

## A INFLUÊNCIA DA TRANSIÇÃO DIGITAL NA INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS DE SERVIÇOS: UMA ANÁLISE DO PROGRAMA DE QUALIFICAÇÃO PARA EXPORTAÇÃO DE SERVIÇOS

Arlan Antônio Lemes <sup>1</sup>  
Vanilson Silva Vieira <sup>1</sup>

**Resumo:** : a análise do texto tem como objetivo entender o processo da influência digital na internacionalização das empresas. A internet e as novas tecnologias de informação e comunicação permitiram aumentar a velocidade com que as respostas chegam ao mercado internacional, com o surgimento de novas ferramentas de marketing melhorou a visibilidade das empresas na web, esta análise busca entender como as organizações usam estas ferramentas para alcançar novos clientes e fidelizá-los.

**Palavras-chave:** transição digital; internacionalização; exportação de serviços.

**Na introdução,** destaca-se que a digitalização faz parte da rotina do ser humano (Taiminen & Karjaluoto, 2015). O desenvolvimento e a difusão da Internet e das tecnologias de informação e comunicação tiveram um grande impacto em várias áreas (Ramonienė, Šukevičiūtė, & Škudienė, 2015) e alteraram a forma como os consumidores se envolvem com as marcas (Edelman, 2010).

Vive-se uma época de revolução digital, que proporciona oportunidades históricas com as constantes mudanças obtidas num pequeno período de tempo. De fato, no presente, e cada vez mais, a Internet permite a execução de praticamente todas as atividades do cotidiano e o seu uso como uma ferramenta estratégica tem aumentado nas empresas (Pezderka & Sinkovics, 2011).

Apesar da Internet apresentar um crescente interesse no que se refere ao estudo do seu potencial para um alcance global das empresas, especialmente as PME's, pouco trabalho tem sido feito para provar a viabilidade da Internet como um caminho eficaz para a internacionalização (Sinkovics, Sinkovics, & "Bryan" Jean, 2013).

---

<sup>1</sup> Acadêmicos de Administração, Gestão Comercial e Recursos Humanos do Centro Universitário Araguaia.

As empresas podem seguir diferentes caminhos na utilização da internet como um canal de exportação para mercados internacionais. A Internet foi responsável pela criação de novos modos de entrada, que acontece “*in the virtual rather than the real or spatial domain*” (Yamin & Sinkovics, 2006, p. 340).

**Neste estudo, buscou-se como objetivos** a) entender que ferramentas de comunicação em marketing digital, tais como, o e-mail marketing ou as redes sociais, são usadas na angariação de novos clientes internacionais; b) compreender como estas ferramentas ajudam uma empresa a internacionalizar e a posicionar os seus produtos no mercado internacional.

**Quanto à fundamentação teórica**, foram utilizadas referências bibliográficas que abordam sobre o tema, desta forma, a internacionalização de empresas é vista como uma importante alavanca para o crescimento econômico e está relacionada com as estratégias de transição digital.

O desenvolvimento tecnológico digital, combinada com a crescente globalização das economias, está acelerando os ciclos de inovação. Novas tecnologias digitais, como análise de dados, comunicação digital, inteligência artificiais estão sendo aplicadas em todos os setores da atividade econômica, que inclui as indústrias tradicionais.

Os modelos de internacionalização vão crescendo ao ponto que as organizações de bases digital se tornam por definição; o que leva o processo de transição digital ser concebido de forma abrangente.

Se faz interessante destacar que apesar da ideia de transformação digital sempre surgir com foco, a transição digital demanda centralidade na estratégia por busca de vantagem competitiva. O processo de transição digital requer a mobilização de esforços para a transformação.

Nesse contexto os três níveis de transição digital são: **Conceito**: uso de plataformas digitais; **Transformações**: personalização da experiência de compra e **Benefícios**: reduz a distância e os custos de entrada.

Com essas informações apresentadas é possível perceber que o elemento humano está presente em todos os níveis.

O Atendimento dos técnicos extensionistas possibilita seguir uma lógica que permeia tópicos considerados imprescindíveis ao comércio exterior que durante o atendimento o técnico trata de forma progressiva cada um desses

pontos, dependendo do grau de maturidade da empresa é possível avançar mais rápido ou lentamente.

Dessa forma, é possível encontrar a análise desenvolvida a partir das perspectivas dos técnicos em relação ao plano de trabalho.

Dentro do plano de trabalho é possível verificar os pontos fortes que corresponde a ordem lógica de estudo, da visão do comércio exterior, com abordagem para networking. Já as lacunas correspondem a periodicidade das atualizações de geração de conteúdo e economia de plataformas. Quanto as oportunidades de melhorias refere-se a nova versão padronizada nacional, com apresentação de estudos de casos mostrando melhores práticas.

**Quanto à metodologia, o estudo** trata-se de uma pesquisa exploratória com abordagem qualitativa e utilização de análise documental (Saunders, Lewis & Thornhill, 2016), seguindo o modelo de aprendizado organizacional proposto por Argyris (2004): i) entrevista e observação dos participantes; ii) organização das descobertas para aprendizado e ação; iii) sessões de feedback e estudo comparativo; iv) definição de estratégias para facilitação das mudanças.

**As análises e a discussão dos resultados apresentaram que** conforme evidenciado com os técnicos extensionista foi possível perceber que os pontos fortes centrais do plano de trabalho requer a prospecção de mercado como um elemento essencial no processo de transição digital. A recomendação poderia manter um fluxo constante de informações atualizadas.

Potenciais clientes internacionais podem encontrar na sua empresa a visibilidade internacional e outro elemento essencial. A recomendação poderia atuar no sentido de promover seminários sobre melhores práticas de comércio digital. O material de apoio concede ao técnico extensionista uma base sólida. Constam além de definições das bases teóricas referenciais e indicações de outros materiais pertinentes ao tema.

O plano de exportação é um documento elaborado pelo técnico extensionista responsável pela empresa. Neste plano de exportação é preciso que o técnico extensionista defina após análise com o empresário, as ferramentas e metodologias relevantes. Contudo, a avaliação dos técnicos quanto a predominância desses pontos nos planos de trabalho se tornam fundamentais.

**Nas considerações finais, pode-se dizer que o trabalho analisou**, que a avaliação das técnicas está relacionada não só com a identificação da presença desses pontos. Dado que essas ferramentas e metodologias são essenciais para o processo de transição digital. Em relação ao marketing, o plano de trabalho apresenta certa deficiência relativa as ferramentas digitais que podem ser úteis para o empreendedor.

Em Relação ao e-business percebe-se alguns pontos de melhorias, especialmente na questão do planejamento estratégico voltado para a proposição de valor. .

## REFERÊNCIAS

DA COSTA JÚNIOR, João Florêncio et al. **A Influência da Transição Digital na Internacionalização de Empresas de Serviços**: uma Análise do Programa de Qualificação para Exportação de Serviços (PEIEX) no RN. Simpósio em Negócios Internacionais da Apex-Brasil, p. 70 - 86.