

6 Conclusão

6.1. Conclusões

No decorrer deste trabalho foram percorridos os mais de 30 anos desde o início da internacionalização da TV Globo. Este estudo visou investigar as diferentes fases percorridas pela empresa e seu comportamento dentro de cada uma destas fases.

A empresa apresentou comportamentos distintos ao longo deste período, passando por momentos onde se observou um comportamento a luz das teorias econômicas e momentos onde as teorias comportamentais se manifestaram mais fortemente.

Um início através das exportações que se mantém até o presente, passando pela aquisição de outras emissoras até a distribuição do Canal Internacional a Rede Globo hoje tem seu processo de internacionalização estruturado, consolidado e adaptado para o seu setor.

Durante as entrevistas pudemos perceber que o processo de internacionalização da TV Globo não teve seu fim e continua em expansão, pois o mercado de mídia, de produção de conteúdo para televisão, é um mercado dinâmico e em constante evolução. A cada nova tecnologia que surge, a cada país que demonstra interesse na cultura brasileira, novas oportunidades se abrem para a TV Globo.

6.2. Próximos passos

Dentre as futuras ações estratégicas relatadas pelos três entrevistados que darão continuidade ao processo de internacionalização podemos destacar:

- Nova reestruturação da CGNI: Conforme relatado anteriormente, hoje a CGNI é dividida por negócios, ou seja, licenciamento de produtos, assinatura do canal internacional e venda de publicidade. Dentro de cada negocio há a divisão de territórios. Futuramente a CGNI pode vir a ser dividida por territórios, e dentro de cada um deles são estudadas separadamente a melhor forma de se atuar nas diferentes formas de vendas, uma em sinergia com as outras.
- Abertura de novos Feeds: tal projeto ainda está no papel porem é uma das grandes ambições da CGNI. A divisão do sinal Américas entre America do Norte, Central e Sul possibilitaria ações de publicidade e marketing mais localizadas, atraindo mais anunciantes assim como novos distribuidores que possibilitariam um aumento da base de assinantes.
- Pesquisas de Audiência e Consumo: Até o ano de 2010, não existiam empresas especializadas na medição de audiência e de hábitos do telespectador para grupos específicos, como o hispânico e o brasileiro nos EUA. Atualmente a TV Globo em parceria com uma consultoria especializada estão realizando essas medições que serão de extrema importância no entendimento do mercado americano servindo de base para futuras estratégias de marketing e vendas.
- Bloqueio Globo Media Center: Muitos brasileiros não assinam o Canal Internacional, pois assistem o conteúdo da TV Globo através do portal de vídeos da Globo.com utilizando a assinatura de um residente no Brasil. Assim como outras empresas que bloqueiam seu conteúdo para determinados países por questões de direitos autorais, existe a intenção de se bloquear os vídeos da TV Globo para IP's não brasileiros.