

Barreiras comerciais de entrada de software no Brasil: Um guia para empresas americanas.

Bárbara Branco Uchôa Vasconcelos

RESUMO

Este estudo investiga as barreiras comerciais enfrentadas por empresas americanas de software ao exportar para o Brasil, utilizando-se de uma empresa do Vale do Silício que busca se estabelecer no mercado brasileiro. A pesquisa emprega uma metodologia de análise descritiva qualitativa de dados regulatórios e tributários (SEC, FTC, ANPD, Receita Federal) com entrevistas com 10 vendedores atuantes nos dois países. Os resultados da análise demonstram que a complexa carga tributária brasileira, com impostos que podem chegar a 40% sobre o valor do software, impacta significativamente o custo de aquisição e o sucesso das vendas. As diferenças culturais também são expressivas, com o mercado brasileiro demandando uma abordagem comercial mais relacional e personalizada, com ênfase na construção de confiança e comunicação interpessoal. Conclui-se que a adaptação cultural e a formalização da presença local, por meio de um CNPJ, são cruciais para o sucesso das empresas americanas no Brasil. Pesquisas futuras podem aprofundar o impacto da LGPD e de políticas públicas brasileiras na internacionalização de software.

Palavras-chave: Software como Serviço (SaaS); Legislação Tributária em Software; Cultura de Negócios no Brasil; Estados Unidos; Mercado Brasileiro

ABSTRACT

This study investigates the trade barriers faced by American software companies exporting to Brazil, focusing on a Silicon Valley company seeking to establish itself in the Brazilian market. The research employs a qualitative descriptive analysis of regulatory and tax data (SEC, FTC, ANPD, Receita Federal) alongside interviews with 10 sales professionals active in both

countries. Results show that Brazil's complex tax structure, with rates reaching up to 40% on software, significantly impacts costs and sales success. Cultural differences also play a crucial role, with the Brazilian market requiring a more relational and personalized sales approach, emphasizing trust and interpersonal communication. The study concludes that cultural adaptation and formalizing a local presence, through a CNPJ, are essential for the success of American companies in Brazil. Future research could explore the impacts of Brazil's LGPD and public policies on software internationalization.

Keywords: Software as a Service (SaaS); Software Tax Law; Business Culture in Brazil; United States; Brazilian Market.

1. INTRODUÇÃO

O faturamento do mercado global de software deve atingir a marca de US\$ 698 bilhões em 2024, representando um crescimento de 4,3% em relação ao ano anterior (STATISTA MARKET INSIGHTS, 2024). Impulsionado pela demanda por soluções tecnológicas em setores estratégicos, como saúde, finanças e educação, esse crescimento reflete a transformação digital de economias emergentes e avançadas, além de destacar a crescente importância da tecnologia na geopolítica e na economia global (FROST; SULLIVAN, 2020). No centro desse crescimento estão as empresas americanas de software, reconhecidas por sua inovação e pioneirismo, que buscam novas oportunidades de internacionalização, especialmente em mercados emergentes e de grande potencial, como o Brasil.

Com uma população de mais de 200 milhões e um dos maiores ecossistemas de startups da América Latina, o Brasil apresenta-se como um mercado promissor para a exportação de software. O país ocupa uma posição estratégica na região, tanto pelo seu tamanho de mercado quanto pelo seu potencial de adoção tecnológica. Além disso, com um crescimento estimado de 8,3% no setor de tecnologia em 2023 (ABES, 2023), o Brasil oferece oportunidades não apenas para atender a uma demanda interna crescente, mas também para contribuir com a internacionalização de empresas estrangeiras e consolidar sua posição no cenário global de inovação tecnológica.

Apesar desse panorama atrativo, empresas estrangeiras — especialmente as americanas — enfrentam uma série de desafios para se estabelecerem no mercado brasileiro. Barreiras como altos impostos de importação, uma carga tributária considerada uma das mais complexas do mundo, e processos burocráticos extensos (WORLD BANK, 2021) desestimulam investidores e dificultam o processo de internacionalização (FROST; SULLIVAN, 2020). Além disso, o ambiente regulatório brasileiro, caracterizado por frequentes alterações normativas, exige estratégias robustas e flexíveis que considerem as especificidades culturais e econômicas locais (HOFSTEDE, 2011). No setor de software, essas dificuldades tornam-se ainda mais acentuadas pela necessidade de oferecer preços competitivos em um mercado dinâmico e altamente inovador (OECD, 2020).

Diante desse cenário, a presente pesquisa busca responder à seguinte questão: quais são as principais barreiras comerciais enfrentadas por empresas americanas do setor de software ao entrarem no mercado brasileiro, e quais estratégias podem ser empregadas para superá-las? Apesar do papel central que o Brasil ocupa no contexto tecnológico da América Latina, observa-se uma lacuna na literatura acadêmica no que tange às práticas de internacionalização no setor de software. Estudos existentes frequentemente focam em outros setores, como o agronegócio, e abordam barreiras tarifárias e não tarifárias (ARCESTE, 2018), mas poucos se debruçam sobre estratégias específicas para superar os entraves relacionados à exportação de software.

Para preencher essa lacuna, este trabalho fundamenta-se nas Teorias da Dependência, da Vantagem Comparativa e do Capital Humano, além de abordar as Estratégias de Internacionalização. A Teoria da Dependência fornece uma perspectiva crítica sobre as relações assimétricas entre economias desenvolvidas e em desenvolvimento, enquanto a Teoria da Vantagem Comparativa auxilia na análise das competências competitivas das empresas americanas no Brasil. Já a Teoria do Capital Humano destaca a importância de equipes locais e do conhecimento cultural como fatores de sucesso no processo de internacionalização.

A pesquisa utiliza uma metodologia de análise descritiva qualitativa para identificar e compreender as barreiras comerciais e as oportunidades estratégicas enfrentadas pelas empresas americanas no Brasil. Esse método permite uma abordagem detalhada das dinâmicas fiscais,

regulatórias e culturais que impactam o setor de software, bem como a proposição de soluções práticas adaptadas ao contexto brasileiro.

O objetivo central deste estudo é analisar as diferenças nas barreiras comerciais entre os mercados americano e brasileiro no setor de software, com foco na exportação de empresas dos Estados Unidos. Os objetivos específicos incluem: Identificar os principais fatores que dificultam a comercialização de software no Brasil; Analisar qualitativamente as diferenças culturais, regulatórias e econômicas que influenciam a entrada de empresas americanas no mercado brasileiro; Propor estratégias viáveis para mitigar barreiras comerciais e potencializar a integração das empresas americanas no mercado brasileiro. Ao abordar essas questões, este trabalho visa contribuir para o fortalecimento dos laços econômicos entre Brasil e Estados Unidos, promovendo um ambiente mais favorável à inovação e ao crescimento tecnológico.

A estrutura do artigo está organizada em cinco seções principais. Após esta introdução, a seção seguinte apresenta a revisão de literatura, que explora as teorias centrais utilizadas e o contexto das relações comerciais entre os dois países. A terceira seção detalha a metodologia adotada, incluindo a abordagem qualitativa e as estratégias de análise. Em seguida, a seção de desenvolvimento discute os resultados obtidos da análise, com ênfase nas barreiras identificadas e suas possíveis soluções. Por fim, nas considerações finais, são sintetizadas as principais contribuições do estudo e propostas linhas de pesquisa futuras.

2. REVISÃO DE LITERATURA

1. Introdução e Objetivos da Revisão de Literatura

Esta revisão de literatura visa explorar as teorias da Dependência, Capital Humano, Vantagem Competitiva e Estratégias de Internacionalização e suas implicações para as relações comerciais entre o Brasil e os Estados Unidos no setor de software. A análise segue um percurso teórico e crítico, buscando identificar como essas teorias explicam a dinâmica das barreiras comerciais e os desafios enfrentados pelas empresas americanas no mercado brasileiro. Dado o

contexto de interdependência e competição global, a revisão também considera o contexto cultural e social brasileiro, discutindo as implicações práticas e teóricas dos conceitos apresentados para o desenvolvimento de estratégias eficazes de entrada e operação no mercado de software.

2. Teoria da Dependência: Relações Assimétricas e Barreiras Culturais no Setor de Software

A Teoria da Dependência, formulada por Cardoso e Faletto (1979) e amplamente debatida por estudiosos como Santos (1970) e Evans (2018), descreve a relação desigual entre economias centrais e periféricas, evidenciando como o desenvolvimento de países como o Brasil é condicionado pelas políticas e economias de nações mais desenvolvidas, como os Estados Unidos. No setor de software, essa teoria é particularmente relevante, já que a dependência tecnológica brasileira está atrelada à importação de soluções dos EUA, o que perpetua um ciclo de dependência e limita a inovação local.

Além de descrever essa dependência, autores contemporâneos, como Almeida (2020), destacam como o contexto regulatório brasileiro – exemplificado pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) – tem criado novos desafios para a integração de tecnologias estrangeiras. Empresas americanas enfrentam dificuldades para adaptar seus produtos a esses requisitos, o que revela barreiras de caráter regulatório que afetam o setor de software no Brasil. Em contrapartida, a LGPD também impulsiona a criação de soluções locais, reduzindo a dependência tecnológica e fomentando um mercado interno mais resiliente e autossuficiente a longo prazo.

Nesse sentido, a Teoria da Dependência destaca como os países em desenvolvimento frequentemente dependem das nações desenvolvidas para obter tecnologias, incluindo softwares, o que pode levar à dependência econômica e limitar a capacidade desses países de desenvolver suas próprias capacidades e inovações tecnológicas (COELHO, 2016; MARQUEZ, 2020). A importação de software, como forma de transferência internacional de tecnologia (ITT), pode suprir lacunas tecnológicas, mas também pode reforçar a dependência se não for acompanhada por capacitação e inovação local (NAFIU et al., 2023; ZOU, 1999). As deficiências estruturais

nos países em desenvolvimento, como a falta de infraestrutura e mão de obra qualificada, podem impedir o uso eficaz do software importado e sua tradução em avanços tecnológicos e crescimento econômico (MARQUEZ, 2020; PALMA; PALMA, 2014).

Apesar dos desafios, a importação de software pode oferecer oportunidades de crescimento econômico e recuperação tecnológica para países em desenvolvimento. Ao aproveitar as vantagens de serem retardatários, esses países podem crescer mais rapidamente adotando e adaptando tecnologias de nações desenvolvidas (YIFU; PENGFEI, 2005). Para mitigar a dependência, é crucial investir em educação e desenvolvimento de capital humano, construindo uma força de trabalho qualificada capaz de utilizar e adaptar softwares importados, promovendo a inovação local (NAFIU et al., 2023).

A Teoria da Dependência oferece uma lente crítica para analisar a importação de software, mas é importante considerar o contexto global em constante mudança. A teoria foi criticada por sua suposta obsolescência diante da globalização e do sucesso de algumas regiões periféricas na integração à economia global (MARQUEZ, 2020; PALMA; PALMA, 2014). O potencial das importações de tecnologia para impulsionar o crescimento e a convergência com países desenvolvidos sugere que a dependência não é inevitável, mas um desafio que pode ser superado com políticas estratégicas e investimentos em capacidades locais (ZOU, 1999; YIFU; PENGFEI, 2005).

A importação de software em países em desenvolvimento enfrenta diversas barreiras, que abrangem dimensões econômica, técnica, social e política. Altos custos e taxas de licenciamento podem ser proibitivos, e a disparidade entre o PIB per capita e o custo de softwares proprietários dificulta o acesso a tecnologias essenciais (GHOSH, 2003). Recursos financeiros limitados restringem investimentos em infraestrutura e tecnologias (WILSON, 1990). A capacidade de absorção de tecnologia, incluindo capital humano, habilidades e infraestrutura, é crucial, e muitos países em desenvolvimento carecem desses pré-requisitos (SELMI, 2013). Infraestrutura tecnológica inadequada, como internet instável e hardware insuficiente, também representa desafios para a entrada no mercado brasileiro (ROBREDO et al., 1991).

Resistência cultural à adoção de novas tecnologias e a falta de mão de obra qualificada para gerenciar e manter sistemas de software são barreiras sociais e culturais significativas

(WILSON, 1990; AWNY, 2005). Políticas e regulamentações inadequadas, incluindo questões de direitos de propriedade intelectual, tarifas e burocracia, podem impedir a importação de software (MATTA; BOUTROS, 1989). Instituições e estruturas de governança fracas também dificultam a implementação e o gerenciamento de tecnologias importadas (ROBREDO et al., 1991).

A Teoria da Dependência exerceu forte influência na compreensão da importação de software e tecnologia em países em desenvolvimento, enquadrando-a num contexto de dependência econômica e desigualdade estrutural. Essa teoria argumenta que países em desenvolvimento frequentemente se encontram presos a um ciclo de dependência em relação às nações desenvolvidas, o que pode se manifestar de diversas formas, incluindo a importação de tecnologias e softwares. Essa dependência pode dificultar o desenvolvimento genuíno e perpetuar o subdesenvolvimento, mantendo o domínio econômico e tecnológico dos países desenvolvidos (COELHO, 2016; MARQUEZ, 2020).

Superar essas barreiras exige intervenções estratégicas. A adoção de software de código aberto, por exemplo, pode contornar barreiras econômicas por ser mais acessível e adaptável (GHOSH, 2003). Desenvolver a capacidade local por meio de educação e treinamento aumenta a capacidade de absorção e reduz a resistência à mudança. Ao abordar essas barreiras, os países em desenvolvimento podem se beneficiar do cenário tecnológico global.

3. Teoria da Vantagem Competitiva: Potencial e Limitações da Importação de Software no Brasil

A Teoria da Vantagem Competitiva, proposta por Michael Porter (1985), oferece uma estrutura para entender como a importação de software pode fortalecer a competitividade das empresas brasileiras ao agregar valor a setores como finanças, saúde e indústria. A integração de tecnologias estrangeiras auxilia empresas locais a modernizar suas operações, possibilitando o alinhamento com práticas globais e aumentando sua capacidade competitiva em mercados globais. Segundo Coutinho e Ferraz (2020), embora a importação de software represente uma vantagem estratégica, a alta carga tributária brasileira – particularmente tributos como o ICMS e

o PIS/COFINS – torna essas tecnologias inacessíveis para diversas empresas, especialmente para as pequenas e médias.

Para Porter (1985), a vantagem competitiva de uma nação depende de sua capacidade de inovação e adaptação às condições locais. No entanto, o cenário brasileiro desafia essa premissa, uma vez que o mercado nacional ainda não oferece um ambiente de incentivos e suporte adequado à importação de tecnologias inovadoras. Almeida e Oliveira (2022) sugerem que políticas fiscais que reduzam a carga tributária sobre software poderiam criar um ambiente mais competitivo e estimular a adoção de novas tecnologias, tornando o setor brasileiro de software menos dependente e mais capacitado a competir globalmente.

Nesse sentido, pela ótica da Teoria da Vantagem Competitiva, as barreiras para a importação de software no Brasil podem ser vislumbradas como desafios para fortalecer a competitividade do Brasil no mercado global de software, de modo que abordar as barreiras regulatórias, econômicas e de mercado, equilibrando os interesses nacionais com a competitividade internacional, é essencial para fortalecer sua posição na economia digital global.

O marco regulatório brasileiro impõe normas para a importação de software, incluindo a obrigatoriedade de registrar contratos de transferência de tecnologia no INPI, aumentando a burocracia e gerando incertezas jurídicas (SIEMSEN, 2014; MAGALHÃES; SICHEL, 2020). As leis de aquisições governamentais, como a Lei 8.666/1993, que foi sucedida pela nova lei 14.133 de 2021, também apresentam requisitos que podem conflitar com a dinâmica do mercado de software, dificultando o gerenciamento de contratos e a aquisição eficiente de softwares (PIVATELLI; LEITE, 2017). A tributação de softwares no Brasil é complexa, envolvendo o ICMS e o ISS, e a falta de clareza sobre a aplicação desses impostos a diferentes tipos de software, como software sob demanda e software pronto para uso, gera incertezas e potenciais litígios (NEVES, 2019). A avaliação alfandegária de softwares, especialmente de novas tecnologias, também apresenta dificuldades, resultando em negociações complexas com autoridades e aumentando os riscos para os importadores (BROUILLARD; TERWILLIGER, 2013).

Apesar dos avanços nas políticas de comércio digital, o Brasil ainda precisa reduzir restrições em setores de serviços que impulsionam a transformação digital e participar

ativamente de acordos internacionais para ampliar sua presença no mercado global (“*Identifying the Policy Environment Affecting Digital Trade*”, 2022). Empresas brasileiras de software tendem a focar no mercado interno, limitando sua competitividade internacional. Incentivar a expansão para mercados estrangeiros pode diversificar suas receitas e aumentar sua competitividade (BURZYNSKY et al., 2010).

Para superar esses desafios, o Brasil precisa implementar reformas regulatórias que simplifiquem a transferência de tecnologia e reduzam a burocracia, como a revisão da obrigatoriedade de registro de contratos no INPI e a adequação das leis de compras à flexibilidade do desenvolvimento de software (MAGALHÃES; SICHEL, 2020; PIVATELLI; LEITE, 2017). É crucial estabelecer diretrizes claras para a tributação de softwares, redefinindo o tratamento tributário para diferentes tipos de software e garantindo a aplicação uniforme em todas as jurisdições (NEVES, 2019). O Brasil deve também atualizar suas políticas de comércio digital e participar de acordos internacionais para reduzir barreiras à importação e fortalecer sua posição no mercado global (“*Identifying the Policy Environment Affecting Digital Trade*”, 2022). É fundamental incentivar a internacionalização de empresas brasileiras de software por meio de incentivos e iniciativas governamentais que as auxiliem a superar o foco no mercado interno e aumentar sua competitividade global (BURZYNSKI et al., 2010).

A importação de software, analisada sob a ótica da Teoria da Vantagem Competitiva, permite que empresas brasileiras accessem tecnologias e inovações desenvolvidas no exterior, incorporando-as em suas operações para aumentar a eficiência e a competitividade. O uso de softwares de código aberto, por exemplo, oferece recursos econômicos e de alta qualidade que podem ser adaptados às necessidades locais (KURPPA, 2013). A importação de software possibilita que empresas brasileiras se concentrem no desenvolvimento de capacidades complementares, como atendimento ao cliente e adaptação ao mercado local, criando vantagens competitivas únicas, em linha com a teoria da Visão Baseada em Recursos (RBV) (MATOSO & ABIB, 2016; VIANA ET AL., 2014). A importação também facilita parcerias estratégicas com empresas internacionais, abrindo portas para novos mercados, canais de distribuição e oportunidades de transferência de conhecimento e inovação (TONINI et al., 2012).

Apesar do potencial, a importação de software apresenta desafios. A compatibilidade com a cultura e o mercado local é crucial, pois softwares importados podem não se adequar às práticas e preferências do consumidor brasileiro, impactando sua aceitação (Giraldi & Carvalho, 2004; GIRALDI & CARVALHO, 2021). A dependência de fornecedores estrangeiros também pode gerar riscos relacionados a interrupções na cadeia de suprimentos, alterações em contratos e instabilidades geopolíticas, comprometendo a vantagem competitiva a longo prazo (VIANA et al., 2014). Os custos de licenciamento, personalização e integração também devem ser considerados para garantir que os benefícios da importação superem as despesas (PONTER, 1998).

As empresas brasileiras devem avaliar cuidadosamente o alinhamento estratégico da importação de software com seus objetivos e as condições de mercado. A vantagem competitiva não depende apenas da tecnologia em si, mas também de sua integração à cadeia de valor da empresa e da complementaridade com as capacidades existentes. A dinâmica da vantagem competitiva exige adaptação e inovação contínuas para manter a liderança no mercado (MISHRA, 2017; KOVALENKO, 2022).

4. Teoria do Capital Humano: Qualificação Local como Resposta às Barreiras Culturais

A Teoria do Capital Humano, desenvolvida por Schultz (1961) e Becker (1964), enfatiza que os conhecimentos, habilidades e competências adquiridos pelos indivíduos representam um recurso essencial para o crescimento econômico e para a competitividade organizacional. No contexto de internacionalização e comércio exterior, essa teoria destaca a importância de investir em pessoas que compreendam profundamente as nuances culturais, econômicas e sociais dos mercados-alvo (SCHULTZ, 1961; BECKER, 1964).

Empresas americanas que desejam exportar software para o Brasil frequentemente enfrentam barreiras culturais significativas, incluindo diferenças linguísticas, preferências locais e estilos de negociação. Estudos como os de Hofstede (1980) e Trompenaars (1997) já demonstraram como variações nos valores culturais podem influenciar as relações de negócios

internacionais. Para superar esses desafios, a contratação de vendedores nativos brasileiros pode ser uma estratégia eficaz. Esses profissionais trazem não apenas conhecimento do idioma e da cultura local, mas também a habilidade de interpretar expectativas e comportamentos dos consumidores de maneira mais precisa, criando um ambiente de maior confiança nas relações comerciais (HOFSTEDE, 1980; TROMPENAARS, 1997).

Segundo Oliveira e Santos (2021), empresas que investem em capital humano local aumentam sua capacidade de penetrar mercados estrangeiros, pois vendedores nativos tendem a compreender melhor os requisitos regulatórios e a adaptação necessária para os produtos. No caso do setor de software, profissionais brasileiros contratados por empresas americanas podem oferecer insights sobre adaptações tecnológicas específicas, como requisitos da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), e sobre as melhores práticas para personalização de produtos e serviços (OLIVEIRA; SANTOS, 2021).

Além disso, vendedores nativos possuem maior facilidade para navegar pela complexa burocracia brasileira e negociar com clientes locais, que frequentemente valorizam interações personalizadas e relacionamentos de longo prazo. Isso está alinhado com a visão de Czinkota e Ronkainen (2013), que destacam que a sensibilidade cultural e o entendimento local são cruciais para construir uma vantagem competitiva sustentável (CZINKOTA; RONKAINEN, 2013).

Por outro lado, investir em capital humano local também se conecta à necessidade de desenvolver e reter talentos no mercado interno. Conforme afirmado por Katz e Ribeiro (2020), a dependência de software importado pode ser mitigada não apenas por políticas regulatórias, mas também pela criação de um ecossistema que valorize e capacite profissionais locais para intermediar e adaptar tecnologias estrangeiras (KATZ; RIBEIRO, 2020).

A integração de vendedores brasileiros no processo de internacionalização também pode reduzir a distância psíquica, conforme discutido por Johanson e Vahlne (2009), entre empresas americanas e o mercado brasileiro. Isso ocorre porque profissionais nativos atuam como mediadores culturais, facilitando a comunicação entre as partes e promovendo um entendimento mais claro das necessidades e preocupações do cliente (JOHANSON; VAHLNE, 2009).

Portanto, a Teoria do Capital Humano não apenas reforça a relevância da qualificação de trabalhadores locais, mas também sublinha a importância de considerá-los como ativos estratégicos em mercados estrangeiros. No caso das empresas americanas de software, a contratação de vendedores nativos brasileiros representa uma abordagem prática para superar barreiras culturais, ampliar a competitividade e promover a integração entre os dois mercados (SCHULTZ, 1961; BECKER, 1964).

5. Estratégias de Internacionalização e Superação de Barreiras Comerciais no Brasil

As teorias de internacionalização, especialmente o Modelo Uppsala de Johanson e Vahlne (2009), defendem que a internacionalização de empresas deve ser gradual e baseada no aprofundamento do conhecimento sobre o mercado-alvo. No contexto brasileiro, isso significa que empresas americanas de software devem adaptar suas estratégias de entrada e operação, levando em conta os desafios culturais, tributários e regulatórios específicos do país.

A adoção de modelos de negócio flexíveis, como o Software as a Service (SaaS), permite que empresas minimizem os obstáculos associados à importação física de software. De acordo com Contractor (2019), o SaaS não apenas reduz os custos de entrada, mas também facilita a conformidade com as regulamentações brasileiras, como a LGPD, e responde a exigências específicas do consumidor local. Parcerias com distribuidores e representantes locais, outra estratégia recomendada, permitem a criação de uma rede de apoio que torna as empresas estrangeiras mais competitivas e menos vulneráveis a barreiras culturais e comerciais.

Empresas brasileiras que buscam se internacionalizar enfrentam diversas barreiras comerciais, como a concorrência de players globais e desafios regulatórios. Para superá-las, estratégias de internacionalização incluem a inovação tecnológica, aquisição estratégica de ativos e políticas financeiras de apoio (STAL, 2010; CARVALHO et al., 2010).

A inovação tecnológica contribui para a internacionalização de empresas brasileiras. Empresas como Embraer e Natura alcançaram sucesso em mercados estrangeiros com inovação em produtos e processos, competindo globalmente. O investimento direto pode ser necessário

para estabelecer posição em mercados internacionais, especialmente contra empresas tecnologicamente avançadas (STAL, 2010). A busca por ativos tecnológicos no exterior, através de aquisições ou alianças estratégicas, permite acesso a tecnologias avançadas e aumenta a competitividade (CARVALHO et al., 2010).

Empresas brasileiras realizam investimentos estratégicos em busca de ativos para adquirir recursos e competências, buscando racionalizar a produção e explorar economias de especialização e localização (ROVAI et al., 2018; ROVAI; PLONSKLI, 2014). Estratégias de busca de mercado também são comuns, explorando vantagens de localização e sinergias, como nos setores de implementos agrícolas e carne, que se expandiram para países com condições favoráveis e menor resistência (ROVAI ET AL., 2018; PIGATTO; PIGATTO, 2015).

O BNDES apoia a internacionalização, fornecendo recursos financeiros e facilitando investimentos, ajudando empresas a superar barreiras e expandir globalmente (SANTOS, 2018; PIGATTO; PIGATTO, 2015). Desafios nos sistemas de apoio regulatório e financeiro, como no setor farmacêutico, indicam a necessidade de políticas aprimoradas.

O perfil empreendedor e as capacidades organizacionais influenciam a internacionalização de empresas globais nascidas no Brasil. Essas empresas geralmente dependem de redes, localização geográfica e diferenciação de produtos para acelerar sua expansão (SOUZA; GIANEZINI, 2020). Na indústria de calçados, a interação entre a dinâmica do setor, capacidades organizacionais e influências institucionais molda as estratégias de internacionalização, destacando a importância do alinhamento estratégico (CALIXTO, 2013).

O cenário competitivo exige adaptação contínua. Políticas governamentais e instituições financeiras fornecem suporte. Pesquisa e desenvolvimento de políticas abordam a dinâmica dos negócios internacionais e contribuem para o sucesso de empresas brasileiras no mercado global. O modelo de Uppsala, que descreve a internacionalização gradual e o aprendizado por meio da experiência, pode ser adaptado ao contexto brasileiro, considerando suas condições econômicas, culturais e de mercado (DAL-SOTO et al., 2014; TORRENS et al., 2014). Essa abordagem gradual permite que empresas, especialmente PMEs, acumulem conhecimento e reduzam riscos em mercados externos (IBID). Empresas brasileiras, como as do setor de frigoríficos, demonstram a necessidade de adaptação rápida a mudanças econômicas (MOURA, 2017).

Alianças estratégicas, parcerias e exportações são modos iniciais de entrada em mercados estrangeiros, alinhando-se com o modelo de Uppsala (“Internacionalização de Empresas Brasileiras: Motivos, Métodos e Diferenciais,” 2023). A integração do Modelo de Rede com o Modelo de Uppsala permite capitalizar relacionamentos e redes existentes (MUNIZ, 2004). Combinar o modelo de Uppsala com a Visão Baseada em Recursos (RBV) aprimora o processo de internacionalização de PMEs brasileiras, focando em seus recursos e capacidades (TORRENS et al., 2014). Recursos gerenciais contribuem para o sucesso da internacionalização (IBID).

O conceito de distância psíquica, que se refere às diferenças entre mercados, é relevante para empresas brasileiras. Compreender e gerenciar essas diferenças auxilia na seleção de mercados e estratégias de entrada (DAL-SOTO et al., 2014; “Internacionalização de Empresas Brasileiras: Motivos, Métodos e Diferenciais,” 2023). Empresas brasileiras geralmente priorizam mercados cultural ou geograficamente próximos, reduzindo desafios e facilitando a internacionalização (IBID).

Adaptações recentes ao modelo de Uppsala enfatizam a necessidade de velocidade e sincronização em mercados dinâmicos (JOHANSON et al., 2021). Empresas brasileiras podem se beneficiar sendo ágeis e responsivas às mudanças (IBID). A capacidade de adaptação rápida a mudanças, tanto nacionais quanto internacionais, contribui para manter a competitividade (MOUTA, 2017; JOHANSON et al., 2021).

O contexto brasileiro pode exigir mais flexibilidade e rapidez nos esforços de internacionalização. Mercados emergentes como o Brasil exigem equilíbrio entre aprendizado gradual e adaptação rápida para aproveitar oportunidades e mitigar riscos. Ao integrar o modelo de Uppsala às práticas e condições locais, empresas brasileiras podem aprimorar seu desempenho e alcançar crescimento sustentável no mercado global.

3. METODOLOGIA

3.1. Delineamento da Pesquisa

A pesquisa adota uma análise descritiva qualitativa, com o objetivo de explorar e compreender as particularidades dos mercados de software nos Estados Unidos e no Brasil, além de identificar barreiras comerciais que possam informar práticas de mitigação. A escolha dessa abordagem se justifica pela necessidade de examinar as interações entre regulação, cultura e comércio, oferecendo uma visão detalhada sobre o tema a partir de dados descritivos.

O paradigma interpretativo orienta a pesquisa, destacando a subjetividade dos dados coletados e sua análise contextualizada. Essa perspectiva permite interpretar os desafios regulatórios e culturais em sua complexidade, contribuindo para a proposição de soluções aplicáveis.

3.2. Coleta de Dados

Os dados foram coletados a partir de fontes secundárias, como relatórios e regulamentos de órgãos oficiais dos Estados Unidos (SEC, FTC) e do Brasil (ANPD, Receita Federal e Camex). Além disso, foram analisados documentos específicos relacionados ao setor, como o California Consumer Privacy Act (CCPA). Dados primários foram obtidos por meio de entrevistas semiestruturadas com 10 vendedores de uma empresa de software do Vale do Silício, selecionados por sua experiência nos mercados americano e brasileiro. As entrevistas tiveram duração média de 30 minutos, foram registradas com autorização dos participantes e buscaram captar as percepções sobre desafios culturais, operacionais e regulatórios. A amostragem intencional garantiu que os entrevistados tivessem experiência relevante para o tema.

3.3. Análise de Dados

Os dados foram analisados qualitativamente com base na categorização de temas recorrentes, como barreiras culturais, desafios regulatórios e impactos tributários. Técnicas de codificação foram aplicadas para identificar padrões e conexões entre os dados coletados, permitindo uma análise aprofundada do contexto investigado. A confiabilidade foi assegurada pela triangulação de dados, comparando informações obtidas de documentos regulatórios, literatura e entrevistas. Além disso, cuidados éticos foram tomados durante todo o processo, garantindo o consentimento informado dos participantes e a proteção de suas identidades.

4. DESENVOLVIMENTO

Para a análise comparativa, o trabalho foi organizado com a seguinte estrutura para facilitar a compreensão dos leitores: a apresentação da empresa selecionada, apresentação dos dados com os fatores diretos e indiretos identificados e em seguida, a análise e discussão dos resultados.

4.1 Apresentação

Neste estudo, vamos explorar as barreiras comerciais que as empresas americanas enfrentam ao tentar exportar software para o Brasil, dentro de um cenário global dinâmico e em constante evolução. O mercado de software é um setor vasto e multifacetado, abrangendo desde sistemas operacionais e aplicativos de produtividade até soluções mais complexas voltadas para empresas. Nesse contexto, a inovação tecnológica e a crescente demanda por soluções baseadas em nuvem têm sido elementos centrais que moldam esse mercado.

Com a globalização, empresas de software têm a oportunidade de operar em escala internacional, atingindo clientes em diversas regiões do mundo. Gigantes como Microsoft, Google e Apple dominam esse cenário, mas é importante notar a presença significativa de empresas de outras partes do mundo, como a SAP da Alemanha e a Tata Consultancy Services da Índia. Essa competitividade intensa fomenta a criação de ecossistemas de inovação, em que startups e empresas consolidadas colaboram e competem em busca de soluções tecnológicas que atendam às demandas do mercado.

Um aspecto a ser considerado é a prestação de serviços, que inclui desde o desenvolvimento de software personalizado até suporte técnico e consultoria. Esses serviços são essenciais não apenas para a implementação de soluções, mas também para sua manutenção e atualização. O modelo de Software como Serviço (SaaS) tem ganhado destaque, permitindo que empresas ofereçam acesso a suas soluções via nuvem, o que facilita a adoção por parte dos usuários e reduz a necessidade de investimentos iniciais elevados.

Para ilustrar essa realidade, optou-se analisar uma empresa fundada em 2019, acelerada pela Y Combinator, uma das aceleradoras do Vale do Silício. Recentemente, essa empresa levantou 55 milhões de dólares em uma rodada de investimento Série B, evidenciando seu potencial no mercado. A missão dela é se tornar a melhor solução de controle e automação financeira e contábil, o que reflete uma ambição alinhada com a busca por inovação e competitividade.

Com cerca de 300 colaboradores, sendo aproximadamente 50 voltados para a área comercial, a equipe da empresa analisada é organizada de maneira regional, englobando América do Sul, América do Norte, Brasil e operações globais. Para este artigo, concentrei-me em entrevistar os vendedores atuantes no Brasil e na equipe global, o que me proporcionou uma visão mais clara sobre as barreiras enfrentadas no mercado local. O produto em questão é um software SaaS no-code que oferece uma gama de funcionalidades, desde a extração de dados até a automação de lançamentos contábeis.

Vale destacar que, até o momento, a empresa não possui um Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) no Brasil. A equipe brasileira está em formação, utilizando contratações via terceiros. Como membro da equipe comercial, tive a oportunidade de dialogar com colegas sobre os desafios que enfrentamos e as possíveis soluções que poderíamos implementar. Essas discussões revelaram fatores diretos e indiretos que impactam as vendas, oferecendo insights valiosos para a análise comparativa que se seguirá.

À medida que avançamos, examinaremos as barreiras comerciais em detalhe e as estratégias que a empresa tem adotado para superá-las, alinhando essa discussão às teorias da Dependência, Vantagem Competitiva e Capital Humano. A intenção é não apenas entender as dinâmicas comerciais entre os Estados Unidos e o Brasil, mas também oferecer uma visão prática que possa guiar outras empresas na exploração desse mercado promissor.

4.2 Apresentação dos Dados

Os dados a seguir são apresentados em duas seções principais. A primeira detalha os fatores diretos, relacionados às regulamentações e exigências de compliance e segurança na comercialização de software nos Estados Unidos e no Brasil. A segunda seção examina os fatores indiretos, que abrangem elementos culturais, econômicos e comportamentais que influenciam as relações comerciais e as escolhas dos consumidores em ambos os mercados.

4.2.1 Fatores Diretos na Comercialização de Software

A análise descritiva qualitativa revelou dois principais fatores diretos que impactam a comercialização de software entre os Estados Unidos e o Brasil: compliance e regulamentação, e tributação.

O primeiro fator identificado foi o compliance e regulamentação. Nos Estados Unidos, a proteção à propriedade intelectual é central, com empresas sendo obrigadas a registrar patentes, direitos autorais e marcas junto ao United States Patent and Trademark Office (USPTO). Além disso, normas internacionais, como a certificação ISO 27001 (Segurança da Informação), são amplamente utilizadas para garantir a qualidade e a segurança dos produtos. Outras regulamentações, como a Lei Sarbanes-Oxley (SOX), reforçam a transparência contábil e a prevenção de fraudes, conferindo maior credibilidade aos softwares exportados.

No Brasil, as exigências de compliance começam com o registro das empresas na Junta Comercial e obtenção de um Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). A proteção da propriedade intelectual é regulamentada pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), enquanto a Lei de Software (Lei nº 9.609/98) estabelece normas específicas para contratos de licença de uso. Recentemente, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) trouxe diretrizes mais rigorosas sobre a coleta e o processamento de dados, alinhando-se às práticas globais de proteção de informações pessoais.

O segundo fator direto identificado foi a tributação e os impostos. Nos Estados Unidos, a tributação varia significativamente entre estados e municípios. Por exemplo, o "sales tax" (imposto sobre vendas) incide sobre softwares prontos (COTS), enquanto softwares

personalizados e modelos SaaS (Software como Serviço) podem ser tributados de forma diferenciada, dependendo das legislações locais (IRS, 2024).

No Brasil, a carga tributária sobre software é notoriamente elevada. O ISS (Imposto Sobre Serviços), que varia de 2% a 5% conforme o município, incide diretamente na comercialização. Além disso, pagamentos internacionais para serviços de software estrangeiros estão sujeitos ao IOF (Imposto sobre Operações Financeiras), IRRF (Imposto de Renda Retido na Fonte), PIS e COFINS, resultando em uma carga tributária que pode ultrapassar 40% do valor total, agravada pelas oscilações cambiais (RECEITA FEDERAL, 2024).

Imposto	Subclassificações	Descrição
Vendas	Software de Caixa (COTS - Commercial Off-The-Shelf)	Este tipo de software, vendido em formato físico, geralmente está sujeito a imposto sobre vendas em todos os estados que impõem tal tributação, uma vez que é considerado uma mercadoria tangível
	Software Personalizado	O tratamento fiscal do software desenvolvido sob encomenda pode diferir. Em alguns estados, ele pode ser isento de impostos ou ter uma taxa reduzida, já que é considerado um serviço em vez de um produto.
	Software como Serviço (SaaS):	A tributação sobre SaaS varia ainda mais. Alguns estados o classificam como um serviço, não aplicando o imposto sobre vendas, enquanto outros o tratam como um produto tangível, impondo a tributação.
Renda e Lucro	CIT (Corporate Income Tax).	A alíquota federal para o CIT atualmente é de 21%, estabelecida pela reforma tributária de 2017, conhecida como Tax Cuts and Jobs Act (TCJA)

Figura 1 Impostos EUA 2024

Fonte: IRS (2024)

Imposto	Nomenclatura	Descrição
ISS	Imposto sobre Serviços	Este imposto municipal incide sobre a prestação de serviços, incluindo os de software, com alíquotas que variam de 2% a 5%, dependendo do município.
IOF	Imposto sobre Operações Financeiras	O IOF aplica-se a operações financeiras, como pagamentos internacionais, com uma alíquota de 0,38% sobre o valor do câmbio, que deve ser recolhida na data de fechamento do câmbio.
IRRF	Imposto de Renda Retido na Fonte	Pagamentos a empresas estrangeiras podem estar sujeitos a retenção de IRRF, com alíquotas que variam de 15% a 25% se o prestador estiver em um país considerado paraíso fiscal, também recolhido na data de fechamento do câmbio.
ICMS	Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços	Embora o ICMS não incida diretamente sobre serviços, sua aplicação pode ocorrer dependendo da interpretação fiscal, variando entre estados.
PIS e COFINS	Programa de Integração Social e Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social	Estas contribuições podem ser aplicáveis a transações internacionais, com alíquotas variando entre 1,65% e 7,60%. O recolhimento deve ocorrer na data de fechamento do câmbio.

Figura 2 Impostos Brasil 2024

Fonte: RECEITA FEDERAL (2024)

4.2.2 Fatores Indiretos na Comercialização de Software

Os fatores indiretos são aqueles que, embora não relacionados diretamente ao produto ou serviço, afetam as relações comerciais e as decisões de compra. Isso inclui aspectos culturais, de comunicação e de percepção de valor.

No que tange aos fatores indiretos de comercialização de software, um primeiro fator diz respeito à cultura e às relações comerciais de softwares nos Estados Unidos. No mercado americano, a cultura e o idioma influenciam a objetividade nas negociações. O inglês, que tende a priorizar um discurso direto e orientado para resultados, facilita processos rápidos de decisão.

Compradores americanos geralmente baseiam-se em certificações e cases de sucesso para validar a qualidade do software, sem demandar extensas provas de conceito Pocs(provas de conceito). O ciclo de vendas é estruturado para converter interações rapidamente em reuniões com os tomadores de decisão, em que o foco está em especificações, custo e tempo de implementação, sem necessidade de muita interação humana após a venda. Esse ritmo direto e autogerenciado minimiza contatos adicionais, facilitando a expansão de contratos sem negociações detalhadas.

De outro lado, como uma variação deste fator indireto, tem-se um segundo fator que está relacionado com a cultura e as relações comerciais de softwares no Brasil. No Brasil, a cultura é mais relacional, com ênfase na construção de confiança e proximidade com o cliente. A comunicação interpessoal é essencial: enquanto e-mails e ligações frias (cold calls) são menos eficazes, abordagens mais pessoais, como "warm intros" e o uso de WhatsApp e LinkedIn, são cruciais para iniciar o contato com os tomadores de decisão. Após a primeira reunião, técnicas como o espelhamento e a apresentação detalhada do produto ajudam a conquistar a confiança dos compradores, que frequentemente preferem demonstrações presenciais e períodos de teste antes de firmar o contrato. Além disso, o processo de pagamento e renovação é mais negociado, devido à variação cambial e às altas taxas sobre importação.

Em resumo, as exigências de compliance, segurança e tributação em ambos os países apresentam desafios distintos, enquanto as características culturais e comportamentais moldam as estratégias de venda e de retenção de clientes. No Brasil, uma abordagem mais pessoal e adaptada às nuances locais se mostra indispensável para que o software importado seja bem aceito e utilizado.

5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As informações coletadas demonstram que as diferenças entre o Brasil e os Estados Unidos na comercialização de software vão além de barreiras regulatórias e tributárias, revelando contrastes fundamentais na governança de tecnologia, cultura empresarial e comportamentos de compra.

Nos aspectos diretos, os Estados Unidos se destacam como líderes em segurança da informação e compliance, proporcionando um ambiente normativo maduro e reconhecido globalmente. O uso de certificações como ISO e a exigência de auditorias SOX facilitam a exportação de software para mercados externos, já que padrões de governança como esses têm ampla aceitação. No Brasil, embora a LGPD represente um avanço, o país enfrenta desafios para atingir níveis similares de reconhecimento em governança tecnológica. A falta de estruturas robustas e uniformes para a certificação internacional das empresas brasileiras ainda representa uma barreira, especialmente para fornecedores que buscam atuar no exterior.

A carga tributária brasileira sobre a importação de software também se destaca como um obstáculo. Enquanto os impostos sobre software nos EUA são menos complexos e mais uniformes, no Brasil, a incidência de tributos e a variação de alíquotas entre estados criam um cenário de custos elevados e instáveis. Um software que seria isento em estados como a Califórnia, nos EUA, enfrenta tributações que podem chegar a 40% sobre seu valor final no Brasil. Além disso, esses custos adicionais representam uma barreira significativa para empresas brasileiras que desejam adquirir software importado. A diferença é ainda mais perceptível ao converter esses valores para o real, destacando a desvantagem em relação ao custo de aquisição de um software local, mesmo quando a licença mínima é considerada. Esse impacto financeiro, somado à oscilação cambial, torna a aquisição de software americano substancialmente mais onerosa, limitando o interesse de empresas sem subsidiárias locais.

	BRASIL	EUA	FONTES
REGULAMENTAÇÃO E COMPLIANCE	ISO, SOX certificados internacionais	ISO, SOX certificados internacionais	Securities and Exchange Commission (SEC), a agência reguladora responsável pela aplicação do C Act nos Estados Unidos.
SEGURANÇA DE DADOS E PRIVACIDADE	Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)	Lei de Proteção de Informações Pessoais dos Consumidores da Califórnia (California Consumer Privacy Act - CCPA)	Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) Federal Trade Commission (FTC) e o Departamento de Saúde e Serviços Humanos (HHS), dependendo do setor e da natureza da violação.
TARIFAS E IMPOSTOS	Imposto sobre Serviços (ISS); Imposto sobre Operações Financeiras (IOF); Imposto de Renda Retido na Fonte (IRRF); ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços); PIS (Programa de Integração Social) e COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social)	Imposto sobre Vendas Estadual (Sales Tax) Imposto sobre Vendas em Transações Online; Imposto sobre Valor Agregado (Value-Added Tax - VAT) Imposto sobre Serviços (Service Tax)	Secretaria Especial da Receita Federal do Brasil (RFB)/ Câmara de Comércio Exterior (Camex)/Ministério da Economia/ Associações e Câmaras de Comércio Internal Revenue Service (IRS)U.S. Customs and Border Protection, órgão do Departamento da Segurança Interna (US Department of Homeland Security)

Figura 1 Aspectos Diretos 2024

Fonte: Elaborada pela autora (2024)

Nos aspectos indiretos, os contrastes culturais entre os mercados são igualmente influentes. Empresas e consumidores americanos tendem a preferir uma abordagem objetiva e direta, com ciclos de vendas curtos e alto volume de interações. A eficácia de metodologias como MEDPICC e o uso frequente de "cold calling" reflete uma cultura voltada à eficiência e ao foco no resultado. Essa abordagem, aliada à concorrência intensa no setor, estimula empresas americanas a investirem em estratégias agressivas e bem estruturadas para conquistar rapidamente a confiança dos compradores. Eventos de networking e conferências setoriais são oportunidades estratégicas para captar novos negócios, enquanto o *inbound marketing* é menos eficaz devido à saturação do mercado.

No Brasil, a experiência de compra é notavelmente distinta, sendo mais relacional e voltada para a construção de confiança. O ciclo de vendas é mais longo e demanda um contato interpessoal mais próximo, pois o consumidor brasileiro valoriza a proximidade e a confiança no relacionamento com o fornecedor. Estratégias como demonstrações presenciais, *storytelling* de casos de sucesso e orçamentos para visitas de campo são fundamentais para consolidar a credibilidade. Além disso, o uso extensivo de plataformas como WhatsApp e LinkedIn nas negociações reforça a preferência por uma comunicação personalizada e contínua, adaptada ao perfil do cliente. Esse modelo gera uma experiência de compra mais humanizada, valorizando a presença e o entendimento mútuo, o que aumenta a fidelidade, mas também torna o processo mais demorado e custoso para as empresas vendedoras, surgindo a necessidade do uso de capital humano local. (SCHULTZ, 1961; BECKER, 1964)

Outro desafio relevante na compra de software pelos brasileiros é a precificação em dólar, fator que gera incertezas devido à flutuação cambial. Essa variação, somada à já elevada carga tributária, faz com que o custo final para o consumidor brasileiro seja muito superior ao que as empresas americanas pagariam em condições semelhantes. Esse diferencial de custo desencoraja a adesão a softwares importados e reforça o interesse por soluções locais, capazes de oferecer uma relação custo-benefício mais competitiva.

	BRASIL	EUA	FONTES
IDIOMA E CULTURA	Português e Cultura minuciosa, calorosa, necessidade de criação de relacionamento, contato com a ferramenta antes da compra.	Inglês, venda objetiva e curta. Identificação da necessidade, preço e tomada de compra.	Conversas e coleta de feedbacks de 20 vendedores
CICLO DE VENDAS.E RELAÇÕES COMERCIAIS	Mercado Brasileiro: Baixa concorrência de tecnologia; mercado em expansão; Estratégias de Approach: Cold approaches não funcionam, saturação meios de informação, warm intros ou abordagem personalizado linkedin Negociação: Proximidade, visitas presenciais, caso virtual demonstrações e construção de relacionamento Implementação: Onboarding pessoal	Mercado Estadunidense: Alta Concorrência Estratégias de Approach: Volume coldcalls e mailing Negociação: Objetiva em métricas, dor e solução Implementação: Impessoal, onboarding autogestionável	Conversas e coleta de feedbacks de 20 vendedores

Figura 2 Aspectos Indiretos 2024

Fonte: Elaborada pela autora (2024)

Esses dados sugerem que, para uma maior integração entre os mercados, seria necessário não apenas revisar aspectos tributários, mas também considerar as diferenças culturais e psíquicas que afetam as relações comerciais (DAL-SOTO et al., 2014; “Internacionalização de Empresas Brasileiras: Motivos, Métodos e Diferenciais,” 2023). Dessa forma, as empresas de software americanas que buscam expandir para o Brasil precisam adaptar suas estratégias para enfrentar as barreiras fiscais e, ao mesmo tempo, investir em abordagens que valorizem o relacionamento de longo prazo e a personalização no atendimento alinhado (PORTER, 1998).

Corroborando com o estudo de Siemsen (2014) sobre a burocacia no setor de software no Brasil, os resultados desta análise revelam convergências e complementaridades que enriquecem a compreensão das barreiras comerciais no setor de software entre Brasil e Estados Unidos. A Teoria da Dependência, ao destacar a relação assimétrica entre os dois países, fornece uma base para entender o impacto das políticas americanas sobre o mercado brasileiro (MAGALHÃES; SICHEL, 2020). Em contrapartida, a Teoria da Vantagem Competitiva, como proposto por Neves

(2019), indica que a importação de software pode ser vantajosa, desde que o ambiente regulatório e tributário seja favorável.

Adicionalmente, a Teoria do Capital Humano e as estratégias de internacionalização, especialmente o Modelo de Uppsala, reforçam que, embora a dependência seja um desafio, ela pode ser mitigada por meio de abordagens adaptativas e parcerias locais. Por exemplo, a contratação de profissionais nativos brasileiros permite às empresas americanas superar barreiras culturais e psíquicas, alinhando suas práticas às necessidades do mercado local (CONTRACTOR, 2019). Essa perspectiva destaca a importância de qualificar e integrar equipes locais como uma solução estratégica para enfrentar desafios regulatórios e culturais específicos, como os observados no mercado brasileiro.

No entanto, a aplicação dessas teorias revela limitações dentro do contexto brasileiro. A Teoria da Dependência e a Teoria da Vantagem Competitiva, por serem essencialmente estruturais, oferecem pouca flexibilidade para adaptações locais ágeis. Por sua vez, enquanto o Modelo de Uppsala propõe uma entrada gradual nos mercados, ele não aborda diretamente as especificidades regulatórias e culturais do Brasil, conforme observado por Giraldi e Carvalho (2021). Isso sugere a necessidade de uma abordagem teórica mais híbrida, que integre adaptabilidade e resiliência para lidar com as particularidades de mercados emergentes como o brasileiro.

Essas teorias e estratégias analisadas proporcionam várias implicações práticas e teóricas para empresas de software interessadas em operar no Brasil. No aspecto prático, a pesquisa aponta que a formalização do registro local, por meio do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), pode reduzir a carga tributária e simplificar o processo de importação, fato destacado por Pivatelli e Leite (2017). Em termos estratégicos, a formação de equipes comerciais locais representa uma vantagem competitiva ao permitir uma compreensão mais profunda das particularidades culturais e regulamentares brasileiras (BURZYNSKI et al., 2010).

Teoricamente, o estudo contribui para uma compreensão aprimorada das relações comerciais assimétricas entre Brasil e Estados Unidos e da análise das barreiras comerciais no setor de software. A partir da perspectiva da Teoria do Capital Humano, fica evidente que a qualificação de trabalhadores locais é um fator-chave para superar essas barreiras e melhorar a interação entre

empresas americanas e o mercado brasileiro. Essa abordagem também encontra respaldo na Teoria da Vantagem Competitiva, que argumenta que, embora as barreiras para importação representem desafios, elas também podem estimular inovações e práticas comerciais mais adaptadas às condições locais (MISHRA, 2017).

Essas implicações tornam evidente a importância de abordagens teóricas e práticas alinhadas às condições locais, demonstrando que uma visão integrada pode aumentar a competitividade do Brasil e contribuir para sua posição na economia digital global.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS E SUGESTÕES

Este estudo procurou compreender os desafios enfrentados por empresas americanas do setor de software ao tentar se estabelecer no mercado brasileiro, utilizando uma abordagem de análise descritiva qualitativa fundamentada nas teorias da Dependência, da Vantagem Comparativa, do Capital Humano e nas Estratégias de Internacionalização. A análise revelou que, embora a entrada no mercado brasileiro seja dificultada por diferenças regulatórias, fiscais e culturais entre Brasil e Estados Unidos, essas barreiras também criam oportunidades para adaptações estratégicas que podem fomentar um intercâmbio comercial mais equilibrado (SIEMSEN, 2014; MAGALHÃES; SICHEL, 2020).

A Teoria da Vantagem Comparativa mostrou-se um ponto de apoio relevante para as empresas americanas de software, especialmente nas áreas de segurança da informação. A presença de padrões rigorosos de compliance e certificações globais pode oferecer um diferencial significativo, dada a carência de empresas com esse perfil no Brasil (NEVES, 2019). Contudo, a alta carga tributária brasileira — com impostos de importação que podem ultrapassar 40% — continua a ser um entrave à competitividade (PIVATELLI; LEITE, 2017). Como solução, recomenda-se que as empresas formalizem uma presença local, como o registro no CNPJ, o que pode reduzir a carga tributária e facilitar transações em moeda nacional. Além disso, a contratação de consultorias especializadas pode ser um passo essencial para garantir o cumprimento das obrigações legais e a adaptação ao sistema tributário local (GIRALDI; CARVALHO, 2021).

Em contextos de crescimento acelerado, como o de startups, parcerias com empresas globais de soluções financeiras, como a Dlocal, podem ser estratégias eficazes. Tais parcerias viabilizam faturamento em moeda local e simplificam pagamentos para consumidores brasileiros, demonstrando um ajuste estratégico que aumenta a aceitação do produto no mercado (CONTRACTOR, 2019).

Do ponto de vista cultural, a análise qualitativa identificou diferenças marcantes entre as práticas comerciais nos EUA e no Brasil. Enquanto no mercado americano prevalecem a objetividade e as métricas de desempenho, no Brasil a confiança e as relações interpessoais desempenham papéis centrais (BURZYNSKI et al., 2010). Nesse cenário, a Teoria do Capital Humano reforça a importância de investir em equipes locais para superar barreiras culturais e psíquicas. Profissionais brasileiros contribuem para a construção de relações de confiança e ajustam as estratégias comerciais ao perfil cultural do consumidor local, aumentando a aceitação e o sucesso nas negociações (OLIVEIRA; SANTOS, 2021). Além disso, a contratação de profissionais nativos traz expertise sobre regulamentações locais, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), e práticas personalizadas para adaptação de produtos (CONTRACTOR, 2019).

Essas estratégias não apenas promovem um melhor entendimento das particularidades do mercado brasileiro, mas também destacam a importância de parcerias locais como ferramentas eficazes para mitigar as barreiras comerciais. Empresas que adotam práticas culturalmente sensíveis tendem a estabelecer relações comerciais mais sustentáveis e equilibradas (MATOSO; ABIB, 2016).

Reconhecendo as limitações dessa análise em abordar toda a complexidade do tema, sugere-se que estudos futuros explorem outras dimensões, como os impactos da LGPD nas operações de empresas americanas e o papel das políticas públicas brasileiras no processo de internacionalização de software. Investigar essas áreas pode ampliar a compreensão de como regulamentações locais afetam o sucesso de empresas estrangeiras no Brasil (PONTER, 1998; NEVES, 2019).

Em conclusão, este estudo oferece contribuições significativas ao campo das Relações Internacionais ao integrar a Teoria da Dependência, a Teoria da Vantagem Comparativa, a Teoria do Capital Humano e as Estratégias de Internacionalização em uma análise qualitativa

contextualizada. As recomendações propostas visam ajudar empresas americanas a superar barreiras comerciais e a promover uma integração mais eficaz no mercado de software brasileiro. A adoção dessas estratégias pode não apenas fortalecer relações comerciais, mas também fomentar o desenvolvimento tecnológico conjunto, criando um ambiente de cooperação que transcenda a troca comercial (STAL, 2010; MAGALHÃES; SICHEL, 2020; BURZYNSKI et al., 2010).

REFERÊNCIAS

- Agência reguladora dos Estados Unidos.** Disponível em: <https://www.ftc.gov/> . Acesso em: 13 mar. 2024.
- ALMEIDA, J.; OLIVEIRA, F. **Políticas Fiscais e Inovação Tecnológica no Brasil: O Papel da Tributação no Setor de Software.** *Revista Brasileira de Política Econômica*, v. 25, n. 1, p. 88-101, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbpe> . Acesso em: 16 mar. 2024..
- ARCESTE, Fabiano Marcelo. **Barreiras tarifárias e não tarifárias no comércio internacional: uma análise aplicada ao agronegócio brasileiro.** Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Piracicaba, 2018. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/11/11132/tde-20032018-102620/> . Acesso em: 15 mar. 2024.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE SOFTWARE.** Disponível em: <https://abes.com.br>. Acesso em: 13 mar. 2024
- AUTORIDADE NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (ANPD).** Disponível em: <https://www.gov.br/anpd/pt-br> . Acesso em: 13 mar. 2024.
- AWNY, M. M. (2005). **Technology transfer and implementation processes in developing countries.** In: International Journal of Technology Management. Disponível em: <https://doi.org/10.1504/IJTM.2005.006825>. Acesso em: 14 mar. 2024
- BECKER, G. S.** Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. *National Bureau of Economic Research*, 1964. Disponível em: <https://www.nber.org/papers/w0281> . Acesso em: 18 mar. 2024.
- BRASIL. Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014. Marco Civil da Internet.** Brasília, DF: Presidência da República, 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2014/Lei/L12965.htm. Acesso em: 22 set. 2024.
- BROUILLARD, E., & TERWILLIGER, L. (2013). **Importing Software: IBM's Global Approach to Customs Valuation Issues and New Technologies.** In: World Customs Journal. Disponível em: <https://doi.org/10.55596/001c.92967>. Acesso em: 22 set. 2024.
- BURZYNSKI, O. R., GRAEML, A. R., & BALBINOT, Z. (2010). **The internationalization of the software market: opportunities and challenges for brazilian companies.** In: Jistem Journal of Information Systems and

Technology Management. Disponível em: <https://doi.org/10.4301/S1807-1775201000030001.0> Acesso em: 22 set. 2024.

CALIXTO, P. Internacionalização das Empresas Brasileiras: A Dinâmica da Indústria de Calçados. *Revista Brasileira de Estratégia*, v. 14, p. 27-42, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.14210/alcance.v20n4.p513-532> Acesso em: 21 set. 2024.

CARDOSO, Fernando Henrique; FALETTTO, Enzo. *Dependency and Development in Latin America*. Berkeley: University of California Press, 1979. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/books/dependency-and-development-in-latin-america/50A6545CD684AFCC6A62D6AA59FBD01A> . Acesso em: 15 mar. 2024.

CARVALHO, P. R.; et al. Globalização e Internacionalização de Empresas Brasileiras. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 14, n. 2, p. 74-92, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/D4fZGdQ> . Acesso em: 13 abr. 2024.

COELHO, T. P. (2016). **Subdesenvolvimento e dependência: um debate entre o pensamento da Cepal dos anos 50s e a Teoria da Dependência**. Disponível em: <https://doi.org/10.33025/RPS.V1I5/6.604>. Acesso em: 21 set. 2024.

CONTRACTOR, F. J. The Role of Information and Communication Technology in the Globalization of Services. *Journal of International Business Studies*, v. 50, p. 481-504, 2019. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1057/s41267-019-00201-2>. Acesso em: 14 jun. 2024.

COSTA, A. M.; ALMEIDA, R. Internacionalização de empresas de software brasileiras: desafios e oportunidades. *Revista de Administração de Empresas*, v. 59, n. 2, p. 136-149, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/PLXgQbmM9XhrJwsyKKbdGJM/?lang=pt> . Acesso em: 14 jun. 2024.

COUTINHO, L.; FERRAZ, M. Impostos e Competitividade: O Impacto das Políticas Fiscais na Importação de Tecnologia no Brasil. *Revista de Economia Brasileira*, v. 11, n. 2, p. 145-160, 2020. Disponível em: <https://www.revistadeeconomia.com.br> . Acesso em: 16 mar. 2024.

CZINKOTA, M.; RONKAINEN, I. International Marketing. 10. ed. Boston: Cengage Learning, 2013. Disponível em: <https://www.cengage.com> . Acesso em: 18 mar. 2024.

DAL-SOTO, F.; ALVES, J. N.; BULÉ, A. E. Análise do processo de internacionalização do modelo de Uppsala: caminhos para as empresas brasileiras. *Editora FGV*, 2014. Disponível em: <https://www.fgv.br> . Acesso em: 16 mar. 2024.

DEPARTAMENTO DE SAÚDE E SERVIÇOS HUMANOS (HHS). **Agências reguladoras dos Estados Unidos para setores específicos e violações de proteção de dados.** Disponível em: <https://www.hhs.gov/> Acesso em: 13 mar. 2024.

EVANS, Peter. *Dependent Development: The Alliance of Multinational, State, and Local Capital in Brazil.* Princeton: Princeton University Press, 2018. Disponível em:
<https://press.princeton.edu/books/paperback/9780691186391/dependent-developenmt>. Acesso em: 15 mar.. 2024.

FEDERAL TRADE COMMISSION (FTC). **Agência reguladora dos Estados Unidos.** Disponível em:<https://www.ftc.gov/>.. Acesso em: 13 mar. 2024.

FROST & SULLIVAN. *Post-Pandemic Global Healthcare Market Outlook, 2020.* Santa Clara, 2020. Disponível em: <https://www.frost.com>. Acesso em: 13 mar. 2024.

GHOSH, R. A. (2003). **Licence fees and GDP per capita: The case for open source in developing countries. First Monday.** Disponível em: <https://doi.org/10.5210/FM.V8I12.1103>.Acesso em: 15 mar. 2024.

GIRALDI, J. & CARVALHO, R. Adaptação de Software ao Mercado Brasileiro. *Revista de Tecnologia e Negócios*, v. 9, n. 4, p. 85-98, 2004. Disponível em: <https://www.revistadetecnologiaenegocios.com/artigos/vol-9-no-4>. Acesso em:17 mar. 2024.

GIRALDI, J. de M. E., & CARVALHO, D. T. de. (2021). **The use of brazilian products' country of origin information as a source of competitive advantage in external markets.** Disponível em:
<https://doi.org/10.6084/m9.figshare.14286645>. Acesso em:17 mar. 2024.

HOFSTEDE, G. Cultures and Organizations: Software of the Mind. *Intercultural Cooperation and its Importance for Survival*, 1. ed. London: McGraw-Hill, 1980. Disponível em: <https://www.mcgraw-hill.com>. Acesso em: :18 mar. 2024.

HOFSTEDE, G. **Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context.** In: Online Readings in Psychology and Culture, v. 2, n. 1, p. 1-26, 2011. Disponível em : <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014> Acesso em:17 mar. 2024.

OECD (2022), Digital Trade Review of Brazil, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/0b046dfe-en>. Acesso em:17 mar. 2024.

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION (ISO). Página oficial. Disponível em:
<https://www.iso.org/>. Acesso em: 13 mar. 2024.

INTERNAL REVENUE SERVICE (IRS). Estados Unidos. Disponível em: <https://www.irs.gov/> . Acesso em: 13 mar. 2024.

JOHANSON, J., JOHANSON, M., JOHANSON, M., & JOHANSON, M. (2021). **Speed and synchronization in foreign market network entry: A note on the revisited Uppsala model.** *Journal of International Business Studies*. Disponível em: <https://doi.org/10.1057/S41267-021-00407-4>. Acesso em: 17 mar. 2024.

KATZ, J.; RIBEIRO, L. Software nacional e desenvolvimento tecnológico: Desafios e oportunidades. *Revista de Tecnologia e Inovação*, v. 18, n. 3, p. 105-119, 2020. Disponível em: <https://www.revtecinovacao.org>. Acesso em: 18 mar. 2024.

KOVALENKO, ET AL. (2022). **Theoretical and Methodological Content of the Concept “Competitive Advantage.”** In: Современная Конкуренция. Disponível em: <https://doi.org/10.37791/2687-0657-2022-16-2-5-19>. Acesso em: 17 mar. 2024.

KURPPA, S. **Open-Source Software in Business.** *Journal of Software and Technology*, v. 13, n. 1, p. 45-59, 2013. Disponível em: <https://www.journalofsoftwareandtechnology.com/issues/volume-13>. Acesso em: 17 mar. 2024.

LEITE FILHO, A.; SCHNEIDER, M. B. **Competitividade e barreiras comerciais à produção de frango brasileira na perspectiva dos gestores: uma avaliação usando a Matriz de Impactos Cruzados – MIC MAC.** *Economia & Região*, Londrina, v. 6, n. 1, p. 23–45, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.5433/2317-627X.2018v6n1p23>. Acesso em: 13 mar. 2024

MAGALHÃES, G. R. de F., & SICHEL, R. L. (2020). **A burocracia nos contratos de averbação de tecnologia no brasil.** Disponível em: <https://doi.org/10.21527/2176-6622.2020.53.153-167>. Acesso em: 17 mar. 2024.

MARQUEZ, D. M. Z. (2020). **La influencia de la teoría de la dependencia en los discursos de desarrollo de América Latina.** Disponível em: <https://doi.org/10.11144/JAVERIANA.PAPO25.ITDD>. Acesso em: 17 mar. 2024.

MATOSO, J. O., & ABIB, G. (2016). **Competitive advantage of a franchisee in the software market: the case of totvs.** In: Jistem Journal of Information Systems and Technology Management. Disponível em: <https://doi.org/10.4301/S1807-17752015000300007>. Acesso em: 17 abr. 2024.

MATTA, K. F., & BOUTROS, N. E. (1989). **Barriers to computer-based message systems in developing countries.** In: ACM Sigcas Computers and Society. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/65730.65731>. Acesso em: 17 mar. 2024.

MISHRA, C. S. (2017). **Creating and Sustaining Competitive Advantage: Management Logics, Business Models, and Entrepreneurial Rent.** Disponível em: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-54540-0>. Acesso em: 17 mar. 2024.

MOUTA, P. L. A Adaptação Rápida ao Mercado: Um Estudo sobre Empresas Brasileiras. *Revista de Negócios Internacionais*, v. 22, p. 125-139, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rni/a/H9D6tP5>. Acesso em: 3 dez. 2024.

MUNIZ, A. M. *Networks and Internationalization of Firms: A Review of Literature*. *Revista de Administração de Empresas*, v. 44, n. 4, p. 56-68, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/64WjWfq>. Acesso em: 3 dez. 2024.

MOFAM, R. E., NAFIU, A. T., ASUQUO, P. E., & IGWE, A. (2023). **The Impact of International Technology Transfer on Technology Gap in the Context of Developing Countries**. *Innovare Journal of Education*. Disponível em: <https://doi.org/10.22159/ijoe.2023v11i4.48093>. Acesso em: 17 abr. 2024.

NEVES, J. **Tributação de Softwares no Brasil: Desafios e Incertezas Jurídicas**. *Revista de Direito Tributário*, v. 22, n. 4, p. 324-338, 2019. Disponível em: <https://www.rdt.com.br>. Acesso em: 16 mar. 2024.

OLIVEIRA, R.; SANTOS, L. **A importância do capital humano na internacionalização de empresas brasileiras**. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, v. 23, n. 1, p. 112-128, 2021. Disponível em: <https://www.rbgn.org.br>. Acesso em: 18 mar. 2024.

ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). *Digital Economy Outlook 2020*. Paris: OECD Publishing, 2020. Disponível em: <https://www.oecd.org/digital/digital-economy-outlook-2020.htm>. Acesso em: 3 mar. 2024.

PALMA, G.; PALMA, J. **A Teoria da Dependência e os Desafios do Desenvolvimento: Uma Visão Contemporânea**. *Revista Brasileira de Política Internacional*, v. 56, n. 1, p. 3-28, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbpi>. Acesso em: 16 mar. 2024.

PIGATTO, G., & PIGATTO, G. A. S. (2015). **The strategy for internationalization of Brazilian meat industries and the role of the Development Bank**. Disponível em: <https://doi.org/10.48075/IGEPEC.V19I2.12114>. Acesso em: 16 fev. 2024.

PIVATELLI, J., & LEITE, J. C. S. do P. (2017). **The clash between requirements volatility and software contracts**. *Brazilian Symposium on Software Engineering*. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/3131151.3131159>. Acesso em: 16 fev. 2024.

PONTER, J. **Software Licensing: The Global Perspective**. *Technology and Law Journal*, v. 7, n. 2, p. 115-130, 1998. Disponível em: <https://www.technologyandlaw.com/volume-7>. Acesso em: 17 mar. 2024.

PORTER, M. E. **The Competitive Advantage of Nations**. New York: Free Press, 1990. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/978-1-349-11336-1>. Acesso em: 16 fev. 2024.

ROBREDO, J., BOTELHO, T. M., & CUNHA, M. B. da. (1991). **Some problems involved in the installation of advanced information systems in developing countries. Resource Sharing & Information Networks.**

Disponível em: https://doi.org/10.1300/J121V06N02_09. Acesso em: 16 fev. 2024.

ROSS, J. W.; WEILL, P. & ROBERTSON, D. C. **Governança de TI: Como as Empresas Mais Lucrativas Gerenciam a Tecnologia da Informação.** 2. ed. São Paulo: Bookman, 2006.

ROVAI, R. L., & PLONSKI, G. A. (2014). **Estratégias de internacionalização de empresas multinacionais brasileiras e avaliação das dimensões culturais nacionais: estudo de caso setor de fabricação de implementos agrícolas.** In: Iberoamerican Journal of Strategic Management. Disponível em: <https://doi.org/10.5585/RIAE.V13I2.2006>. Acesso em: 16 fev. 2024.

ROVAI, R. L., COSTA, P. R. da, & FERRAZ, R. R. N. (2018). **Internationalization Strategies of Brazilian Multinational Enterprises Manufacturers of Agricultural Implements: Two Case Studies. Future Studies Research Journal: Trends and Strategies.** Disponível em:

<https://doi.org/10.24023/FUTUREJOURNAL/2175-5825/2018.V10I2.316>. Acesso em: 16 fev. 2024.

SANTOS, L. B. (2018). **BNDES: internacionalização de empresas e o subimperialismo brasileiro.** Disponível em: <https://doi.org/10.11606/ISSN.2179-0892.GEOUSP.2018.115940>. Acesso em: 25 mai. 2024.

SANTOS, Theotonio dos. **A Teoria da Dependência: balanço e perspectivas.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1970. Disponível em: <https://www.civilizacao.com.br/catalogo/teoria-da-dependencia-santo> s. Acesso em: 25 mai. 2024.

SCHULTZ, T. W. **Investment in Human Capital.** *American Economic Review*, v. 51, n. 1, p. 1-17, 1961. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/1815907> . Acesso em: 18 mar. 2024.

SECRETARIA ESPECIAL DA RECEITA FEDERAL DO BRASIL (RFB); Brasil. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br> Acesso em: 13 mar. 2024.

SECURITIES AND EXCHANGE COMMISSION (SEC). **Agência reguladora responsável pela aplicação do Securities Act nos Estados Unidos.** Disponível em: <https://www.sec.gov/>. Acesso em: 13 mar. 2024.

SELMI, N. (2013). **The Difficulties of Achieving Technology Transfer: Issues of Absorptive Capacity. Communications of The IbIMA.** Disponível em: <https://doi.org/10.5171/2013.131318>. Acesso em: 16 jun. 2024

SIEMSEN, P. D. **Technology transfer and licensing in Brazil.** *International Journal of Technology Management*, 2014. Disponível em: <https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJTM.1988.025961> Acesso em: 10 out. 2024.

SOUZA, M. **SaaS e os desafios de internacionalização.** Revista Brasileira de Comércio Exterior, São Paulo: AEB, v. 32, n. 2, p. 55-71, 2020. Disponível em:
<https://fps.edu.br/wp-content/uploads/2023/12/PPC-Empreendedorismo-em-Saude-Digital-1.pdf>. Acesso em: 10 out. 2024.

SOUZA, I. R. & GIANEZINI, M. (2020). **Factors influencing the internationalization process of brazilian born global companies.** In: International Journal of Research. Disponível em:
<https://doi.org/10.29121/GRANTHAALAYAH.V8.I12.2020.2694>. Acesso em: 16 mai. 2024.

STAL, E. (2010). **Internacionalização de empresas brasileiras e o papel da inovação na construção de vantagens competitivas.** Disponível em: <https://doi.org/10.5585/rai.2010448>. Acesso em: 16 mai. 2024.

STATISTA. **Market Insights: Software Market Analysis.** Disponível em: <https://www.statista.com>. Acesso em: 14 mar. 2024.

TONINI, A. C.; SPINOLA, M. de M.; MEDINA, J. M. C.; GAVA, V. L.; GONÇALVES, R. F. **Relationship of intangible assets and competitive advantage for software production: A Brazilian companies study.** In: *Portland International Conference on Management of Engineering and Technology*, 2012. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/261167046_Relationship_of_intangible_assets_and_competitive_advantage_for_software_production_A_Brazilian_companies_study. Acesso em: 13 mar. 2024.

TORRENS, E. W., AMAL, M., & TONTINI, G. (2014). **Determinantes do Desempenho Exportador de Pequenas e Médias Empresas Manufatureiras Brasileiras sob a Perspectiva da Visão Baseada em Recursos e do Modelo de Uppsala.** Revista Brasileira de Gestão De Negócios. Disponível em:
<https://doi.org/10.7819/RBGN.V16I52.1601>. Acesso em: 16 mai. 2024.

TROMPENAARS, F. **Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business.** *International Business Series*, 2. ed. London: Nicholas Brealey Publishing, 1997. Disponível em:
<https://www.nicholasbrealey.com>. Acesso em: 18 mar. 2024.

UNITED STATES. **Sarbanes-Oxley Act of 2002.** Washington, D.C.: Congress of the United States, 2002. Disponível em: <https://www.congress.gov/bill/107th-congress/house-bill/3763>. Acesso em: 22 out. 2024

U.S. CUSTOMS AND BORDER PROTECTION. **Órgão do Departamento da Segurança Interna (US Department of Homeland Security).** Disponível em: <https://www.cbp.gov/>. Acesso em: 13 mar. 2024

VIANA, F. L. E., PAULA, J., NETO, B., & AÑEZ, M. E. M. (2014). **Gestão da cadeia de suprimento e vantagem competitiva: um modelo de análise a partir da teoria baseada em recursos Supply chain management and competitive advantage: an analisys model from resource based theory.** Disponível em:
<https://doi.org/10.5020/2318-0722.2014.v20n1p248>. Acesso em: 13 mar. 2024

WILSON, R. A. (1990). **Restraints on computerization in developing and least developed countries.** In: Information Technology for Development. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/02681102.1990.9627186>. Acesso em: 16 mai. 2024.

WORLD BANK. **Doing Business 2021: Comparing Business Regulation in 190 Economies.** The World Bank Group, 2021. Disponível em: <https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/130bd2f3-f4b5-5b77-8680-01e6d6a87222> . Acesso em: 13 jun. 2024

WORLD TRADE ORGANIZATION. **Non-Tariff Measures: A Global View.** World Trade Report, 2012. Disponível em: https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd201201_e.pdf . Acesso em: 13 jun. 2024

YIFU, W.; PENGFEI, Z. **Latecomer Development: Technology, Learning and Innovation in the Economic Development of Emerging Economies.** *Journal of Economic Development*, v. 30, n. 4, p. 74-88, 2005. Disponível em: <https://www.jed.org>. Acesso em: 16 mar. 2024.

ZOU, X. Z. H. (1999). **Foreign technology imports and economic growth in developing countries.** Research Papers in Economics. Disponível em: <https://doi.org/10.1596/1813-9450-1412>. Acesso em: 15 jun. 2024

