



INTERNACIONALIZAÇÃO DE PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS:
SERÃO AS INCUBADORAS RELEVANTES?

Luís Carlos dos Santos Pinto Guedes



Proposta de Dissertação
Mestrado em Economia e Gestão Internacional



Orientada por
Aurora A. C. Teixeira



2018

Nota biográfica

Luís Carlos dos Santos Pinto Guedes, licenciado em Gestão pela Universidade de Aveiro e, atualmente a tirar o mestrado em Gestão Internacional pela Faculdade de Economia do Porto.

Agradecimientos

Abstract

Key-words:

JEL-code:

Resumo

Este trabalho tem como objetivo perceber de que forma as incubadoras contribuem para a internacionalização das Pequenas e Médias Empresas. A resposta a esta pergunta principal começou a ser desenvolvida através de uma revisão de literatura sobre as palavras-chave da investigação: internacionalização, incubadoras e PME's. Com isto, conseguiu-se obter um conjunto vasto de informação sobre o tema que gerou um quadro final sobre os serviços que as incubadoras prestam às suas incubadas e, quais desses serviços é que têm maior preponderância durante o processo de internacionalização destas.

Palavras-Chave: internacionalização, processo de internacionalização, incubadoras, PME

JEL-Code:

Índice

Nota biográfica	i
Agradecimentos	ii
Resumo	iv
1. Introdução	1
2. Revisão de literatura	4
2.1. O processo de internacionalização das PME	4
2.2. O papel dos intermediários no apoio ao processo de internacionalização de PMEs com especial enfoque nas incubadoras	7
2.3 Serviços prestados pelas incubadoras às PME's relacionados com o processo de internacionalização.....	9
3. Metodologia	10
3.1. Justificação da metodologia de análise de dados.....	10
3.2. Descrição dos inquéritos às empresas e incubadoras.....	10
3.3. Processo de recolha de dados	11
4. Resultados.....	12
4.1. Serviços de internacionalização prestados por uma amostra de incubadoras localizadas em Portugal. A perspetiva das Incubadoras.....	12
4.1.1. Breve caracterização das incubadoras respondentes.....	12
4.1.2. Critérios que a incubadoras utilizam para selecionar incubadas	12
4.1.3. Recursos das incubadoras ao nível da internacionalização	13
4.1.4. Serviços disponibilizados pela incubadora	14
4.2. A relevância do apoio das incubadoras no processo de internacionalização das PMEs: a perspetivas das empresas incubadas	17
4.2.1. Breve caracterização das incubadas respondentes	17
4.2.2. Serviços disponibilizados pelas incubadoras e utilizados pelas incubadas	17

Conclusões.....	20
Referências.....	22
Anexo 1: inquérito às incubadoras.....	26
Anexo 2: Inquérito às empresas	31

Índice de Quadros

Não foi encontrada nenhuma entrada do índice de ilustrações.

Índice de Figuras

Figure 1 - <i>Determinantes do processo de internacionalização das PME</i>	5
Figure 2 - Importância atribuída pelas incubadoras aos critérios de seleção de incubadas ..	13
Figure 3 - Serviços de apoio ao processo de internacionalização de PMEs; perspectiva das incubadoras.....	15
Figure 4 - Serviços de apoio ao processo de internacionalização de PMEs; perspectiva das incubadas.....	19

1. Introdução

O sucesso económico das empresas, designadamente das pequenas e médias empresas (PMEs), está cada vez mais relacionado com o seu desempenho em termos de internacionalização (Engelman, Zen, & Fracasso, 2015; Mikic, Primorac, & Kozina, 2016). Se, por um lado, associado ao processo de internacionalização estão vantagens e benefícios como o aumento do conhecimento adquirido (seja este tecnológico e de mercado), a melhoria do desempenho da empresa, a tendência para esta se tornar mais inovadora e, conseqüentemente, uma concorrente mais temível, por outro lado, existem alguns riscos ou desafios que é necessário serem superados (Angels, Maria-Victoria, & Ana-Beatriz, 2017; Barnes, Chakrabarti, & Palihawadana, 2006; Pinho & Martins, 2010; Uner, Kocak, Cavusgil, & Cavusgil, 2013). Entre estes constam a falta de conhecimento dos mercados em que se quer entrar e a escassez de pessoas qualificadas para ajudar no processo de internacionalização (Uner et al., 2013). O grau de competitividade do mercado-alvo, os mais variados tipo de barreiras existentes à entrada num determinado país e a falta de controlo da empresa principal com o produto no mercado-alvo são outros fatores que diminuem a propensão de uma PME para se internacionalizar (Pinho & Martins, 2010).

Para fazer face a estes riscos, ou pelo menos para ajudar a minimizar os riscos envolvidos no processo de internacionalização, as empresas têm à sua disposição um leque vasto de entidades a que pode recorrer. Essas entidades que procuram apoiar as PMEs no processo de internacionalização, tanto no próprio país como no país recetor, são designadamente (Francioni, Pagano, & Castellani, 2016; Langseth, O'Dwyer, & Arpa, 2016): clientes, fornecedores, Governo (através de medidas de apoio/incentivo à internacionalização) e intermediários (e.g., organismos públicos ou privados de apoio à internacionalização), empresas de consultoria e infraestruturas tecnológicas. Torna-se, por isso, importante esmiuçar o impacto que cada uma destas tem na empresa a internacionalizar-se.

Apesar de existir uma quantidade já muito razoável de estudos que foca o processo de internacionalização de PMEs (Paul, Parthasarathy, & Gupta, 2017), os que explicitam o papel dos intermediários neste processo são em número muito mais reduzido. Estes poucos estudos têm analisado sobretudo o papel dos Governos/programas públicos de incentivo à exportação (e.g., Van Biesebroeck, Konings, and Martincus (2016), das agências (públicas e semi-públicas) de promoção das exportações (Koleša & Jaklič, 2017; Martincus, Carballo, &

Gallo, 2011), dos consulados e diplomatas (Olivier Naray, 2011; O. Naray & Bezençon, 2017) e dos consultores (Paul et al., 2017; Soriano, Roig, Sanchis, & Torcal, 2002).

As incubadoras, apesar de serem entidades/organizações cujo objetivo central é o de apoiar o processo de emergência de *startups*, designadamente de base tecnológica (Aaboen, 2009; Aaboen & Löfsten, 2015; Gema Albort-Morant & Oghazi, 2016; Mas-Verdu, Ribeiro-Soriano, & Roig-Tierno, 2015), nos anos mais recentes têm dinamizado uma série de serviços de apoio às suas incubadas associados à questão da internacionalização (Lai, 2016). O apoio prestado pelas incubadoras às PME's envolve, usualmente, serviços de consultoria, estabelecimento de pontes para redes de contactos já construídas e desenvolvidas pela própria incubadora, ou ainda ajuda empresarial e funcional à empresa incubada (Engelman et al., 2015; Ratinho & Henriques, 2010). No entanto, como referem G. Albort-Morant and Ribeiro-Soriano (2016), a vasta maioria dos estudos que analisam incubadoras não explora de que forma estas infraestruturas contribuem para o sucesso das suas incubadas, nomeadamente em termos de internacionalização.

Pelo nosso melhor conhecimento, existem apenas dois estudos (Engelman & Fracasso, 2013; Engelman et al., 2015) que analisam a importância das incubadoras na internacionalização das PME's. O estudo de Engelman and Fracasso (2013) é descritivo/exploratório e analisa 40 incubadoras brasileiras, relacionando a disponibilização de serviços de apoio à internacionalização com a percentagem de empresas incubadas que é internacionalizada. O estudo de Engelman et al. (2015), igualmente exploratório, analisa 115 empresas brasileiras e conclui, com base em testes de diferenças de médias, que a incubação afeta positivamente a internacionalização das empresas.

Não obstante os estudos anteriores constituírem um importante contributo para a análise do papel das incubadoras no processo de internacionalização de PME's, eles focam apenas PME's de base tecnológica para um país em concreto (Brasil). Seria importante, para além de considerar PME's de todo o tipo (que não apenas de base tecnológica ou intensivas em I&D), compreender com mais detalhe como é que uma incubadora evolui no sentido de apoiar o processo de internacionalização de PME's, que recursos e serviços disponibiliza, qual a regularidade e intensidade do apoio. Adicionalmente, e na linha de Engelman et al. (2015), aferir quantitativamente a perceção das empresas incubadas quanto à importância do apoio da incubadora no processo de internacionalização.

Em termos metodológicos utilizamos uma metodologia quantitativa, de natureza exploratória, com base em informação recolhida via inquérito direto envolvendo 14 incubadoras e 19 empresas incubadas localizadas em Portugal.

O presente estudo estrutura-se da seguinte forma. Na Secção 2 realiza-se uma contextualização do tema através de uma revisão à literatura existente com foco nos conceitos “processo de internacionalização” e “incubadoras”. A Secção 3 detalha a metodologia utilizada. A Secção 4 apresenta os resultados exploratórios e na Conclusão sintetiza-se os principais resultados, limitações e pistas para investigação futura.

2. Revisão de literatura

2.1. O processo de internacionalização das PMEs

Internacionalização é um processo de envolvimento contínuo das empresas em mercados não nacionais (Welch & Luostarinen, 1988).

Existem várias teorias que explicam este processo de envolvimento das empresas, podendo estas ser divididas em dois grupos distintos (Dominguez & Mayrhofer, 2017): as teorias que defendem o envolvimento gradual e ponderado da empresa que se internacionaliza, que tem como principal base a teoria do modelo de *Uppsala* (Johanson & Vahlne, 1977) e as que defendem que a empresa pode internacionalizar-se de maneira súbita e com alcance transversal a vários países, amplamente suportada pela abordagem das chamadas “*Born Globals*” (Knight & Cavusgil, 1996; Oviatt & McDougall, 1994).

O modelo de *Uppsala* defende que o processo de internacionalização de uma empresa é feito de forma incremental e que a aprendizagem e o conhecimento do mercado onde se quer entrar está muito relacionado com a internacionalização. A ideia principal desta teoria é a relação conhecimento adquirido-comprometimento crescente com o mercado-alvo. Assim, a presença internacional de uma empresa vai aumentando à medida que tem maiores conhecimentos sobre esse mercado e, proporcionalmente, à medida que a importância que quer ter nesse mercado aumenta. Sustenta-se na premissa de que uma empresa antes de ir além-fronteiras procura recolher o máximo de informação possível acerca do mercado onde quer entrar, de maneira a reduzir riscos e incertezas (daí o modo de entrada noutro mercado mais utilizado nesta fase ser as exportações) e, à medida que vão ganhando mais conhecimento e mais experiência, vão alargando a panóplia de mercados da sua internacionalização.

A abordagem das chamadas “*Born Globals*” contraria a teoria anterior, na medida em que vem argumentar que uma empresa se pode internacionalizar tendo pouco tempo de existência, ou seja, não necessita de estudar o mercado para onde quer internacionalizar, e de uma forma muito rápida, não necessitando de ter experiência para conseguir atingir o objetivo principal (Pellegrino & McNaughton, 2017). Nesta teoria, o empreendedorismo internacional dá destaque à procura por oportunidades desde o início da atividade da empresa, explicando que o motivo para assim ser é a maneira como os empreendedores identificam, estudam e exploram as oportunidades e as falhas presentes no mercado. Assim, nesta teoria, as

empresas caracterizam-se por serem internacionais e terem relações comerciais com vários mercados desde o início da sua atividade.

Existem vários fatores ou motivos que levam as empresas a expandirem os seus negócios além-fronteiras (Alvaro & Ravi, 2017; Angels et al., 2017; Kraus, Mitter, Eggers, & Stieg, 2017). Estes podem ser divididos em dois grandes grupos (Figura 1): os fatores internos à empresa e que esta consegue (pelo menos em parte) controlar e os fatores externos à empresa e que estão fora da alçada da empresa.

Dentre estes fatores os que a literatura existente menciona com mais frequência incluem: as características do empreendedor (experiência, escolaridade, redes de contactos); as características da empresa (dimensão e qualificação dos seus recursos humanos); o setor, região onde a empresa opera, bem como as ligações que estabelece com universidades e politécnicos. O apoio das incubadoras, embora menos estudado, tem sido abordado sobretudo no que respeita ao tipo de serviços que disponibiliza (Engelman & Fracasso, 2013) e o respetivo impacto percebido na internacionalização da empresa (Engelman et al., 2015).

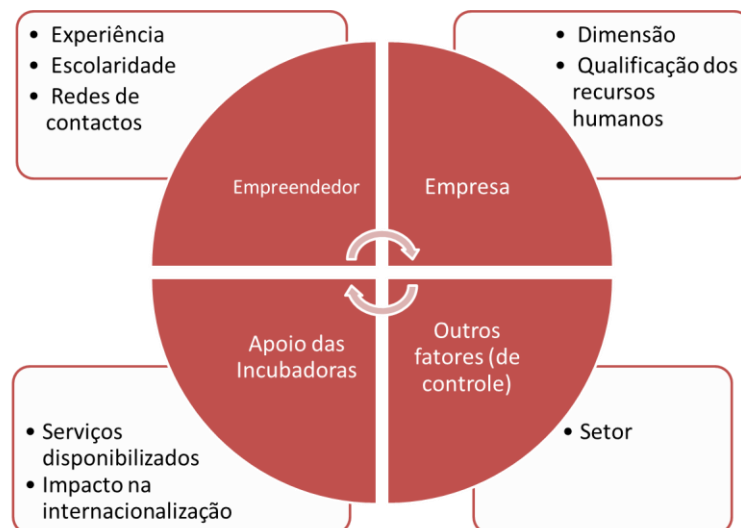


Figure 1 - *Determinantes do processo de internacionalização das PMEs*

Fonte: Elaboração própria.

Os determinantes associados ao empreendedor, designadamente, a sua experiência e nível de educação tendem a influenciar a propensão e o desempenho das empresas pois quanto maior for o conhecimento que este tenha sobre o mercado em que quer entrar, sobre as competências e os recursos que a empresa necessita para o fazer, a capacidade intrínseca que tenha para correr riscos e assumi-los, maior a probabilidade do processo de internacionalização ser bem sucedido (Ayadi-Frikha, 2015; Kraus et al., 2017).

As redes de contactos que o empreendedor/empresa possuem, ao permitir a interação direta com outras entidades, designadamente outras PME's que já passaram pelo processo de internacionalização, permitem disponibilizar conhecimentos e outros recursos relevantes para ajudar a PME a ser bem-sucedida no seu processo de internacionalização (Kraus et al., 2017; Van Hove, 2009). Adicionalmente, as oportunidades que podem surgir para a empresa por esta estar inserida numa rede e o apoio e suporte que recebe dos outros integrantes da rede durante o seu processo de internacionalização, leva a que o risco de insucesso do processo de internacionalização diminua (Ayadi-Frikha, 2015; Kraus et al., 2017).

A quantidade (dimensão) e a qualidade dos recursos humanos que a empresa possui é um fator crítico da internacionalização das PME's (Berry, 1998; Oly Ndubisi, Ali, & Shamsuddoha, 2009; Onkelinx, Manolova, & Edelman, 2016). Especificamente, a falta de recursos humanos com conhecimento e informação acerca dos mercados e culturas estrangeiras (Hauptman, Bobek, Čančer, Perko, & Korez-Vide, 2011; Oly Ndubisi et al., 2009) pode, inclusive, impossibilitar o reconhecimento das oportunidades internacionais (Oly Ndubisi et al., 2009). De facto, a escassez de recursos humanos qualificados experienciada pela generalidade das PME's entrava a expansão do seu negócio para além das fronteiras nacionais (Oly Ndubisi et al., 2009; Teixeira & Barros, 2014).

Os intermediários podem ter um papel relevante na internacionalização de empresas, especialmente as PME's, através do fornecimento de informações e de conhecimento sobre matérias de relevo, nomeadamente mercado de interesse da empresa, cultura desse país, dicas sobre como conduzir o processo e disponibilização de novos contactos a que a empresa possa recorrer para facilitar e minimizar o risco do processo (Engelman & Fracasso, 2013; Engelman et al., 2015). Na secção seguinte desenvolve-se, com mais detalhe, o papel destas entidades, como um enfoque nas incubadoras, no processo de internacionalização de PME's.

Por fim, é de se esperar que o setor de atividade onde a empresa opera influencie o processo de internacionalização das empresas (Buckley, Pass, & Prescott, 1992; Costa & Breda, 2013).

2.2. O papel dos intermediários no apoio ao processo de internacionalização de PMEs com especial enfoque nas incubadoras

Para mitigarem os riscos inerentes ao processo de internacionalização as empresas recorrem frequentemente a vários intermediários (Florence Olu & Anthony, 2015): Governos/programas públicos de incentivo à exportação (Koleša & Jaklič, 2017), agências (públicas e semi-públicas) de promoção das exportações (Martincus et al., 2011; Van Biesebroeck et al., 2016), consulados e diplomatas (Olivier Naray, 2011; O. Naray & Bezençon, 2017) e dos consultores (Soriano et al., 2002).

As entidades governamentais permitem às PMEs aumentar o acesso a informação de que necessitam e desenvolver competências importantes para o desenvolvimento do negócio (designadamente, relacionamentos e reputação que vão dar origem a maiores capacidades de negociação e comunicação) (Koleša & Jaklič, 2017). Podem ser importantes para o processo de internacionalização das PMEs, uma vez que as ligações empresa-governo permitem alavancar o crescimento da empresa (em termos de dimensão), reduzir a distância existente entre os mercados nacionais e os estrangeiros e ainda aumentar o conhecimento e experiência da empresa sobre os mercados estrangeiros.

As agências de apoio à exportação promovem os produtos da empresa-cliente e fornecem-lhe informações importantes acerca do(s) mercado(s)-alvo que a empresa-cliente quer atingir (Martincus et al., 2011) ajudando assim a que as possíveis dificuldades com as barreiras à exportação (se existirem) sejam minimizadas. O principal papel destas agências é agir como um fornecedor de informação e ajudar a empresa com os problemas de informação e com os custos de transação envolvidos. Assim, através destes dois principais serviços que prestam, as agências de apoio à exportação podem ser importantes numa fase inicial do processo de internacionalização das PMEs.

As empresas de consultoria podem ajudar as empresas que a elas recorram através de estudos realizados sobre um assunto solicitado pela empresa-cliente que acrescentem informação e arquitetar um plano que a empresa deva seguir para ser bem-sucedida no tema que solicitou ajuda (Soriano et al., 2002). Para além disto, também munem as empresas de competências, como por exemplo, ao nível de conhecimento e de estruturação de estratégias para cumprir os seus objetivos, para, no futuro, conseguirem resolver os seus problemas sem necessitarem de ajuda externa e tornam as empresas mais independentes e capazes (Soriano et al., 2002).

Embora exista pouca evidência até à data, as incubadoras são crescentemente entidades que apoiam as PME's, em concreto as suas incubadas, no processo de internacionalização sobretudo quando as incubadas são *born globals*. A parca literatura neste tópico evidencia (Engelman & Fracasso, 2013; Engelman et al., 2015) que as incubadoras são relevantes na internacionalização das PME's. Em concreto, Engelman and Fracasso (2013, p. 176) analisam 40 incubadoras brasileiras e concluem que estas “proporciona[m] às empresas incubadas fortalecimento e ampliação das networks internacionais com outras empresas, fortalecimento e ampliação das networks internacionais com parceiros, associações e redes de incubação, fortalecimento e ampliação das networks com instituições de ensino e centros de pesquisa internacionais [que] influenci[am] a internacionalização...”, sendo que determinados serviços, designadamente “algumas ações e serviços ... voltados ao desenvolvimento de inovação e competitividade das empresas, mesmo que intencionalmente não visem ao mercado externo, acabam por impactar na internacionalização das empresas incubadas e graduadas”.

Não obstante, Engelman et al. (2015) referirem que a incubação afeta positivamente a internacionalização das empresas pois cerca de 8% das 115 empresas incubadas inquiridas iniciaram o processo de internacionalização, não é claro de que forma a incubação influencia este processo. De facto, como os autores sublinham, as ações das incubadoras direcionadas para a internacionalização – por exemplo, atrair empreendimentos incubados estrangeiros, identificação e perspectivas de negócios e parceiros em mercados estrangeiros, disseminação de projetos e produtos das empresas incubadas no exterior - são incipientes.

2.3 Serviços prestados pelas incubadoras às PME's relacionados com o processo de internacionalização

Como foi visto anteriormente, o principal objetivo das incubadoras é ajudar no desenvolvimento das suas incubadas e, por isso, necessitam de prestar um conjunto de serviços que lhes possibilite cumprir com esse desígnio. Assim, pela literatura analisada, foi possível perceber que os serviços disponibilizados pela generalidade das incubadoras está relacionado com redes de contactos que permitam às incubadas ter contacto com outras empresas ou indivíduos com maiores conhecimentos, programas de treino e ações de formação para os funcionários das incubadas, no sentido de melhorar as *skills* de cada um e possibilitar à incubada estar melhor preparada para enfrentar um desafio tão imprevisível como é um processo de internacionalização. Outro dos serviços prestado por incubadoras que foi mencionado em vários artigos analisados durante a revisão de literatura está relacionado com a melhoria das instalações em que cada incubada trabalha, melhorar o espaço de trabalho de cada uma para que tenham o espaço e recursos necessários para atingirem os objetivos a que se propõem (Baraldi & Ingemansson Havenvid, 2016; Mian, 1996, 1997; Roig-Tierno, Alcázar, & Ribeiro-Navarrete, 2015).

Especificando um pouco mais o tipo de serviços que são disponibilizados pelas incubadoras, podemos verificar que, caso a empresa esteja em início de atividade, podem ser utilizados, por exemplo, testes de laboratório para aferir da qualidade do produto que a incubada queira produzir e comercializar no mercado. Caso a empresa incubada esteja numa fase mais desenvolvida da sua atividade, já esteja estabelecida e tenha o objetivo de crescer ainda mais, a incubadora disponibiliza, por exemplo, serviços relacionados com a melhoria da conceção e design dos produtos existentes para que problemas relacionados com a manutenção e melhoria dos processos produtivos sejam ultrapassados.

Este conjunto de medidas têm o propósito de dar apoio às incubadas no campo da inovação, ou seja, sustentar o crescimento que estas venham a desenvolver com a inovação nos produtos que produzem e oferecem ao mercado, bem como nos seus processos produtivos. Deste modo, a empresa incubada estará um passo à frente da concorrência, pois será proativa e adquirirá vantagens competitivas em relação às demais (Roig-Tierno et al., 2015).

3. Metodologia

3.1. Justificação da metodologia de análise de dados

A metodologia qualitativa é por definição exploratória, quando o investigador não sabe o que esperar, definir com exatidão ou desenvolver uma abordagem concreta ao seu problema/ questão de investigação (Blaxter, Hughes & Tight, 2010). Em contraste, a metodologia quantitativa é conclusiva no seu propósito pois tenta quantificar um problema/ questão de investigação e compreender a sua prevalência através da análise de resultados estimados aplicados a uma dada amostra/população (Yin, 2014).

O presente estudo tem duas principais questões de investigação: 1) Como é que uma incubadora apoia o processo de internacionalização das PME's; 2) Qual o impacto do apoio das incubadoras no processo de internacionalização das PME's?

Para responder as estas questões, optamos por uma análise quantitativa combinando evidência recolhida junto de um conjunto de incubadoras e empresas incubadas. Em virtude de o número de empresas (19) e incubadoras (14) ser bastante reduzido a análise efetuada é de cariz quantitativo exploratório.

3.2. Descrição dos inquéritos às empresas e incubadoras

Conforme indicado no ponto anterior, as duas principais questões de investigação estão relacionadas com o apoio que a incubadora dá durante o processo de internacionalização das suas incubadas e com o impacto que esse apoio tem no mesmo processo de internacionalização. Assim, o inquérito desenvolvido para a perspetiva das incubadoras (ver Anexo 1) procura evidenciar quais os principais serviços que estas identificam como mais importantes para terem um papel preponderante no apoio à internacionalização das suas incubadas. Por sua vez, no inquérito realizado às empresas incubadas (ver Anexo 2), procuramos perceber quais os serviços prestados pela incubadora que estas mais utilizavam e qual a importância atribuída a cada um. Deste modo, conseguimos perceber quais os serviços que são mais importantes no apoio ao processo de internacionalização das empresas.

3.3. Processo de recolha de dados

O processo de recolha de dados começou no dia 2 de fevereiro de 2018 através do envio de e-mail para 37 incubadoras que estavam ativas e operavam no território de Portugal Continental.¹ Neste email foi solicitado que respondessem ao inquérito *online*, cujo *link* se explicitava no corpo do e-mail. Este processo junto das incubadoras terminou no dia 20 de março de 2018, após o envio de vários e-mails para cada incubadora enquadrada neste estudo e da realização de várias chamadas telefónicas para cada uma delas também, a solicitar que respondessem ao inquérito.

A recolha de dados junto das empresas incubadas nas 37 incubadoras-alvo iniciou-se no dia 20 de março de 2018, novamente através do envio de e-mails com o inquérito presente no corpo da mensagem e foram enviados no total 508 e-mails para as empresas incubadas. Este processo terminou no dia 10 de maio de 2018, tendo contabilizado no total 18 respostas.

No total, a taxa de resposta foi, para a perspetiva das incubadoras de cerca de 39% e para a perspetiva das empresas incubadas de apenas 4%.

¹ A lista e contactos destas 37 incubadoras foi disponibilizada pela orientadora da presente dissertação que realizou o levantamento de Parques de Ciência e Tecnologia e Incubadoras a operar em Portugal no âmbito de um Projeto dinamizado pela Agência Nacional de Inovação.

4. Resultados

4.1. Serviços de internacionalização prestados por uma amostra de incubadoras localizadas em Portugal. A perspetiva das Incubadoras

4.1.1. Breve caracterização das incubadoras respondentes

Através da análise às respostas recebidas (14) por parte das incubadoras, constatamos que das 14 incubadoras, apenas duas têm fins lucrativos no decorrer da sua atividade, sendo todas as outras (12) instituições sem fins lucrativos. Apercebemo-nos ainda de que mais de metade (8 em 14) são incubadoras de base tecnológica, existindo, de resto, 3 incubadoras de base académica (a Incubadora de Empresas da Universidade de Aveiro, a Universidade de Aveiro Incubator e a UPTEC – Parque de Ciência e Tecnologia da Universidade do Porto). As outras 3 incubadoras restantes são duas de base regional (a Startup Santarém e a Incubadora de Empresas de Águeda) e o CEI – Centro de Empresas Inovadoras considera-se uma BIC (Business Innovation Center).

A área das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) é o setor de atividade associado a o maior número de incubadoras (9), seguido do setor das Engenharias e Tecnologias (6). As incubadoras inquiridas acolhem, em geral, uma gama de setores de atividade diversificada (3, em média), incluindo, para além dos referidos, o Agroalimentar (3), a Biotecnologia (4), Indústria (2), Design e Multimédia (4), *Internet of Things* (IoT) (2), Industrias Criativas (2), e os setores Vitivinícola, Construção civil, Consultoria e Economia Social que aparecem apenas associados a 1 incubadora.

Em termos de nº de empresas/projetos incubados, a média é de 46 empresas/projetos por incubadora, sendo a mediana 35. A incubadora com maior número de projetos é a UPTEC, contabilizando 181 projetos/empresas, e a incubadora com menor número de projetos/empresas é a TecPark que conta apenas com 10 projetos/empresas.

As incubadoras que responderam ao inquérito estão localizadas em várias regiões do país, designadamente de Aveiro, Santarém, Porto, Évora, Almada.

4.1.2. Critérios que a incubadoras utilizam para selecionar incubadas

Todas as empresas consideram com importante ou muito importante na seleção das suas incubadas o grau de inovação dos produtos e serviços da empresa, seguido de perto das

características dos empreendedores (e.g., orientação internacional, tolerância ao risco, proatividade, habilidade de coordenar as atividades globalmente, outras habilidades e características individuais). Em contraste, a experiência internacional do empreendedor, assim como a sua experiência na indústria, não são considerados, pela maioria das incubadoras inquiridas, como critérios de seleção críticos – ver Figura 1.

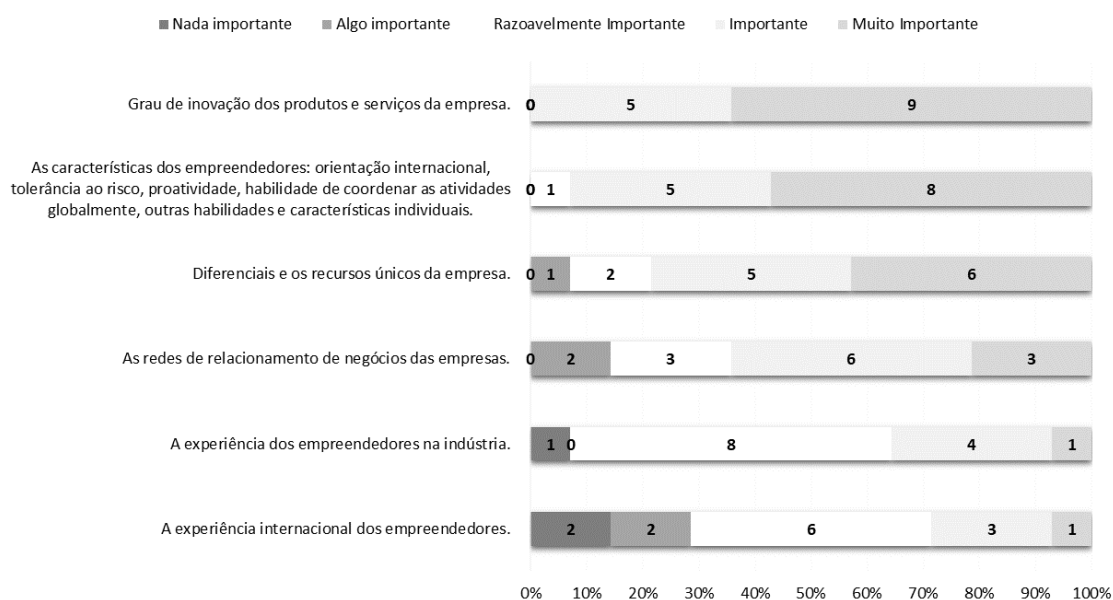


Figure 2 - Importância atribuída pelas incubadoras aos critérios de seleção de incubadas

Fonte: Elaboração própria com base nas respostas obtidas via inquirição direta (fevereiro-maio 2018)

4.1.3. Recursos das incubadoras ao nível da internacionalização

Apenas 5 das 14 incubadoras inquiridas afirmam participar em redes nacionais/internacionais com parceiros, associações, redes de incubação, instituições, relacionamentos dos membros da equipa da incubadora e outras redes; têm membros na equipa da incubadora (assessores e consultores) com experiência internacional para auxiliar na formulação das estratégias internacionais e com redes de relacionamento de negócios nacionais e internacionais; e captam empreendimentos incubados estrangeiros.

Todas as 14 incubadoras participam em redes nacionais (11 também em redes internacionais) com parceiros, associações, redes de incubação, instituições, relacionamentos dos membros da equipa da incubadora e outras redes. Em contraste, apenas 8 referem captar empreendimentos incubados estrangeiros.

É interessante notar que as incubadoras de âmbito universitário (e.g., UPTEC, IEUA e Nova Madan Park) são as mais dotadas em termos de recursos para apoiar as empresas nos processos de internacionalização. Já as incubadoras de base local/regional são as que revelam menores dotações a este nível.

4.1.4. Serviços disponibilizados pela incubadora

Praticamente todas as incubadoras inquiridas (13 em 14) disponibilizam serviços relacionados com cursos, capacitações e tutorias para o desenvolvimento de capacitações da empresa em gestão de tecnologia e inovação.

Também a vasta maioria (12 em 14) possibilita o fortalecimento e a ampliação das redes nacionais da empresa com outras entidades/organizações (outras empresas incubadas, empresas não incubadas, parceiros, associações, redes de incubação, instituições de ensino e centros de pesquisa, instituições financeiras e governamentais, outras instituições e redes de relacionamentos de negócios) e promove a participação das empresas incubadas em programas formais de internacionalização e projetos estrangeiros.

Das 14 inquiridas, 11 referem proporcionar um ambiente motivador da cultura exportadora e da internacionalização, disponibilizando às empresas cursos, capacitações e tutorias para o desenvolvimento de conhecimento sobre o mercado externo, possibilitando a experiência internacional dos empreendedores por meio de intercâmbios e programas internacionais, assim como a participação das empresas incubadas em feiras, eventos e missões nacionais e internacionais.

Os serviços mais complexos associados ao processo de internacionalização são disponibilizados por metade das incubadoras inquiridas – ver Figura 2. Em concreto, o facilitar o acesso da empresa a informações sobre o mercado externo por meio de pesquisas e bancos de dados, a disponibilização consultorias/ assessorias/ serviços de transferência internacional de tecnologia e a identificação e prospecção de negócios e parceiros no mercado externo.

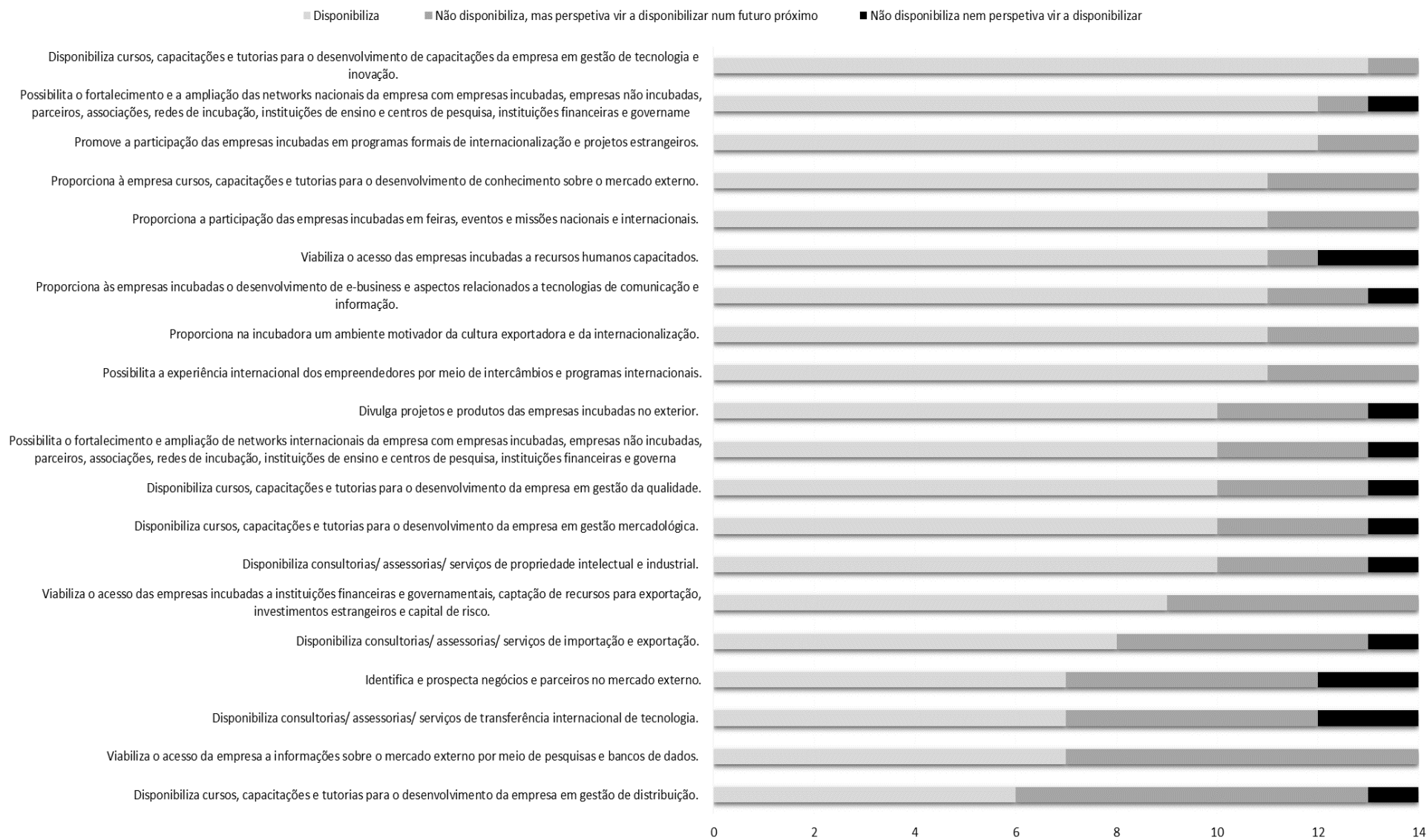


Figure 3 - Serviços de apoio ao processo de internacionalização de PMEs; perspectiva das incubadoras

Elaboração: fonte própria

Importa agora evidenciar a relação que os resultados atingidos com o inquérito têm com a literatura analisada. Esta mostrou-nos que os serviços e ações que tinham mais impacto no processo de internacionalização de uma empresa eram os que permitem às incubadas ter acesso a mais conhecimento, especialmente, através de redes de contactos ou através de ações de formação que possibilitem aos funcionários darem um *upgrade* nas suas competências e, a partir daí, ajudarem, com um impacto individual maior, a empresa incubada a ter sucesso no seu processo de internacionalização.

Assim, após a análise dos resultados recolhidos e demonstrados na Figura 1, é fácil de perceber que estes vão de encontro ao que foi estudado na literatura. Os serviços que mais incubadoras disponibilizavam às suas incubadas eram, por ordem decrescente e como já foi referido anteriormente, disponibilizar cursos para desenvolvimento de capacitações em gestão de tecnologia e inovação, possibilitar o fortalecimento das networks da empresa incubada com outros agentes económicos e promover a participação das incubadas em programas formais de internacionalização.

Concluindo esta subsecção, descobrimos então que os serviços disponibilizados pelas incubadoras que mais impacto têm no processo de internacionalização estão, em primeiro lugar, relacionados com Capacidades e Características que as incubadas têm. Este facto vai de encontro ao que já foi evidenciado por Engelman et al. (2015), que também tinham concluído que as Características Organizacionais das incubadas eram o fator que mais apoio dava ao processo de internacionalização.

Em seguida, apresentam-se fatores como as redes de contactos e o desenvolvimento das competências dos empreendedores também à semelhança do que foi apresentado no *paper* desenvolvido por Engelman and Fracasso (2013); Engelman et al. (2015).

4.2. A relevância do apoio das incubadoras no processo de internacionalização das PMEs: a perspectivas das empresas incubadas

4.2.1. Breve caracterização das incubadas respondentes

No inquérito realizado às incubadas, conseguimos obter um total de 18 respostas apenas, isto apesar de terem sido enviados mais de 500 e-mails para todas as empresas integrantes do leque de incubadoras que foi referido anteriormente.

Este grupo de 18 empresas respondentes espalha-se por todo o território nacional e atuam em diferentes áreas de negócio como ciências sociais e humanas, transporte de águas e outros fluídos, calçado para desporto, consultoria em informática, setor têxtil, fabricação de instrumentos de medida, verificação e afins, serviço e comércio internacional, tradução e formação, ciências físicas e naturais, atividades de design e fabricação de aeronaves.

Na grande generalidade, a grande maioria das empresas respondentes tem entre 2 meses e 3 anos de existência, o que mostra que a grande parte das empresas inseridas em programas de incubação são empresas em início de atividade.

Outro aspeto importante a salientar na caracterização das empresas é o facto de mais de 50% (11 das 18 respondentes) das empresas já exportar e já ter alguma experiência no mercado internacional. Assim, para o processo de internacionalização, as incubadas já partem com alguma bagagem em relação aos desafios que podem encontrar.

4.2.2. Serviços disponibilizados pelas incubadoras e utilizados pelas incubadas

Após a análise ao segundo inquérito realizado é possível perceber que, de todos os serviços disponibilizados pelas incubadoras, aqueles a que as incubadas mais recorrem são os cursos de apoio ao desenvolvimento de áreas de negócio (p.e. marketing, inovação).

O serviço mais utilizado pelas incubadoras é o de disponibilizar consultas/conselhos sobre propriedade industrial e intelectual, sendo utilizado por 13 das 18 empresas que responderam. A seguir a este vêm os cursos e treinos disponibilizados com o intuito da empresa desenvolver capacidades/competências em gestão de marketing com 11 empresas a utilizarem este serviço e os cursos disponibilizados de forma à empresa desenvolver as suas capacidades/competências em gestão tecnológica e de inovação e ter membros da equipa da incubadora com redes de relações nacionais e internacionais, ambos com 9 empresas a responderem que utilizam este serviço.

No lado oposto da tabela estão serviços como disponibilizar oportunidades para o empreendedor ganhar experiência internacional através de trocas e programas internacionais, o fornecimento de cursos de forma a desenvolver competências em gestão da distribuição, estes dois ambos com apenas 3 incubadas a utilizarem este serviço, e atrair incubadoras internacionais de capital de risco, este com 4 incubadas a utilizarem o serviço.

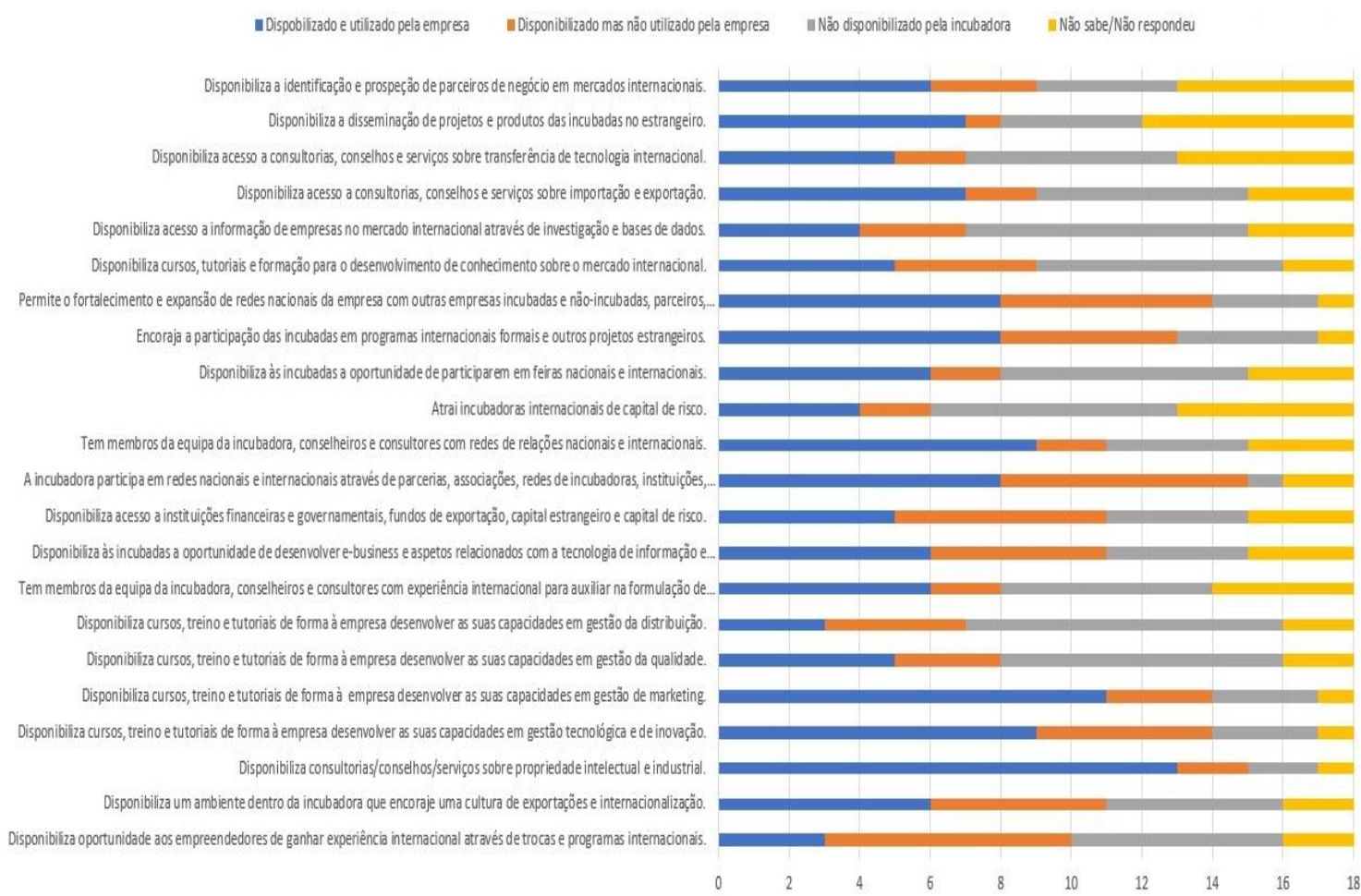


Figure 4 - Serviços de apoio ao processo de internacionalização de PMEs; perspetiva das incubadas

Fonte: Elaboração própria com base nas respostas obtidas via inquirição direta (fevereiro-maio 2018)

Conclusões

De acordo com a informação recolhida na revisão de literatura realizada, os principais requisitos associados à empresa para que esta se consiga internacionalizar são as características pessoais e as experiências anteriores dos empreendedores, principalmente, mas também de outros colaboradores, a participação em redes de contactos nacionais e internacionais, o setor de atividade em que a empresa atua e as características inerentes a cada mercado onde a empresa queira entrar.

Por forma a conseguir-se dar resposta ao tema em análise, foram realizados dois inquéritos: um destinado para as incubadoras portuguesas e outro para as empresas incubadas nessas incubadoras. Estes inquéritos permitiram perceber quais as ações ou serviços que as incubadoras prestam e que estão relacionados com o processo de internacionalização e, de entre estes, quais é que as incubadas utilizam para seu próprio benefício.

Os resultados mostram que a generalidade das incubadoras portuguesas tem vindo a apostar no apoio ao processo de internacionalização das Pequenas e Médias Empresas, uma vez que fornece às suas incubadas os meios de apoio necessários para que este processo seja concluído com sucesso.

O serviço a que as incubadoras dão mais ênfase está relacionado com as características dos empreendedores e com as competências dos colaboradores da incubada. Esta preocupação das incubadoras faz sentido, pois é fundamental munir os colaboradores das competências necessárias para conseguirem enfrentar e superar os desafios naturais que surgem com a internacionalização. Este dado é também importante uma vez que quanto maior for a experiência da empresa e quanto maior for a sua capacidade de ser proativa e de antecipar os problemas que possam surgir, representada pelo maior grau de competência em cada colaborador, maior vai ser a probabilidade de este processo de internacionalização ser bem sucedido e de, posteriormente, se difundir a outros países. A significância desta ação ou serviço está demonstrada, no inquérito, por sete das vinte ações ou serviços disponibilizados pelas incubadoras estarem relacionados com o aumento das competências da empresa a vários níveis diferentes.

As redes de contactos também são um fator, segundo a literatura, que pode ter um papel relevante na internacionalização. A presença das empresas neste tipo de redes permite que tenha acesso a novos recursos, que tenha contacto com indivíduos com outro tipo de conhecimentos e de experiência e que tenha acesso a novas oportunidades de negócio até então não exploradas. Assim, com o acesso a este tipo de fatores, as probabilidades de o processo correr bem aumentam, sendo este também um fator de apoio que tem como

objetivo o de ajudar empresas a internacionalizarem-se. As incubadoras realizam esforços no sentido de aproximarem as suas incubadas dessas redes de contactos, daí que, conforme demonstrado na Figura 2, três do total das ações ou serviços elencados estejam diretamente direcionados para as redes de contactos, tanto nacionais como internacionais.

Por fim, o estudo evidenciou ainda que o conjunto de ações e serviços proporcionados pelas incubadoras afetam, de maneira mais evidente ou menos evidente, o processo de internacionalização das pequenas e médias empresas. Mesmo que o objetivo principal ou do imediato nas incubadas não seja o de se internacionalizar, existem várias ações ou serviços que contribuem para este processo e que influenciam estas últimas a iniciar trabalhos neste processo e a expandir o seu negócio a outros países. Muitas das ações ou serviços fornecidos estão relacionados com o desenvolvimento de competências, especialmente nas áreas da inovação, levando a que se verifique um impacto positivo no processo de internacionalização.

O estudo dá ideias de ações ou serviços que estão direcionados para a internacionalização das empresas e que afetam esse processo. No entanto, este é um estudo limitado, pois apenas se cinge a um único país e o número de observações recolhidas no inquérito foi relativamente reduzido. Assim, recomenda-se que, para estudos futuros, se abranja um maior número de países e de incubadoras por forma a se ter uma ideia mais concreta do real impacto que as incubadoras têm no processo de internacionalização a nível mundial.

Espera-se então que este estudo tenha contribuído para aumentar o conhecimento existente acerca da contribuição das incubadoras no processo de internacionalização das pequenas e médias empresas e que novos estudos surjam de maneira a enriquecer ainda mais o tema.

Referências

- Aaboen, L. (2009). Explaining incubators using firm analogy. *Technovation*, 29(10), 657-670. doi:10.1016/j.technovation.2009.04.007
- Aaboen, L., & Löfsten, H. (2015). International new ventures localised in incubators - Markets, resources and dynamic environment. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 7(1), 24-46. doi:10.1504/IJEV.2015.067871
- Albort-Morant, G., & Oghazi, P. (2016). How useful are incubators for new entrepreneurs? *Journal of Business Research*, 69(6), 2125-2129. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.12.019>
- Albort-Morant, G., & Ribeiro-Soriano, D. (2016). A bibliometric analysis of international impact of business incubators. *Journal of Business Research*, 69(5), 1775-1779. doi:10.1016/j.jbusres.2015.10.054
- Alvaro, C.-C., & Ravi, R. (2017). Home country underdevelopment and internationalization: Innovation-based and escape-based internationalization. *Competitiveness Review*, 27(3), 217-230. doi:10.1108/CR-04-2016-0021
- Angels, N., Maria-Victoria, S.-R., & Ana-Beatriz, H.-L. (2017). Entry modes and barriers to internationalisation in China: an overview of management consulting firms. *Measuring Business Excellence*, 21(1), 37-49. doi:10.1108/MBE-04-2016-0022
- Ayadi-Frikha, M. (2015). Internal Determinants of the Internationalization Behavior Dynamics of Young Firms. *Journal of Behavioural Economics Finance Entrepreneurship Accounting and Transport*, 3(1), 32-38.
- Baraldi, E., & Ingemansson Havenvid, M. (2016). Identifying new dimensions of business incubation: A multi-level analysis of Karolinska Institute's incubation system. *Technovation*, 50-51, 53-68. doi:10.1016/j.technovation.2015.08.003
- Barnes, B. R., Chakrabarti, R., & Palihawadana, D. (2006). Investigating the export marketing activity of SMEs operating in international healthcare markets. *Journal of Medical Marketing: Device, Diagnostic and Pharmaceutical Marketing*, 6(3), 209-221. doi:10.1057/palgrave.jmm.5050033
- Berry, M. (1998). Strategic planning in small high tech companies. *Long Range Planning*, 31(3), 455-466. doi:[https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(98\)80012-5](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(98)80012-5)
- Buckley, P. J., Pass, C. L., & Prescott, K. (1992). The internationalization of service firms: A comparison with the manufacturing sector. *Scandinavian International Business Review*, 1(1), 39-56. doi:[https://doi.org/10.1016/0962-9262\(92\)90035-5](https://doi.org/10.1016/0962-9262(92)90035-5)
- Costa, C., & Breda, Z. (2013). The internationalisation process of tourism firms: The case of the hotel sector. In *Handbook of Tourism Economics: Analysis, New Applications and Case Studies* (pp. 137-170).
- Dominguez, N., & Mayrhofer, U. (2017). Internationalization stages of traditional SMEs: Increasing, decreasing and re-increasing commitment to foreign markets. *International Business Review*, 26(6), 1051-1063. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.03.010>

- Engelman, R., & Fracasso, E. M. (2013). Contribuição das incubadoras tecnológicas na internacionalização das empresas incubadas. *Revista de Administração*, 48(1), 165-178. doi:<https://doi.org/10.5700/rausp1080>
- Engelman, R., Zen, A. C., & Fracasso, E. M. (2015). The impact of the incubator on the internationalization of firms. *Journal of Technology Management and Innovation*, 10(1), 29-39.
- Florence Olu, O., & Anthony, U. I. (2015). Distribution channels and internationalization in a developing-country clothing industry. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 17(2), 130-148. doi:10.1108/JRME-03-2014-0006
- Francioni, B., Pagano, A., & Castellani, D. (2016). Drivers of SMEs' exporting activity: a review and a research agenda. *Multinational Business Review*, 24(3), 194-215. doi:10.1108/mbr-06-2016-0023
- Hauptman, L., Bobek, V., Čančer, V., Perko, I., & Korez-Vide, R. (2011). *Policy support for the internationalization of small- and medium-sized enterprises : evidence from Slovenia* (Vol. 10).
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1977). The Internationalization Process of the Firm—A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32. doi:10.1057/palgrave.jibs.8490676
- Knight, G., & Cavusgil, S. (1996). *The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory* (Vol. 8).
- Koleša, I., & Jaklič, A. (2017). Interorganisational network management for successful business internationalisation. *International Journal of Euro-Mediterranean Studies*, 10(1), 93-126.
- Kraus, S., Mitter, C., Eggers, F., & Stieg, P. (2017). Drivers of internationalization success: a conjoint choice experiment on German SME managers. *Review of Managerial Science*, 11(3), 691-716. doi:10.1007/s11846-016-0201-4
- Lai, L. G. (2016). *Innovation Policies and SMEs Development*. Krakow: Foundation Cracow Univ Economics.
- Langseth, H., O'Dwyer, M., & Arpa, C. (2016). Forces influencing the speed of internationalisation: An exploratory Norwegian and Irish study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(1), 122-148. doi:10.1108/JSBED-10-2013-0155
- Martincus, C. V., Carballo, J., & Gallo, A. (2011). The impact of export promotion institutions on trade: is it the intensive or the extensive margin? *Applied Economics Letters*, 18(2), 127-132. doi:10.1080/13504850903508283
- Mas-Verdu, F., Ribeiro-Soriano, D., & Roig-Tierno, N. (2015). Firm survival: The role of incubators and business characteristics. *Journal of Business Research*, 68(4), 793-796. doi:10.1016/j.jbusres.2014.11.030
- Mian, S. A. (1996). Assessing value-added contributions of university technology business incubators to tenant firms. *Research Policy*, 25(3), 325-335. doi:[https://doi.org/10.1016/0048-7333\(95\)00828-4](https://doi.org/10.1016/0048-7333(95)00828-4)

- Mian, S. A. (1997). Assessing and managing the university technology business incubator: An integrative framework. *Journal of Business Venturing*, 12(4), 251-285. doi:[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(96\)00063-8](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(96)00063-8)
- Mikic, M., Primorac, D., & Kozina, G. (2016). DETERMINING THE LINK BETWEEN INTERNATIONALIZATION AND BUSINESS PERFORMANCE OF SMEs. *Tehnicki Vjesnik-Technical Gazette*, 23(4), 1201-1206. doi:10.17559/tv-20150701204258
- Naray, O. (2011). Commercial Diplomats in the Context of International Business. *The Hague Journal of Diplomacy*, 6(1), 121-148. doi:<https://doi.org/10.1163/187119111X557382>
- Naray, O., & Bezençon, V. (2017). Management and Business Research on Commercial Diplomacy: Examining Trends and Themes. *International Trade Journal*, 31(4), 332-359. doi:10.1080/08853908.2017.1291379
- Oly Ndubisi, N., Ali, M. Y., & Shamsuddoha, A. K. (2009). Impact of government export assistance on internationalization of SMEs from developing nations. *Journal of Enterprise Information Management*, 22(4), 408-422. doi:10.1108/17410390910975022
- Onkelinx, J., Manolova, T. S., & Edelman, L. F. (2016). The human factor: Investments in employee human capital, productivity, and SME internationalization. *Journal of International Management*, 22(4), 351-364. doi:<https://doi.org/10.1016/j.intman.2016.05.002>
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (1994). Toward a Theory of International New Ventures. *Journal of International Business Studies*, 25(1), 45-64.
- Paul, J., Parthasarathy, S., & Gupta, P. (2017). Exporting challenges of SMEs: A review and future research agenda. *Journal of World Business*, 52(3), 327-342. doi:10.1016/j.jwb.2017.01.003
- Pellegrino, J. M., & McNaughton, R. B. (2017). Beyond learning by experience: The use of alternative learning processes by incrementally and rapidly internationalizing SMEs. *International Business Review*, 26(4), 614-627. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.12.003>
- Pinho, J. C., & Martins, L. (2010). Exporting barriers: Insights from Portuguese small- and medium-sized exporters and non-exporters. *Journal of International Entrepreneurship*, 8(3), 254-272. doi:10.1007/s10843-010-0046-x
- Ratinho, T., & Henriques, E. (2010). The role of science parks and business incubators in converging countries: Evidence from Portugal. *Technovation*, 30(4), 278-290. doi:10.1016/j.technovation.2009.09.002
- Roig-Tierno, N., Alcázar, J., & Ribeiro-Navarrete, S. (2015). Use of infrastructures to support innovative entrepreneurship and business growth. *Journal of Business Research*, 68(11), 2290-2294. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.013>
- Soriano, D. R., Roig, S., Sanchis, J. R., & Torcal, R. (2002). The Role of Consultants in SMEs: The Use of Services by Spanish Industry. *International Small Business Journal*, 20(1), 95-103. doi:10.1177/0266242602201007

- Teixeira, A., & Barros, M. J. (2014). *Decentralization of public policies for the promotion of smes' internationalization. a theoretical account1** (Vol. 35).
- Uner, M. M., Kocak, A., Cavusgil, E., & Cavusgil, S. T. (2013). Do barriers to export vary for born globals and across stages of internationalization? An empirical inquiry in the emerging market of Turkey. *International Business Review*, 22(5), 800-813. doi:10.1016/j.ibusrev.2012.12.005
- Van Biesebroeck, J., Konings, J., & Martincus, C. V. (2016). *Did export promotion help firms weather the crisis?* Retrieved from <https://EconPapers.repec.org/RePEc:nbb:reswpp:201601-291>
- Van Hove, L. (2009). *Drivers of Internationalisation in Network Industries: The Case of Electronic Purse Developers* (Vol. 12).
- Welch, L., & Luostarinen, R. (1988). *Internationalization: Evolution of a Concept* (Vol. 14).
- Yin, R. K. (2014). *Robert K. Yin. (2014). Case Study Research Design and Methods (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. 282 pages.*

Serviços de internacionalização prestados pelas incubadoras em Portugal. A perspetiva das PME

O presente inquérito insere-se no âmbito de uma investigação académica (dissertação de mestrado) realizada por Luís Guedes, inscrito no Mestrado em Economia e Gestão Internacional, Faculdade de Economia da Universidade do Porto.

O objetivo da investigação é analisar a influência das incubadoras no processo de internacionalização de Pequenas e Médias Empresas (PME) portuguesas.

A população-alvo é as PME portuguesas sediadas em incubadoras localizadas no território nacional.

O inquérito é constituído por 2 grupos de questões: 1) serviços que a incubadora presta e a PME utiliza/não utiliza (22 questões); 2) dados que permitem caracterizar a PME e a equipa de empreendedores/promotores (8 questões).

O inquérito estará ativo até 2 de março de 2018.

Em baixo consta uma lista de serviços potencialmente disponibilizados por incubadoras. Tendo em consideração os serviços prestados pela incubadora onde a sua empresa está sediada, selecione, para cada serviço listado, a opção que entenda relevante. *

	Não sei	Não disponibilizado pela incubadora	Disponibilizado mas não utilizado pela empresa	Disponibilizado e utilizado pela empresa
Disponibiliza oportunidade aos empreendedores de ganhar experiência internacional através de trocas e programas internacionais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza um ambiente dentro da incubadora que encoraje uma cultura de exportações e internacionalização.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza consultorias/conselhos/serviços sobre propriedade intelectual e industrial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Disponibiliza cursos, treino e tutoriais de forma à empresa desenvolver as suas capacidades em gestão tecnológica e de inovação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza cursos, treino e tutoriais de forma à empresa desenvolver as suas capacidades em gestão de marketing.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza cursos, treino e tutoriais de forma à empresa desenvolver as suas capacidades em gestão da qualidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza cursos, treino e tutoriais de forma à empresa desenvolver as suas capacidades em gestão da distribuição.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tem membros da equipa da incubadora, conselheiros e consultores com experiência internacional para auxiliar na formulação de estratégias internacionais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tem membros da equipa da incubadora, conselheiros e consultores com experiência internacional para auxiliar na formulação de estratégias internacionais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza às incubadas a oportunidade de desenvolver e-business e aspetos relacionados com a tecnologia de informação e comunicação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza acesso a instituições financeiras e governamentais, fundos de exportação, capital estrangeiro e capital de risco.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A incubadora participa em redes nacionais e internacionais através de parcerias, associações, redes de incubadoras, instituições, relações dos membros da equipa da incubadora e outras redes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tem membros da equipa da incubadora, conselheiros e consultores com redes de relações nacionais e internacionais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Atrai incubadoras internacionais de capital de risco.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza às incubadas a oportunidade de participarem em feiras nacionais e internacionais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encoraja a participação das incubadas em programas internacionais formais e outros projetos estrangeiros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Permite o fortalecimento e expansão de redes nacionais da empresa com outras empresas incubadas e não-incubadas, parceiros, associações, redes, instituições de ensino e centros de investigação, instituições financeiras e governamentais, outras instituições e redes comerciais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza cursos, tutoriais e formação para o desenvolvimento de conhecimento sobre o mercado internacional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Disponibiliza acesso a informação de empresas no mercado internacional através de investigação e bases de dados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza acesso a consultorias, conselhos e serviços sobre importação e exportação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza acesso a consultorias, conselhos e serviços sobre transferência de tecnologia internacional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza a disseminação de projetos e produtos das incubadas no estrangeiro.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza a identificação e prospeção e parceiros de negócio em mercados internacionais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nome/designação da empresa *

Sua resposta

Experiência de internacionalização da equipa de promotores/empreendedores da empresa *

- Nenhum dos promotores tem experiência em processos de internacionalização de empresas
- Pelo menos um dos promotores tem alguma experiência em processos de internacionalização de empresas
- Pelo menos um dos promotores tem muita experiência em processos de internacionalização de empresas
- Outro: _____

Nível de escolaridade da equipa de promotores/empreendedores da empresa *

- Nenhum dos promotores tem escolaridade ao nível do ensino superior.
- Pelo menos um dos promotores tem escolaridade ao nível do ensino superior.
- Todos os promotores tem escolaridade ao nível do ensino superior.
- Outro: _____

Nível de experiência profissional da equipa de promotores/empreendedores da empresa *

- Nenhum dos promotores tinha experiência profissional antes da constituição da empresa/projeto
- Pelo menos um dos promotores tinha experiência profissional antes da constituição da empresa/projeto
- Todos os promotores tinham experiência profissional antes da constituição da empresa/projeto
- Outro: _____

Setor de atividade (CAE-rev3) onde a empresa opera *

Escolher



Idade da empresa [Nota: se empresa não estiver constituída, indicar os anos ou meses do projeto]: *

Sua resposta

Situação atual da empresa em termos de exportações *

- A empresa não exporta nem tem intenções de o fazer num futuro próximo.
- A empresa não exporta mas tem intenções de o fazer num futuro próximo.
- A empresa exporta

No caso de ter respondido que a empresa exporta, indique a percentagem (%) do valor das exportações no total do volume de negócios.

Sua resposta

ENVIAR

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Serviços de internacionalização prestados pelas incubadoras em Portugal. A perspetiva das PME

O presente inquérito insere-se no âmbito de uma investigação académica (dissertação de mestrado) realizada por Luís Guedes, inscrito no Mestrado em Economia e Gestão Internacional, Faculdade de Economia da Universidade do Porto. O objetivo da investigação é analisar a influência das incubadoras no processo de internacionalização de Pequenas e Médias Empresas (PME) portuguesas.

A população-alvo é as PME portuguesas sediadas em incubadoras localizadas no território nacional.

O inquérito é constituído por 2 grupos de questões: 1) serviços que a incubadora presta e a PME utiliza/não utiliza (22 questões); 2) dados que permitem caracterizar a PME e a equipa de empreendedores/promotores (8 questões).

O inquérito estará ativo até 2 de março de 2018.

Em baixo consta uma lista de serviços potencialmente disponibilizados por incubadoras. Tendo em consideração os serviços prestados pela incubadora onde a sua empresa está sediada, selecione, para cada serviço listado, a opção que entenda relevante.

Descrição (opcional)

Pergunta *

Não sei Não disponibilizado p... Dispobilizado mas nã... Disponibilizado e utili...

Disponibiliza oportuni...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza um ambi...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza consulto...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza cursos, t...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza cursos, t...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza cursos, t...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza cursos, t...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tem membros da equ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza às incub...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza acesso ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A incubadora particip...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tem membros da equ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atrai incubadoras inte...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza às incub...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encoraja a participaç...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Permite o fortalecime...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza cursos, t...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza acesso ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza acesso ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza acesso ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza a disse...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibiliza a identifi...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nome da empresa *

Texto de resposta curta

Experiência de internacionalização da equipa de promotores/empreendedores da empresa *

Texto de resposta curta

⋮

Nível de escolaridade da equipa de promotores/empreendedores da empresa *

- Nenhum dos promotores tem escolaridade ao nível do ensino superior.
- Pelo menos um dos promotores tem escolaridade ao nível do ensino superior.
- Todos os promotores tem escolaridade ao nível do ensino superior.
- Outra

⋮

Nível de experiência profissional da equipa de promotores/empreendedores da empresa *

- Nenhum dos promotores tinha experiência profissional antes da constituição da empresa/projeto
- Pelo menos um dos promotores tinha experiência profissional antes da constituição da empresa/projeto
- Todos os promotores tinham experiência profissional antes da constituição da empresa/projeto
- Outra

Setor de atividade (CAE-rev3) em que a empresa opera *

Texto de resposta curta

Idade da empresa [Nota: se empresa não estiver constituída, indicar os anos *
ou meses do projeto]:

Texto de resposta curta

Situação atual da empresa em termos de exportações *

- A empresa não exporta nem tem intenções de o fazer num futuro próximo.
- A empresa não exporta mas tem intenções de o fazer num futuro próximo.
- A empresa exporta

⋮

No caso de ter respondido que a empresa exporta, indique a percentagem *
(%) do valor das exportações no total do volume de negócios.

Texto de resposta curta
