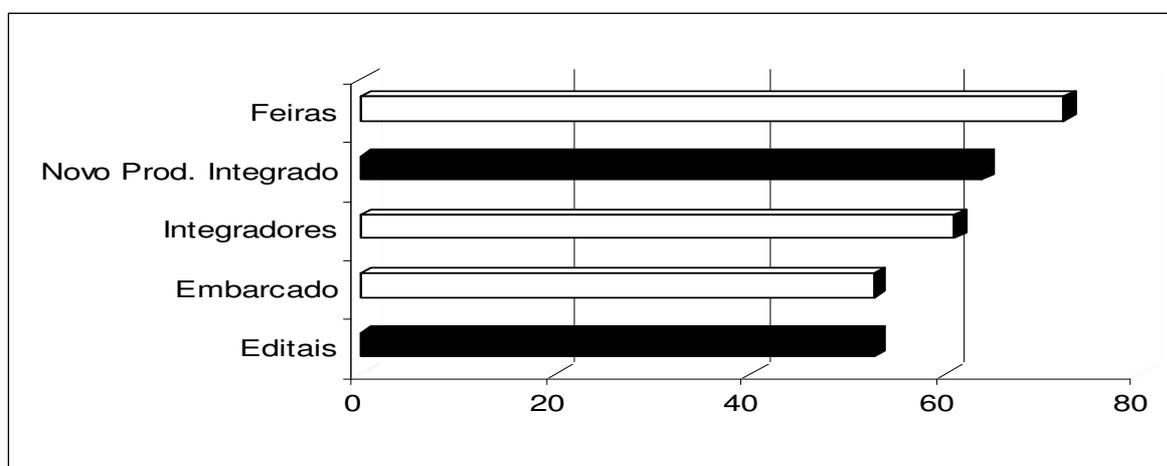


Figura 1 – Veículos para Ações de Marketing e Vendas

- Atendendo a uma classificação vertical, levantam-se as facilidades para agregação de produtos - embarcado ou novo produto integrado; e
- Atendendo a uma classificação horizontal, levantam-se as facilidades para busca de novos mercados - feiras setoriais; editais setoriais; e integradores.

### 3.3.1.2 Estudos de mercado

A preparação dos estudos sobre os mercados-alvo, intitulados “Internacionalização – Uma aposta estratégica” teve uma série de pressupostos que definiram a abrangência e o aprofundamento dos conteúdos, sendo que o principal eixo determinante foi o uso da internacionalização como ferramenta estratégica para as empresas. A seguir listam-se os pressupostos basilares que orientaram o trabalho:

\_ Internacionalização como fator estratégico e como fator de competitividade: antes de ser um mero instrumento de aumento de vendas, a internacionalização deve ser encarada como um instrumento para o aumento da competitividade;

\_ Cooperação como modelo de negócio: a configuração das relações de negócio da atualidade aponta para o uso da colaboração e cooperação como uma das fontes de fortalezas e de criação de cadeias de valor altamente diferenciadas, principalmente quando usadas em conjunto com estratégias de internacionalização;

\_ Internacionalização como algo factível para as PMEs: dada a realidade das empresas do PBtech, que na quase totalidade é composto por pequenas empresas, os cenários tratados devem privilegiar tal configuração empresarial;

\_ Informações estatística atualizada: de forma a acompanhar os últimos movimentos mercadológicos e macroeconômicos, principalmente face às grandes perturbações e turbulências vivenciadas pelos países e mercados nos últimos anos, as informações estatísticas de base do trabalho devem estar compatíveis com tal cenário, sem perder, no entanto, a visão de longo Prazo;

\_ Estudos setoriais: pela base tecnológica das empresas do PBtech, optou-se pela utilização de estudos de mercado consagrados do setor das TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação);

Os estudos foram desenvolvidos sob o pressuposto de que é parte de um trabalho maior e integrado, visando não somente o repasse de informações mercadológicas, mas principalmente a articulação de estratégias e táticas específicas para cada empresa e o apoio à execução das atividades comerciais em campo. Entende-se como trabalho maior e integrado todo o ciclo envolvido desde a preparação conceitual das empresas até a materialização das recomendações de consultoria em ações práticas nos mercados-alvo;

No sentido de alinhar o trabalho aos interesses e experiências de cada empresa, todo o estudo foi pensado de forma a inserir vários momentos de discussão com o grupo, servindo tais momentos como ponto de verificação de percepções, e como fórum de discussão das situações específicas já vivenciadas pelos participantes e troca de experiências.

### 3.3.2 Participação em feiras internacionais

O grande objetivo das empresas integrantes do PBtech foi conquistar novos mercados internacionais, bem como aumentar a participação nos quais já possuíam presença, especialmente por meio de prospecção e participação em eventos internacionais. Os empresários priorizam a ida aos países-alvo, pois acreditam que é a melhor forma para tornar seus produtos conhecidos, analisar o comportamento de concorrentes e parceiros e fechar negócios num menor espaço de tempo. Essa foi uma das principais estratégias das empresas, o que trouxe resultados concretos, especialmente por meio da conquista de novos clientes internacionais.

Mantendo a presença constante nos principais eventos setoriais de TI, em diversos países, as empresas paraibanas participaram de mais de 12 eventos internacionais, ao ano, com destaques para:

- Todas as edições da Cebit, nos últimos cinco anos, feira mundial de tecnologia da informação, realizada em Hannover - Alemanha
- Duas edições da Recharger World Expo, evento destinado para a indústria de reciclagem de cartuchos, realizado em Las Vegas – USA
- Duas edições da Cartes 2005, evento especializado em soluções de identificação e segurança, destinado à indústria de smart cards, realizado em Paris - França.
- Quatro edições consecutivas da Simo TCI, realizada em Madrid - Espanha.
- Duas edições do Gartner Itxpo (2004 e 2005), evento que reúne cerca de 10.000 executivos de grandes corporações americanas e de diversas partes do mundo, realizado em Olando – EUA.

Houve ainda a participação das empresas no Ásia Business Meeting, Missão à China, promovida pela Softex, no âmbito do PSI Nacional, na Hong Kong Electronics, além da participação em outros eventos importantes na Argentina, Estados Unidos e México, a exemplo da Expor Reciclador, Intele-CardExpo, Arte 2005 e Ciab.

Na seção seguinte são apresentadas às conclusões referentes ao estudo desenvolvido, buscando assim atender ao objetivo centra da pesquisa.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Algumas dificuldades foram enfrentadas ao longo da execução do projeto, as quais podem ser divididas em três grandes problemáticas: heterogeneidade do grupo, pouca cultura de cooperação e ausência de estratégias de atuação coletiva.

O grupo era composto por 11 empresas com portes, níveis de maturidade e de gestão, estruturas físicas e humanas completamente distintas, o que dificultou a execução de ações que atendessem às diversas expectativas e necessidades. E ainda, exigiu adaptações mais urgentes, especialmente na área de gestão e comercialização.

A pouca cultura de cooperação - característica que atinge a maior parte das empresas brasileiras - é ocasionada, sobretudo pela descrença em formas associativas e cooperativas, fazendo com que as empresas olhem exclusivamente para seus negócios e atribuam a solução dos seus problemas à realizações individuais. No início do projeto o impacto dessa característica era mais visível e prejudicial. No entanto, na medida em que o grupo foi criando confiança, internalizando melhor os objetivos do trabalho e vislumbrando avanços coletivos, as dificuldades foram desaparecendo.

O baixo índice de cooperação impacta diretamente na ausência de estratégias de atuação coletiva, ou seja, as empresas acreditavam que poderiam desenvolver todas as soluções demandadas pelos seus clientes, ainda que isso implicasse na “reinvenção da roda”. Mesmo havendo empresas no grupo que possuíam parte da solução pronta, havia uma grande dificuldade em colaborar e celebrar alianças.

Após três anos de trabalho as empresas que integraram Consorcio PBtech de exportações de software, hardware e serviços da Paraíba transformaram-se em casos de sucessos, reconhecidos pelas principais entidades de apoio ao desenvolvimento de ciências e

tecnologia no país. O Estado da Paraíba, até então, contava com uma única empresa exportadora de Tecnologia da Informação – TI e tinha um volume anual de vendas para o mercado internacional de apenas US\$ 169.000,00 ao ano. Como resultado da aliança entre empresas e instituições parceiras, ao final de 2005, O PBtech conquistou a expressiva marca dos US\$ 1.644.364,00.

Dessa forma, através do PBtech as empresas expandiram seus mercados para Bolívia, Paraguai, Estados Unidos, México, Portugal, Hungria, Venezuela, Austrália, Argentina, Angola, Uruguai, Guatemala, Chile, Colômbia, Peru, Sérvia Montenegro, Taiwan, Índia, Coréia do Sul, Canadá, Alemanha, Equador, Zâmbia, Gana, Costa Rica, Jamaica, Holanda, Tailândia, Angola, dentre outros.

## **5. BIBLIOGRAFIA**

Consortio Paraíba PBTECH. Acesso em: 22 de Janeiro de 2006. Disponível em:

<http://www.softech.com.br>

LORANGE, P.; ROOS, J. Alianças Estratégicas: formação, implementação e evolução. São Paulo: Atlas, 1998.

MINERVINI, Nicola. O Exportador. São Paulo: Makron Books, 2001.

KANTER, Rosabeth Moss, Classe Mundial. Editora Campus, 1996.

PORTER, M. E. Clusters and the new economies of competition. Harvard BusinessReview. Nov-dec, 1998.