UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DE
RIBEIRÃO PRETO
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO DE ORGANIZAÇÕES

SAULO DE SOUZA RODRIGUES

A internacionalização de empresas de base tecnológica em incubadoras no Estado de
São Paulo

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Simone Vasconcelos
Ribeiro Galina

Ribeirão Preto

2010

Prof. Dr. João Grandino Rodas
Reitor da Universidade de São Paulo

Prof. Dr. Sigismundo Bialoskorski Neto
Diretor Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto

Prof. Dr. Marcos Fava Neves
Chefe do Departamento de Administração

SAULO DE SOUZA RODRIGUES

**A internacionalização de empresas de base tecnológica em incubadoras no Estado de
São Paulo**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós
Graduação em Administração de Organizações
da Faculdade de Economia, Administração e
Contabilidade de Ribeirão Preto da
Universidade de São Paulo como requisito para
a obtenção do título de mestre em
Administração de Organizações

**Orientadora: Prof^a. Dr^a. Simone Vasconcelos
Ribeiro Galina**

**Ribeirão Preto
2010**

AUTORIZO A REPRODUÇÃO TOTAL OU PARCIAL DESTE TRABALHO, POR
QUALQUER MEIO CONVENCIONAL OU ELETRÔNICO, PARA FINS DE ESTUDO E
PESQUISA, DESDE QUE CITADA A FONTE.

FICHA CATALOGRÁFICA

Rodrigues, Saulo de Souza

A internacionalização de empresas de base tecnológica em
incubadoras no Estado de São Paulo. Ribeirão Preto, 2010.

133 p. : il. ; 30cm

Dissertação de Mestrado, apresentada à Faculdade de Economia,
Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São
Paulo. Área de concentração: Administração de Organizações.

Orientadora: Galina, Simone Vasconcelos Ribeiro.

1. Estratégias de internacionalização. 2. Empresas de base
tecnológica. 3. Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica.

FICHA DE APROVAÇÃO

Saulo de Souza Rodrigues

A internacionalização de empresas de base tecnológica em incubadoras no Estado de São Paulo

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Administração de Organizações da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo como requisito para a obtenção do título de mestre em Administração de Organizações

Aprovado em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof(a). Dr(a). _____

Instituição: _____

Assinatura: _____

Prof(a). Dr(a). _____

Instituição: _____

Assinatura: _____

Prof(a). Dr(a). _____

Instituição: _____

Assinatura: _____

Aos meus pais, irmãos e amigos.

AGRADECIMENTOS

À Deus.

Aos meus pais, Francisco e Almíria, aos meus irmãos Raul e Filipe; e à toda a minha família, pela compreensão e pelo amor incondicional.

À minha orientadora, Profa. Dra. Simone Vasconcelos Ribeiro Galina, pela compreensão, pelo direcionamento e pelo suporte à realização deste trabalho.

À banca de qualificação composta pelos professores Geciane Silveira Porto e Marcelo Pinho, pela leitura meticulosa do trabalho e pelas sugestões que o enriqueceram.

Aos empreendedores que contribuíram, com suas respostas, ao desenvolvimento desta pesquisa.

Aos amigos da SUPERA e da FIPASE, aos amigos da FEItuverava, aos amigos da Casa da Ciência, aos amigos da FMRP-USP, aos amigos da TES, aos amigos da 3M Ribeirão Preto, aos amigos do INEPAD, pelo apoio em meu desenvolvimento pessoal e profissional.

À minha querida Camila.

Às famílias Boer Martins e Tokairin, por terem me acolhido como à um filho.

Aos amigos do Caminho de Santiago, pela força e espiritualidade.

Aos amigos de mestrado, em especial os que foram a turma de 2008 do PPGAO, Gaio, Iraci, Juliana, Julia, Karina, Renato, Rodrigo, Leandro, Leonardo, Natália, Aline, Cássio, Rafael, dentre outros.

Aos amigos de sempre Marcelo (Regula), Matheus, Mayumi, Mônica (Diva), Guilherme (Bode), Marcel (Didi), Leonardo (Nicholas), Tiago (Shimoto), Luís Henrique, Marcelo, Lili, Éwerton, pelos excelentes momentos juntos.

RESUMO

RODRIGUES. S. S. **A internacionalização de empresas de base tecnológica em incubadoras no Estado de São Paulo**. 2010. 133 f. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto-SP, 2010.

As mudanças advindas da globalização estão mudando a forma das empresas atuarem. As empresas lançam-se para o mercado externo atendendo a uma série de premissas tais como a busca por recursos, a busca por racionalização na produção, a busca por novos mercados e a aquisição de novas competências. Na literatura, encontram-se diferentes concepções para as formas de entrada nos mercados externos, ao mesmo tempo, em que novas teorias surgem, como a teoria metanacional e a teoria de *born global*. Esta literatura relata oportunidades às empresas de base tecnológica (EBTs), empresas que podem ser definidas como aquelas que “*realizam esforços tecnológicos significativos e concentram suas operações na fabricação de novos produtos*.”. Neste trabalho, a caracterização da internacionalização de empresas de base tecnológica incubadas considerou 3 dimensões: o perfil empreendedor e o empreendedorismo organizacional, o financiamento e mecanismos complementares de apoio e desenvolvimento tecnológico e cooperação. Os dados coletados atingiram o objetivo de caracterizar estas empresas, tendo elas atuação internacional ou não. As proposições P1 de que “as empresas de base tecnológica não se preocupam com uma atuação internacional” e P4 de que “As empresas que possuem financiamento e mecanismos complementares de apoio contam com a internacionalização de suas atividades” não foram comprovadas. As proposições P2 de que “O empreendedor que possui experiências internacionais, aprendizado e redes de contatos no exterior possui empresas com atividades internacionais” e P3 de que “As empresas com preocupações quanto ao desenvolvimento tecnológica e cooperação no exterior possuem disposição à internacionalização de suas operações” foram comprovadas.

Palavras-chaves: Estratégias de internacionalização; Empresas de base tecnológica; Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica.

ABSTRACT

RODRIGUES, S. S. The internationalization of technology-based companies in incubators in the State of São Paulo. 133 f. Dissertation (Master) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, 2010.

The globalization are changing the way companies act. Companies throw themselves to the foreign market given a series of assumptions such as the search for resources, the quest for rationalization in production, the search for new markets and the acquisition of new skills. In literature, there are different approaches to the ways of entry into foreign markets at the same time, in which new theories arise as the theory metanational and the theory of born global. This literature describes opportunities for technology-based firms (NTBFs). NTBFs can be defined as those that "carry significant technological efforts and concentrate their operations in the manufacture of new products". In this work, the characterization of the internationalization of technology-based companies incubated considered three dimensions: the entrepreneurial profile and organizational entrepreneurship, funding, and additional mechanisms to support technological development and cooperation. The collected data to reach the goal of characterizing these companies, being them internationalized or not. The propositions P1 that "technology-based companies do not bother with an international performance" and P4 that "Companies that have complementary mechanisms of funding and support have the internationalization of their activities" were not proven. Propositions P2 that "The entrepreneur who has international experience, learning and networking with overseas companies have international activities" and P3 that "Companies with concerns about the technological development and cooperation abroad are available to the internationalization of their operations" were proved.

Keywords: Internationalization strategies; Technology-based companies, Technology Business Incubators.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Aspectos Motivadores do Processo de Internacionalização.....	15
Quadro 2 - Entrada por Exportação	17
Quadro 3 - Entrada Contratual.....	17
Quadro 4 - Entrada por Investimento	18
Quadro 5 - Linhas de Crédito	29
Quadro 6 - Proposições	41
Quadro 7 - Classificação da atividade internacional das empresas	51

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Estratégias competitivas das firmas da Indústria Brasileira - 2000	32
Tabela 2 - Classificação Nacional de Atividades Econômicas	48
Tabela 3- Dificuldades para a inserção internacional.....	54
Tabela 4 - Dificuldades para a inserção internacional.....	58
Tabela 5 - Outros motivos para viagens ao exterior.....	67
Tabela 6 - Perfil empreendedor na empresa com inserção internacional (escala de 1 a 5)	68
Tabela 7 – Perfil empreendedor na empresa sem inserção internacional (escala de 1 a 5).....	70
Tabela 8 - Empreendedorismo organizacional em empresas com inserção internacional (escala de 1 a 5)	71
Tabela 9 - Empreendedorismo organizacional em empresas sem inserção internacional (escala de 1 a 5)	72
Tabela 10 - Financiamento e mecanismos complementares de apoio e empresas com internacionalização (escala de 1 a 5)	74
Tabela 11 - Financiamento e mecanismos complementares de apoio a empresas sem inserção internacional (escala de 1 a 5)	75
Tabela 12 - Implantação de inovações nas empresas (em número de produtos inovadores) ...	77
Tabela 13 - Desenvolvimento tecnológico e cooperação em empresas com inserção internacional (escala de 1 a 5)	80
Tabela 14 - Desenvolvimento tecnológico e cooperação em empresas sem inserção internacional	81

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo Integrado de Estratégia de Internacionalização.	20
Figura 2 - Potencial para a inserção internacional (do autor).	40

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	Problema de Pesquisa	13
1.2	Objetivos.....	13
1.2.1	Objetivo geral	13
1.2.2	Objetivos específicos	14
2	REVISÃO DA LITERATURA	15
2.1	Internacionalização de Empresas.....	15
2.1.2	Teorias clássicas de internacionalização de empresas.....	15
2.1.2	Teorias recentes de internacionalização de empresas.....	20
2.2	Empreendedorismo para a inserção internacional	24
2.3	Cooperação para a inserção internacional	26
2.4	Financiamento para a inserção internacional.....	29
2.5	Tecnologia para a inserção internacional	31
2.6	Estudos de internacionalização de empresas de base tecnológica.....	33
2.7	Incubadoras de Empresas	35
2.8	Empresas de Base Tecnológica	36
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	38
3.1	Tipo de pesquisa	38
3.2	Proposições.....	38
3.3	Questões e Plano de Análise.....	41
3.4	Característica da amostra.....	42
4	APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	44
4.1	Apresentação dos dados.....	44
4.1.1	Caracterização das empresas	44
4.1.1.1	Caracterização das empresas com atividade internacional.....	51
4.1.2	Perfil do empreendedor e empreendedorismo organizacional	60
4.1.2.1	Perfil empreendedor em empresas com inserção internacional.....	67
4.1.2.2	Perfil empreendedor em empresas sem inserção internacional	69
4.1.2.3	Empreendedorismo organizacional e as empresas com inserção internacional.....	71
4.1.2.4	Empreendedorismo organizacional e as empresas sem inserção internacional.....	72
4.1.3	Financiamento e mecanismos complementares de apoio	73
4.1.3.1	Financiamento e mecanismos complementares de apoio em empresas com inserção internacional	73
4.1.3.2	Financiamento e mecanismos complementares de apoio em empresas sem inserção internacional	75
4.1.4	Desenvolvimento tecnológico e cooperação	76

4.1.4.1 Desenvolvimento tecnológico e cooperação em empresas com inserção internacional.....	77
4.1.4.2 Desenvolvimento tecnológico e cooperação em empresas sem inserção internacional.....	81
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	84
APÊNDICES.....	93

1 INTRODUÇÃO

A globalização está mudando a forma como as empresas atuam. As empresas lançam-se ao mercado externo procurando atender uma série de premissas, tais como, a busca por recursos, a busca por racionalização na produção, a busca por novos mercados e a aquisição de novas competências.

Há a percepção de que empresas nascentes que têm, como diferencial, produtos ou serviços inovadores, e que dependem dessa inovação para sua competitividade precisam, desde seu princípio, focar a atuação internacional, uma vez que, para seu sucesso, ela certamente necessitaria de novos mercados (o que é difícil para pequenas empresas que atuam localmente), além disso, ela também depende de parcerias estratégicas para manter a inovação tecnológica (essas parcerias podem tomar âmbito externo, fazendo com que a empresa possa obter ainda mais de suas relações com universidades, institutos de pesquisa e outras empresas). No caso de empresas com essas características (nascentes, de base tecnológica) que atuam em países em desenvolvimento, como o Brasil, pode ser ainda mais crucial para sua sobrevivência, que ela esteja focada, desde o princípio, na atuação global. Isso porque seus produtos inovadores podem ainda ter uma barreira econômico/financeira (preço alto para determinadas regiões), o que impediria que a demanda pudesse ser desenvolvida apropriadamente quando a atuação fosse apenas local; dessa forma, ela terá, portanto, que procurar mercados que aceitem seus produtos onde quer que eles estejam (FERNANDES, 2004).

As empresas de base tecnológica, geralmente de pequeno porte, comumente situadas em incubadoras de empresas ou aglomerações industriais, são foco de variados estudos. No entanto, no Brasil, pouco se sabe acerca do potencial para internacionalização dessas empresas. Uma hipótese para ser investigada neste trabalho é a de que pouquíssimas são as

empresas que consideram a atuação global nas suas estratégias. Outra hipótese que deve ser tratada como tal e que será investigada é um dos principais agravantes para a internacionalização da empresa, é a de que muitas delas são geridas pelos próprios pesquisadores / inventores, e que, na maioria, não possuem perfil empreendedor e, também por isso, não vislumbram oportunidades de crescimento no exterior (FERNANDES, 2004).

O universo selecionado neste estudo é o das incubadoras de empresas. O movimento de incubação data no Brasil de pouco mais de 25 anos. Movimento esse que se inicia em diferentes pontos do país e que apresenta crescimento acentuado. Atualmente, estima-se que existam no país 400 incubadoras segundo previsão da ANPROTEC, com 10 empresas em média.

As incubadoras possuem como missão auxiliar as empresas nascentes a se desenvolverem. Valem-se de um grande fomentador que é o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. Trata-se de um Serviço autônomo, parte integrante do Sistema S que optou por concentrar grande parte de seus esforços nesta ferramenta de auxílio, a incubadora.

O SEBRAE, por meio de seus editais, oferece recursos para implantação de ferramentas de gestão empresariais, de infraestrutura, de capacitação, de relacionamento às empresas. Este auxílio que embora tenha se mostrado voltado às empresas tradicionais, atualmente passa por forte mudança. É como se o Serviço estivesse entendendo melhor as demandas das empresas de base tecnológica.

A internacionalização das empresas incubadas lentamente passa a fazer parte das orientações de negócios e das atuações das ferramentas de apoio. Avalia-se o plano de negócios das empresas também com base na inovação e em seu potencial de atendimento de mercados externos.

Entretanto, há muito a ser feito. Novas estratégias de orientação e de atendimento começam a ser formuladas e a internacionalização das empresas ainda no habitat da incubadora emerge como um critério a ser estimulado para a sobrevivência e o sucesso das novas empresas.

Dessa forma, é importante estudar as características de atuação das empresas de base tecnológica brasileiras nascentes e avaliá-las em relação à internacionalização ou à disposição para a atuação internacional. O propósito geral é investigar os fatores que levam estas empresas brasileiras ao êxito em sua estratégia de internacionalização e estabelecer modelos que possam aperfeiçoar o processo nessas companhias.

1.1 Problema de Pesquisa

Formulou-se, assim, o seguinte problema de pesquisa: *Qual o estágio para a inserção internacional das empresas de base tecnológica incubadas no Estado de São Paulo? Qual o potencial para a inserção internacional destas empresas?*

1.2 Objetivos

Os objetivos deste projeto de dissertação foram agrupados em objetivos geral e específicos.

1.2.1 Objetivo geral

O objetivo geral deste trabalho foi o de caracterizar a internacionalização das empresas de base tecnológica em incubadoras do Estado de São Paulo.

1.2.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos do trabalho foram:

- (a) Verificar a existência de processos de inserção internacional em empresas de base tecnológica incubadas no Estado de São Paulo;
- (b) Verificar o estágio de inserção internacional de empresas de base tecnológica incubadas no Estado de São Paulo;
- (c) Verificar se as características do perfil do empreendedor e do empreendedorismo organizacional contribuem para a inserção internacional destas empresas;
- (d) Verificar se a inovação, a proteção intelectual e a cooperação contribuem para a inserção internacional destas empresas;
- (e) Verificar se a utilização de fontes de financiamento e/ou de mecanismos complementares de apoio contribuem para a inserção internacional destas empresas.

2 REVISÃO DA LITERATURA

A revisão da literatura baseou-se nos estudos de internacionalização de empresas, e contemplou principalmente literatura nas áreas de empreendedorismo, cooperação, inovação e financiamento e mecanismos complementares, voltada à inserção internacional. Seguiu-se à caracterização das incubadoras de empresas e, por fim, das empresas de base tecnológica.

2.1 Internacionalização de Empresas

A globalização trouxe mudanças às empresas de todo o mundo. As empresas passaram por processos de expansão além das fronteiras de seu país-sede. As fronteiras se reduziram e os competidores não são apenas compatriotas, mas também grandes empresas americanas, japonesas, européias e num movimento mais recente, dos países do BRIC – Brasil, Rússia, Índia e China. Autores como Dunning (1994), Shi e Gregory (2000), Bartlett e Ghoshal (1992), McGrath e Bequillard (1989) estudaram as diferentes concepções em internacionalização de empresas.

2.1.2 Teorias clássicas de internacionalização de empresas

Os motivadores do processo de internacionalização de empresa podem ser diversos. Rocha e Almeida (2006) apresentaram alguns dos aspectos motivadores deste processo, conforme apresentados no Quadro 1.

Quadro 1 - Aspectos Motivadores do Processo de Internacionalização

Necessidade crescente de exploração de mercados mundiais;
Pressões competitivas que forçam a empresa a procurar por matérias-primas mais baratas;
Integração regional para agir mais eficientemente na procura por investimentos;
Diminuição nos custos de transporte e comunicação internacional;
Aumento na competição oligopolística entre as empresas líderes;
Abertura de novas oportunidades territoriais para o investimento;

Necessidade de absorver fontes de tecnologia e capacidades organizacionais;
Estrangeiras e explorar economias de escala;
Novos incentivos para concluir alianças com empresas estrangeiras;
Mudanças significantes dos custos e benefícios de um local;
Necessidades de balancear as vantagens da globalização com as da localização.

Fonte: Adaptado de ROCHA, A.; ALMEIDA, V. (2006).

Dunning (1994) apresenta estes aspectos motivadores agrupados em:

- “*Resource seeking*”: a disponibilidade de recursos naturais escassos em seus países de origem, permitindo que produtos em fase mais avançada de processamento e de maior valor agregado fossem viabilizados nos países de origem;
- “*Efficiency seeking*”: busca da racionalização da produção, explorando economias de especialização e localização;
- “*Market seeking*”: a atratividade de mercados locais;
- “*Strategic asset seeking*”: aquisição de ativos estratégicos em termos de competências e/ou financeiros.

Mcgrath e Bequillard (1989) realizaram seus estudos voltados às estratégias de inserção internacional. Definiram cinco formas básicas: de produção no país-sede; de produção regional; de produção global coordenada; de combinação de produção regional com produção global coordenada; e, de fuga de taxas.

Ao mesmo tempo, Rocha e Almeida (2006) ativeram-se também aos modos de entrada. Os classificaram em três tipos: por exportação (Quadro 2), contratual (Quadro 3) e por investimento (Quadro 4). Para cada um dos tipos foi feita uma subclassificação.

Na entrada por exportação "os produtos finais ou intermediários são fabricados fora do país de destino e subsequentemente transferidos para ele". (ROCHA E ALMEIDA, 2006, p. 8). A entrada por exportação pode ocorrer de forma indireta, cooperada ou casada e direta. A descrição das formas e vantagens estão descritas no quadro a seguir.

Quadro 2 - Entrada por Exportação

Entrada por exportação	Características	Vantagens
Indireta	Entrada por meio de empresa exportadora.	Há baixo comprometimento de recursos, menor risco e possibilidade de aprendizado rápido sobre o mercado externo.
Cooperada ou casada	A firma exportadora utiliza a rede de distribuição de outra empresa ou se reúne em consórcios com outras empresas.	Possibilita o desenvolvimento conjunto das atividades no exterior.
Exportação direta	Estabelecimento de rede própria de distribuição no mercado estrangeiro.	Possibilita conhecer melhor o mercado, maior controle sobre a operação, garante mais flexibilidade e representa maior potencial de vendas e lucros.

Fonte: Adaptado de ROCHA, A.; ALMEIDA, V. (2006).

A entrada contratual, segundo Rocha e Almeida (2006), “(...) se caracteriza pela associação não-patrimonial, de longo prazo, entre uma firma internacional e uma instituição em um país estrangeiro”. Além disso, implica na transferência de tecnologia ou capacitação da empresa para determinado destino. A entrada contratual pode ser por licenciamento, *franchising* ou por contrato de produção.

Quadro 3 - Entrada Contratual

Entrada contratual por	Características	Vantagens
Licenciamento	Negociação que envolve troca de ativos como marca e/ou expertise por direitos (<i>royalties</i>).	Configura baixo envolvimento e baixo controle. Atrai empresas que não possam investir em unidades no exterior.
Franchising	A empresa detentora da marca cede a outrem a possibilidade de distribuição de seus produtos/serviços em determinada área em troca do pagamento de <i>royalties</i> .	Voltado, principalmente, às empresas de serviços, que desta forma podem aproveitar as oportunidades dos mercados estrangeiros.
Contrato de Produção	Existe quando uma firma atua como subcontratada de outra; a primeira produzindo sob a	Opção para mercados possuidores de baixos custos de mão-de-obra.

	marca da última.	
--	------------------	--

Fonte: Adaptado de ROCHA, A.; ALMEIDA, V. (2006).

O terceiro tipo de entrada é o de entrada por investimento. Este modo de entrada contempla a posse de unidades produtivas no mercado internacional. São as chamadas subsidiárias, que podem ser de uma simples montadora, a qual depende inteiramente da importação de produtos semi-acabados de sua matriz, passando pelo estabelecimento de unidades fabris responsáveis pela industrialização total do produto (ROCHA E ALMEIDA, 2006) até unidades de P&D. A entrada por investimento pode ser por aquisição ou *greenfield*.

Quadro 4 - Entrada por Investimento

Entrada por investimento por	Características	Controle de subsidiárias
Aquisição	Compra de marca ou de ativos de um negócio, já disponíveis em país hospedeiro por firma estrangeira cuja matriz encontra-se em seu país de origem.	O controle destas subsidiárias pode ser <i>sole ventures</i> , com controle e propriedade totais da matriz e <i>joint ventures</i> , de propriedades e controles compartilhados, entre matriz e parceiros locais.
<i>Greenfield</i>	Estabelecimento de um novo negócio no mercado externo.	

Fonte: Adaptado de ROCHA, A.; ALMEIDA, V. (2006).

Complementarmente, Cyrino e Oliveira Junior (2002) trouxeram, baseados na teoria da Abordagem Comportamental de Uppsala¹, uma escala de comprometimento em forma de entrada, sendo o nível 1 o de menor comprometimento:

1. Exportação por intermédio de terceiros;
2. Exportação direta;
3. Licenciamento;
4. Associação/Alianças estratégicas com empresas estrangeiras;
5. Franchising;

¹ Teoria de Uppsala: teoria que extrapolou os limites da Teoria Econômica para abranger também a Teoria do Comportamento Organizacional. Possui como pressuposto que a internacionalização da firma é uma consequência de seu crescimento.

6. Instalação de subsidiária / escritórios próprios voltados à comercialização;
7. Instalação de subsidiária / unidade de produção;
8. Instalação de Centro de Pesquisa no exterior.

O Modelo de Uppsala analisa a firma em seus aspectos organizacionais relacionados à internacionalização. Trata do aprendizado decorrente da inserção em mercados individuais, numa progressão de saída(s). Considera a seguinte máxima: aprendo e vou adiante.

No modelo proposto por Joahnsen e Vahlne (1977) observam que o tempo para desenvolvimento de cada etapa relaciona-se a diferenças de idioma, educação, procedimentos comerciais, cultura entre o país do qual se sedia a empresa e o país ao qual se destina.

Os autores deste modelo consideram como comprometimento com mercado, dois aspectos: o volume de recursos no novo mercado e o grau de comprometimento, ou seja, de integração com outras funções da empresa. Ao mesmo tempo, definem como conhecimento de mercado, oportunidades e problemas, contato com alternativas do ambiente de mercado, com as funções oferta e demanda, com competição, com a distribuição e transações de pagamento e de resgate de moeda.

Conclusivamente às teorias apresentadas dos modos de entrada em mercados externos e dos níveis de comprometimento como fator comportamental da empresa num processo como este, apresenta-se num modelo integrado, fatores que determinam a estratégia de internacionalização de uma firma.

Figura 1 – Modelo Integrado de Estratégia de Internacionalização.

Fonte: CYRINO, A. B.; PENIDO, E.; TANURE, B. 2005 apud CYRINO, A. B.; BARCELOS, E. P. (2006).

O modelo conceitual de Cyrino; Penido e Tanure (2005) trouxe os fatores norteadores da escolha da estratégia internacional seguida pelas empresas. Inicialmente, comparou-se as vantagens à quais a empresa tem acesso em seu país de origem. Seriam elas: custo de mão-de-obra, acesso a matérias-primas, base de consumidores, fatores políticos e institucionais, práticas de negócio. A presença desta base faz com que a empresa desenvolva competências que se tornem vantagens competitivas internas a cada empresa. Outro conjunto importante de influência é o de fatores determinantes do setor. Reflete como se comportam os custos, mercado, as questões ambientais e tecnológicas e aspectos competitivos. A empresa consideraria possíveis alterações no setor. O *mindset* da alta administração é uma das bases mais decisivas na estratégia de internacionalização. Isso se evidencia ainda mais em pequenas empresas, sobretudo as empresas de base tecnológica, objeto do presente estudo.

2.1.2 Teorias recentes de internacionalização de empresas

Acreditando na relevância para o presente estudo, prosseguiu-se na revisão da literatura em relação à internacionalização de empresas em novos conceitos. Doz et al. (2001) fizeram sua contribuição à literatura relacionada às estratégias de entrada por meio da identificação do conceito de empresa metanacional. A metanacional foi definida com a empresa com presença global, que respeita as características e conhecimentos de cada localidade. Corroborando à expansão da literatura quanto às estratégias de entrada, autores como Knight e Cavusgil (1996) e Madsen e Servais (1997) identificaram o conceito de empresa *Born Global*, empresa que nasce global ou que passa pelo processo de internacionalização disseminada de forma acelerada em seus estágios iniciais de existência.

O conceito metanacional incorporou as mudanças na teoria da presença mundial. A corrida atual é para “aprender” com o mundo, e não apenas para estar presente em diferentes países. De acordo com Santos (2006), as empresas metanacionais possuiriam a capacidade de prospectar e mobilizar conhecimento disperso para criar inovações de alcance mundial. O mundo, para as metanacionais, seria uma tela pontuada de conhecimento especializado e competências operacionais que conectariam e explorariam para criar novas riquezas. Exemplo dado por Santos, principal autor desta teoria, foi a Embraer, fabricante brasileira de aviões comerciais. A empresa se destacaria, justamente, por reunir e gerir, componentes de diferentes partes do globo, valendo-se do que cada um tem de melhor.

As organizações teriam, segundo o estudo de Santos (2006), que aprimorar três conjuntos de capacidades: a prospecção de tecnologias inovadoras ou necessidades emergentes dos clientes que ainda não tenham sido identificadas pelos concorrentes; a mobilização do conhecimento disperso para desenvolver novos produtos e serviços; e a operacionalização, que já seria bem desenvolvida nas multinacionais tradicionais, mas que também deveria estar bem desenvolvida na empresa metanacional.

Outro destaque foi feito à teoria de empresa *Born global*, empresa que já nasceria atuando em mais de um mercado. Os estudos empíricos desenvolvidos por McDougall *et alii* (1994) e Knight e Cavusgil (1996) contradisseram os estágios da teoria de internacionalização tradicional. Estes e outros autores, como Luostarinen (2006), verificaram inúmeros casos de organizações nascentes com significativa vantagem competitiva devido ao uso de recursos e/ou à venda em múltiplos países.

Estes estudos verificaram ainda séria diferença entre as empresas já estabelecidas e as nascentes. As últimas apresentaram reduzidas fontes de recursos, tendo que se valer de estruturas híbridas de controle de vendas e atividades de marketing, por meio da contratação de relações públicas ou ainda da formação de *joint ventures*.

Madsen e Servais (1997) trataram da motivação para a ocorrência do nascimento global, ao apresentar os fatores que, de acordo com a literatura por eles consultada, seriam: novas condições de mercado, desenvolvimento tecnológico em áreas de produção, transporte e comunicação e, competência das pessoas, incluindo o perfil do empreendedor. Estes três fatores estão altamente relacionados. A principal diferença desta empresa é, sim, o nascer global, enquanto outras passam por diferentes estágios antes de lançarem mão da internacionalização.

Há ainda outros pontos que diferenciam as empresas tradicionais e as de internacionalização no nascimento. Nem sempre estas *born globals* estão preocupadas com menores custos para a realização de atividades. Dadas as imperfeições de mercado, ocorre a internalização de atividades como forma de redução dos custos de transação. Ao mesmo tempo, as *Born globals*, apresentam decisões de investir no exterior antes que a firma desenvolvesse características de liderança do mercado doméstico. (MADSEN; SERVAIS, 1997).

A tecnologia influencia a redução dos custos de transação e o crescimento do comércio internacional. Esta tecnologia adotada em empresas nascentes aliada à capacidades organizacionais é que proporcionaria a uma empresa ser denominada *Born global* (KNIGHT; CAVUSGIL, 2004).

Knigh e Cavusgil (2004) destacaram as principais características de firmas *Born globals* relacionadas ao alcance da capacidade da atuação global: a vocação empreendedora de seus criadores e a orientação para atuação em mercados internacionais. Esses fatores contribuem ainda para o desenvolvimento de produtos únicos e com elevados níveis de qualidade, e para a seleção e utilização de competências desenvolvidas por distribuidores internacionais.

Madsen e Servais (1997) afirmam que a localização das atividades de produção das firmas “Born globals” é influenciada por aspectos relacionados à nacionalidade do fundador, custos e atividades de pesquisa e desenvolvimento. As atividades de comercialização no exterior são direcionadas por fatores como a existência de clientes líderes em certas localidades, contatos já estabelecidos pelo fundador ou pela existência de uma oportunidade de acompanhar seus principais clientes no exterior. As firmas “*Born globals*” que atuam nos segmentos de alta tecnologia, na sua maioria, direcionam suas vendas mercados considerados líderes pois precisam ter acesso rápido a tecnologia e a importantes clientes.

Ao transpor as teorias recentes ao Brasil, deve-se relevar um aspecto importante, o tamanho do mercado brasileiro. As firmas estabelecidas em países que apresentam mercados domésticos menores têm maior propensão a se tornarem *Born globals* e a se dedicarem a diferentes categorias de produtos. Ao mesmo tempo, as empresas desse porte que nascem em países que apresentam grandes mercados domésticos tendem a atuar em atividades de alta tecnologia. Outro aspecto importante é que países que têm elevado número de imigrantes

tendem a apresentar uma alta proporção de firmas *Born globals*, o que não se apresenta no Brasil (MADSEN; SERVAIS, 1997).

Após ter-se abordado a internacionalização em seus enfoques clássicos e de teorias recentes, faz-se necessário estudo aprofundado de aspectos que possam contribuir à inserção internacional das empresas em incubadoras. Para isso, releva-se a orientação empreendedora dos fundadores das empresas, o desenvolvimento tecnológico

2.2 Empreendedorismo para a inserção internacional

Yeung (2002), afirma que o empreendedor internacional precisa apresentar um perfil que contemple o controle dos recursos, a capacidade de controle das estratégias, e habilidades para criar e explorar oportunidades em diferentes países.

As pesquisas em internacionalização de empresas pautam-se, ao longo da história pela análise econômica, conhecida também como visão eclética, e pela abordagem de processos, teoria comportamental, de custos de transação e outras abordagens. Entretanto, estudos recentes abordam a questão da internacionalização como um ato empreendedor (ANDERSSON, 2000).

Por não considerar a internacionalização como uma atividade separada da empresa, Andersson (2000) a considera como parte ou consequência da estratégia da empresa. O foco até o momento estava sendo dado por tais mudanças estratégicas, mas não por mudanças de comportamento e a internacionalização é o exemplo de uma mudança estratégica que pode ser definido por uma ação empreendedora.

O autor refere-se ao empreendedor como parte da sociedade. E as trocas deste empreendedor com o ambiente acontecem no nível da empresa, intermediário (meso) e macro. Os conceitos que estão no nível empresa são estrutura organizacional, desenvolvimento de produto, aprendizado (learning); cultura organizacional; competências principais; custos de

transação e vantagens específicas das empresas. No nível intermediário em que estão *players* próximos à empresa como clientes, concorrentes e fornecedores, os conceitos incluem: estrutura industrial, network e conhecimento industrial. No nível macro, conceitos e eventos operam no nível global e nacional, tais como condições do fator e distância psíquica. Estes fatores são difíceis para serem influenciados por níveis individuais e empresa. Mas a impressão do empreendedor do macro ambiente é mais importante que fatos quando se está escolhendo as estratégias de internacionalização (ANDERSSON, 2000).

Andersson (2000) realizou seu estudo analisando 3 casos da indústria de borracha sueca. Foram encontrados indícios de que os empreendedores influenciaram o processo de internacionalização de diferentes maneiras. Por fim, identificou o comportamento dos empreendedores destes 3 casos: o empreendedor técnico, que seguiu uma estratégia de internacionalização *pull* (puxada); o empreendedor estrutural, que seguiu a estratégia *push* (empurrada); e o empreendedor de mercado, que buscou a reestruturação industrial internacional.

Ripollés-Meliá et al. (2007) discutiram a orientação empreendedora e a atividade internacional de empresas espanholas. Conseguiram demonstrar a relação positiva entre o desenvolvimento desta orientação empreendedora e as decisões de internacionalização e suas dimensões (grau internacional e escopo).

Os resultados apontaram algumas conclusões relevantes. Na amostra de 155 empresas, há a evidência de que as empresas internacionalizadas apresentam maior orientação empreendedora que as empresas não internacionalizadas. Verificou-se que as hipóteses de que haveria uma relação entre a orientação empreendedora e o grau internacional alcançado pelas empresas e entre a orientação empreendedora e o escopo (países em que estão presentes) foram confirmados pelos resultados (MELIA et al. 2007)

Os resultados comprovaram apenas que não há relação entre a velocidade de entrada inicial, isto é, do período entre a fundação da empresa e a primeira entrada no exterior, e a atitude empreendedora da empresa. (MELIA et al., 2007)

Os estudos recentes na área apresentam, conforme os estudos apresentados, a atitude empreendedora da empresa e/ou dos indivíduos que estão à frente destas empresas ao processo de internacionalização de empresas. Além da visão econômica ou de processos, o fator empreendedorismo passa a ser considerado, somando-se às dimensões já exploradas da internacionalização.

Outro fator que se relaciona à internacionalização é a cooperação internacional, seja ela entre empresa-universidade seja cooperação empresa-empresa.

2.3 Cooperação para a inserção internacional

A aproximação que é tanto das empresas quanto das universidades atualmente refere-se a toda relação baseada na transferência de conhecimento, na qual atores públicos e privados contribuem conjuntamente com os recursos financeiros, humanos e/ou de infraestrutura envolvidos no empreendimento (GUSMÃO, 2002).

Os arranjos de cooperação empresa-universidade/instituto de pesquisa podem ser sistematizados em seis grupos, segundo Bonaccorsi e Piccaluga (1994):

- a. Relações pessoais informais;
- b. Relações pessoais formais;
- c. Terceira parte;
- d. Acordos formais com alvo definido;
- e. Acordos formais sem alvo definido;
- f. Criação de estruturas focalizadas.

A cooperação pode ser representada em diferentes modelos. Há a representação do Triângulo de Sábato. Este apresenta interrelações entre e dentro dos agentes governo, empresa e universidade e extrarrelação entre o triângulo formado entre os agentes e o ambiente exterior.

Outro modelo, conhecido como *Triple Helix* (Hélice Tripla), modelo de universidade empreendedora, segundo Etzkowitz (2003) pode ser compreendido em três estágios. Na tríplice hélice 1, as três esferas (governo, empresa e universidade) são definidas institucionalmente. Na tríplice hélice 2, as esferas são definidas como diferentes sistemas de comunicação, consistindo em operações de mercado, inovação tecnológica e controle de interfaces, que geram novas formas de comunicação ligadas à transferência de tecnologia e apoiadas em legislação sobre patentes. No terceiro estágio, as esferas institucionais da universidade, da empresa e do governo assumem papéis uns dos outros. Universidade passa a ter papel quase governamental, como, por exemplo, organizadora da inovação tecnológica local ou regional.

Em relação à gestão da cooperação tecnológica, há um fluxo dinâmico estabelecido entre o pesquisador universitário que, por meio da descoberta científica, chega à comercialização da tecnologia. Há, por vezes, a utilização de diferentes arranjos para viabilizar este fluxo dinâmico, dependendo da intensidade das relações pessoais, dos tipos de conhecimentos transferidos e do sentido do fluxo do conhecimento. Siegel et al., 2003a, SCHARTINGER et al. 2002, Laursena; Salterb, 2004. E variam de acordo com atividades empresariais (idem).

As empresas de P&D tendem a usar de forma mais intensa a cooperação direta da pesquisa, já as empresas de serviços utilizam mais ativamente as interações que envolvem a

mobilidade e o treinamento do pessoal. O porte da empresa e a intensidade das atividades de P&D também exercem uma influência positiva sobre interação empresa-universidade (idem).

A cooperação tecnológica internacional apresenta como influências o alcance global, a velocidade na geração das inovações, o acesso a múltiplas fontes de conhecimento, a experiência associada dos parceiros envolvidos e a formação de plataformas robustas e diversificadas de conhecimento, que no longo prazo, são revertidas em competências tecnológicas, são alguns dos aspectos que fazem das parcerias internacionais um pré-requisito à aprendizagem tecnológica e ao crescimento corporativo (RENKO; TIKKANEN, 2004; GARCIA; VELASCO, 2006; RYCROFT, 2007)

Os elementos estruturais e os mecanismos de transformação, reprodução e fortalecimento dos arranjos (parcerias tecnológicas internacionais) são representados pelos pontos, as posições, as ligações e os fluxos. Os pontos são conjuntos de agentes que definem a parceria. São empresas e instituições, que possuem atributos distintos. As posições definem como os diferentes pontos se localizam no interior da parceria. As ligações, enquanto elementos morfológicos, referem-se ao mapa dos relacionamentos entre os diversos pontos contidos na estrutura coletiva, com especial atenção sendo dada à forma e ao conteúdo destas articulações. Por fim, os fluxos referem-se à natureza e ao conteúdo dos estímulos que circulam entre os distintos pontos da parceria.

Os diferentes fluxos existentes podem ser classificados em tangíveis (fáceis de serem identificados qualitativamente e quantitativamente em termos de volume e valor) e intangíveis (correspondem às informações que conectam as diversas instituições integradas à estrutura colaborativa (BRITTO, 1999; AMORIM; SHIMA, 2006)

Ritter e Gemuden (2003) constataram que as companhias com parcerias ativas de P&D apresentam maiores chances de sucesso no que tange às inovações de produtos e processos. Os autores também questionaram como e por que essas cias são capazes de construir

relacionamentos interorganizacionais orientados à inovação com universidades, institutos de pesquisa, fornecedores, clientes e concorrentes. A razão disto consiste na associação da habilidade específica dessas empresas em mapear, explorar e disseminar conhecimentos externos, por meio da observação de aspectos tais como a gestão dos RH, comunicação integrada e respeito cultural mútuo. (BRITTO, 2001)

2.4 Financiamento para a inserção internacional

O financiamento para a inserção internacional, sobretudo para a modalidade exportação, é fornecido por órgãos governamentais. A estratégia brasileira de exportação é para o governo mais um passo para ampliar a competitividade do país e há uma evolução do comércio exterior nacional. No ano de 2007, as exportações chegaram a US\$ 160,6 bilhões, representando 1,17% das exportações no mundo. (MDIC, 2008).

Em maio de 2008, foi lançada a Política de Desenvolvimento Produtivo, que de acordo com o governo brasileiro, define duas metas a serem alcançadas até o ano de 2010: ampliar as exportações brasileiras para 1,25% do montante mundial e aumentar em 10% o número de micro e pequenas empresas exportadoras. (MDIC, 2008).

O apoio ao crédito é apontado como uma das grandes dificuldades para a exportação de empresas brasileiras. Entendendo que é de sua responsabilidade, o governo oferece por meio de instituições financeiras, linhas de crédito com condições especiais às micro, pequenas e médias empresas.

As linhas de crédito disponibilizadas são apresentadas no quadro a seguir:

Quadro 5 - Linhas de Crédito

Programa	Instituição Operadora	Descrição	Público-Alvo
PROEX – Programa de Financiamento às Exportações	Banco do Brasil	Oferece financiamento direto à empresa exportadora ou ao importador estrangeiro dessas empresas, em condições equivalentes às do mercado internacional.	Exportador ou ao importador estrangeiro
BNDES-exim Pré-embarque	BNDES	Disponibilizado em condições especiais nas operações das linhas de	Micro, pequenas e médias empresas

		crédito BNDES-exim Pré-embarque, Pré-embarque Ágil e Pré-embarque Especial	
BNDES-exim Pré-embarque Empresa-Âncora	BNDES	Financia a aquisição de produtos fabricados por micro, pequenas e médias empresas, desde que esses produtos sejam utilizados para posterior exportação.	Empresa-âncora
REVITALIZA - Programa de Apoio à Revitalização dos Setores Intensivos em mão-de-obra	BNDES	Busca fortalecer financeiramente e estimular investimentos nos setores intensivos em mão-de obra visando à melhoria de sua competitividade e o desenvolvimento de produtos com maior valor agregado e o incremento das exportações	Setores de Couro e Calçados, Madeira e Móveis, Têxtil e Confecções, entre outros.
PROGER Exportação	Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal	Financia despesas da promoção de exportações e da produção de bens destinados ao mercado externo.	Micros e pequenas empresas
Nordeste Exportação	Banco do Nordeste	Financia, entre outros itens, a aquisição de insumos utilizados na produção de bens para exportação.	Empresas exportadoras industriais de qualquer porte, dentro da área de atuação do Banco do Nordeste
CAIXA Internacional	Caixa Econômica Federal	Ampliação das atividades da CEF de modo a incluir operações internacionais	Micro, pequenas e médias empresas.

Fonte: MDIC (2008).

O MDIC (2008) apresenta mecanismos complementares que destinam-se a diminuir os obstáculos no acesso ao crédito por parte das micro, pequenas e médias empresas. Auxiliam a oferecer garantias requeridas pelos agentes financeiros para reduzir o risco de crédito destas empresas. São estes os mecanismos:

- Fundo de Garantia para Promoção da Competitividade – FGPC - tem como finalidade assegurar parte do risco de crédito das instituições financeiras nas operações de repasse das linhas do BNDES para as micro, pequenas e médias

empresas exportadoras. É voltado para empresas com receita anual de até R\$ 60 milhões.

- Seguro de crédito para micro, pequenas e médias empresas: cobre o risco de crédito pré-embarque (caracterizado pelo não pagamento do financiamento pelo exportador) e pós-embarque (caracterizado pelo não pagamento do financiamento pelo importador) de empresas com exportações anuais de até US\$ 1 milhão e receita anual de até R\$ 60 milhões.
- Fundo de Aval para as Micro e Pequenas Empresas – FAMPE: gerido pelo SEBRAE, com recursos próprios, tem como finalidade a prestação de garantias complementares às operações de financiamento às micro e pequenas empresas, inclusive para exportação.

A APEX – Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimento executa projetos setoriais com entidades de classe brasileiras visando contribuir para a diversificação da pauta exportadora brasileira, a abertura de novos mercados e consolidação e ampliação dos mercados tradicionais (APEXa, 2009).

Os projetos setoriais da Agência são desenvolvidos nas categorias de agronegócios, de casa e construção civil, de entretenimento e serviços, de máquinas e equipamentos, de moda, de tecnologia e saúde, e institucional, que congrega os projetos voltados à própria APEX ou de forma conjunta (APEXa, 2009).

Na categoria Tecnologia e Saúde, enquadram-se boa parte das empresas de base tecnológica incubadas e nesta categoria há o Projeto de Promoção das Exportações e Internacionalização do Setor de Biociências Brasileiro, coordenado pela APEX e pela Fundação Biomina. Chamado de P.S.I. Biociências, este projeto tem como objetivo divulgar o setor, as empresas e inovações brasileiras e fortalecer nossa imagem no exterior; aumentar exportações de produtos e serviços, incentivar o estabelecimento de parcerias internacionais e o licenciamento de tecnologia nacional para empresas estrangeiras (APEXb, 2009).

2.5 Tecnologia para a inserção internacional

Outro dos fatores analisados para o presente estudo é a capacitação tecnológica produtiva para a inserção internacional. Alguns estudos relacionaram a inovação, as exportações com a inserção internacional e desempenho.

Inicialmente, fez-se uma revisão da classificação das empresas quanto à inovação. De Negri, Salerno e Castro (2005) classificaram as empresas, quanto à inovação, em firmas que inovam e diferenciam produtos, empresas que realizaram inovação para o mercado e obtiveram preço prêmio acima de 30% em suas exportações quando comparadas às demais empresas exportadoras brasileiras; firmas especializadas em produtos padronizados, que impõem a redução de custos como estratégia competitiva em vez da criação de valor; e, firmas que não diferenciam produtos e que tem produtividade menor.

Os autores apontaram que as firmas seguiriam a estratégia competitiva das firmas na indústria brasileira, em 2000.

Tabela 1 - Estratégias competitivas das firmas da Indústria Brasileira - 2000

Estratégia competitiva	Número de firmas	Número de firmas (%)
Inovam e diferenciam produtos	1.199	1,7%
Especializadas em produtos padronizados	15.311	21,3%
Não diferenciam produtos e têm produtividade menor	55.495	77,1%
TOTAL	72.005	100,0%

Fonte: DE NEGRI et al. (2005).

Os resultados encontrados foram os de que as empresas que inovam e diferenciam produtos têm eficiência de escala média de 0,77, ou seja, 60,4% maior do que a eficiência de escala média das firmas que não diferenciam produtos e têm produtividade menor, que é de 0,48.

Os autores verificaram que a primeira categoria de empresas, a das firmas que inovam e diferenciam produtos, exportam e importam em média muito mais do que as demais empresas. Apontaram ainda que as empresas que diferenciam mais intensamente seu produto obtêm melhor preço no mercado internacional quando comparadas às demais exportadoras brasileiras. Esta primeira categoria seguiria um padrão intra-indústria, parte intrafirma, caracterizado, em grande medida, pela complementaridade tecnológica com o exterior.

De Negri e Freitas (2004) demonstram que a inovação tecnológica é um dos determinantes das exportações das firmas brasileiras. Apontam duas evidências: a) uma firma que realiza inovação tecnológica tem 16% mais chances de ser exportadora do que uma firma que não faz inovação tecnológica; e b) um aumento na propensão da firma a realizar inovação tecnológica, mensurada por meio de um aumento em um ano de escolaridade média dos trabalhadores na firma, associado a um aumento de 20% na eficiência de escala, possibilitaria que firmas que não realizam exportações passassem a exportar US\$ 559 mil por ano.

Em resumo, os autores afirmaram que esses resultados demonstram é a importância da inovação tecnológica, seja de produtos ou processos, para a competitividade internacional das firmas brasileiras. Mais do que isso, mostram que a inovação propriamente dita (para o mercado) aumenta mais as chances de uma empresa ser exportadora do que a difusão de tecnologias já existentes no mercado brasileiro (inovação para a firma).

Arbix et al. (2005) afirmaram que há um mecanismo de retroalimentação: a internacionalização favorece a inovação e a inovação aumenta a possibilidade de obtenção de preço prêmio em relação aos demais exportadores.

2.6 Estudos de internacionalização de empresas de base tecnológica

A discussão em torno da internacionalização de empresas de base tecnológica em habitats de inovação é recente e escassa. Bengtsson e Löwegren (2000), apesar de não abordarem o tema em incubadoras de empresas de base tecnológica, discutiram a questão em parques tecnológicos e científicos em países nórdicos e bálticos. Os autores relataram como atuam os parques científicos e tecnológicos para auxiliar e estimular a internacionalização e descreveram que tipo de ajuda as firmas gostariam de receber. Os resultados encontrados demonstraram que as empresas estudadas apresentavam forte intenção em se internacionalizar, entretanto, as empresas consideraram que os parques científicos e

tecnológicos não davam a devida atenção ao tema. Evidenciou-se que as empresas não sabiam dos possíveis auxílios que os parques possuíam quanto à internacionalização e que, muitas vezes, as empresas gostariam de receber consultoria de profissionais experientes. Complementando a presença destes profissionais, num “pacote” de auxílio à internacionalização, as empresas desejavam possuir ainda consultores “abridores de portas” no exterior, consultores de negócios internacionais, pesquisa de mercado, financiamento do desenvolvimento internacional de competência e profissionais que facilitassem o encontro das empresas e possíveis parceiros estrangeiros.

Outra informação obtida com o estudo foi a de que as empresas menores poderiam ser grandes beneficiadas dos projetos de internacionalização empreendidos pelos parques científicos e tecnológicos, tendo que ser organizados para um grupo de firmas e oferecidos regularmente.

Outro estudo conduzido pelos mesmos autores tratou da internacionalização em parques científicos e tecnológicos finlandeses e suecos (BENGTSSON; LÖWEGREN, 2001). Neste estudo, evidenciou-se que os parques científicos suecos e finlandeses reconheciam a importância da internacionalização, mas que poucos desenvolveram estratégia explícita na área. Entretanto, os parques de ambos os países apresentaram diferenças, pois os parques finlandeses optaram por uma abordagem de aproximação ao centro de competência, tendo a orientação em casa, enquanto que os suecos optaram por agente de aproximação que focalizava a construção de redes com organizações relevantes ao processo de internacionalização. Desta feita, os parques finlandeses mostraram um nível mais elevado de atividades de internacionalização ao mesmo tempo em que mostraram fornecer maior suporte às suas firmas.

Um outro estudo foi feito por Potet e Dapkus (2004), que se preocuparam em estudar a internacionalização em pequenas e médias empresas (PMEs) dos países bálticos. Os autores

promoveram uma discussão sobre o processo de internacionalização de empresas de Tecnologia da Informação (TI), em sua maioria PMEs, e também sobre as companhias de países emergentes. O estudo mostrou uma falha na aplicabilidade das atuais teorias aos processos de internacionalização das empresas bálticas de TI; novas formas concretas de internacionalização bem sucedidas no setor; e, examinou o fenômeno de *outsourcing* externo nas empresas de TI e possíveis formas de exploração pelas empresas bálticas.

2.7 Incubadoras de Empresas

Com funções análogas às dos equipamentos médicos ou laboratoriais homônimos destinados à manutenção da temperatura para o desenvolvimento de ovos, microorganismos e recém-nascidos, a incubadora de empresas destina-se a fornecer o apoio necessário às empresas que estejam em estágio inicial de operação ou que necessite de auxílio para mudança ou desenvolvimento de projeto específico.

Normalmente, são colocados à disposição, infraestrutura (salas individuais e coletivas, laboratórios, auditório, biblioteca, sala de reunião, recepção, copa, cozinha, estacionamento etc.); serviços básicos (telefonia e acesso à Web, recepcionista, segurança, central de cópias etc.); assessorias (gerencial, contábil, jurídica, de custo, gestão financeira, de marketing etc.); qualificação (treinamentos, cursos, assinaturas de periódicos etc.); e network (contatos em entidades governamentais e investidores, participação em eventos de divulgação em empresas, fóruns etc.).

As incubadoras podem diferir quanto ao seu tipo, dividindo-se em incubadoras de empresas fechadas, em que cada empresa possui o seu módulo, ou espaço privativo de trabalho, mais os espaços coletivos a serem utilizados por todos e em incubadoras de empresas abertas, em que as empresas não necessitam estar instaladas em um mesmo local.

As incubadoras também se agruparão quanto ao caráter dos empreendimentos incubados, podendo ser incubadoras tradicionais, de empresas tradicionais e incubadoras tecnológicas, com empresas de base tecnológica ou mista, em que empresas de ambas as características de negócios convivam.

Além dessa caracterização, há ainda incubadoras de cooperativas populares, podendo ser tecnológicas ou não; e, incubadoras temáticas, como as de design, de biotecnologia ou de tecnologia da informação e comunicação, como os mais freqüentes.

A ANPROTEC, Associação Nacional das Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores, é “a associação que representa os interesses das incubadoras de empresas, parques tecnológicos e empreendimentos inovadores no Brasil” (ANPROTEC, 2009). A Associação é responsável pela publicação Panorama Nacional dos Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas, que anualmente, em parceria com o SEBRAE, tem como objetivo retratar e documentar a situação do movimento de incubação brasileiro. A publicação do ano de 2006 revela que o número de incubadoras de empresas, em operação no Brasil era de 359 e poderia chegar ao final de 2006 com 377 incubadoras. Nesta mesma publicação, pode-se constatar um aumento da descentralização do setor, com mais empreendimentos novos no Nordeste e Centro-Oeste. Com base neste relatório, ficou averiguada uma estagnação do avanço de incubadoras, em relação aos períodos passados, o que pode ser explicado por um processo de maturação do setor, com aumento do número de empresas incubadas e empreendedores atendidos.

2.8 Empresas de Base Tecnológica

Marcovitch et al. (1986) definiram o conceito de empresas de base tecnológica como sendo aquelas “criadas para fabricar produtos ou serviços que utilizassem alto conteúdo

tecnológico”. Somando-se a esta definição Carvalho et al (1998: 462) identificaram como EBTs as micro e pequenas empresas “comprometidas com o projeto, desenvolvimento e produção de novos produtos e/ou processos, caracterizando-se ainda pela aplicação sistemática de conhecimento técnico-científico (ciência aplicada e engenharia)”. Fernandes et al. (2004), resumiu, portanto, “as EBTs são definidas como sendo aquelas empresas que (1) realizam esforços tecnológicos significativos e (2) concentram suas operações na fabricação de novos produtos.”

Côrtes et al. (2005) trouxeram grande contribuição à temática da cooperação em empresas de base tecnológica brasileiras. Este estudo foi feito com empresas que não estavam em incubadoras de empresas, mas trouxeram algumas conclusões importantes. Foi feita a seguinte questão aos representantes das empresas participantes: “a empresa já desenvolveu ou está desenvolvendo algum projeto/atividade em cooperação/parceria com outros agentes?”. Os responsáveis que responderam a esta questão evidenciaram que os que possuíam algum relacionamento estavam envolvidos em redes pouco densas, em que o nível de informações e troca de conhecimentos, quando se analisam iniciativas de P&D, é limitado, tanto em termos de conteúdo quanto de acesso, trazendo resultados negativos à dinâmica de inovação. Universidades e institutos de pesquisa figuraram mais frequentemente como parcerias das EBTs pesquisadas. Em ordem, seguiram parcerias com clientes, com empresas de consultoria ou engenharia, com fornecedores, com concorrentes e com outras empresas do mesmo grupo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Tipo de pesquisa

O presente projeto constitui-se uma pesquisa descritiva. Para atender aos objetivos geral e específicos, optou-se por realizar um levantamento primário de dados, junto a empresas de base tecnológica em incubadoras. O questionário foi formulado tendo como base o levantamento bibliográfico envolvendo as teorias de internacionalização, inovação e empreendedorismo e teve como respondentes empresas em incubadoras tecnológicas do Estado de São Paulo.

O instrumento de coleta de dados, o questionário, foi enviado aos gestores das referidas empresas, objetos de estudo, por meio eletrônico. O questionário *online* foi hospedado no Sistema de Questionários da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo – FEA-RP/USP.

3.2 Proposições

Na revisão da literatura, caracterizou-se a internacionalização de empresas, as incubadoras de empresa e as empresas de base tecnológica. Estabeleceu-se assim, as bases para elaboração de um modelo para a caracterização dos processos de inserção internacional e do potencial, modelo este voltado puramente para as empresas em incubadoras de base tecnológica.

Uma importante fonte para este trabalho foi o Modelo Integrado de Estratégia de Internacionalização (Figura 1) dos autores Cyrino, Penido e Tanure (2005). Este modelo apresentou os fatores de base nacional, os fatores organizacionais específicos à empresa, o

mindset da alta administração, os fatores determinantes do setor, as estratégias de internacionalização e o desempenho internacional. Para o presente estudo, entretanto, alguns destes fatores foram verificados de forma simplificada, adequada à realidade das empresas objeto do estudo, como apresentado no Modelo proposto pelo autor na Figura 2.

O conhecimento dos próprios empresários incubados indicavam que alguns fatores propostos no Modelo de Cyrino, Penido e Tanure deveriam e poderiam ser substituídos. Esta alteração, simplificadora do modelo, assim, passou a apresentar três dimensões a serem avaliadas na inserção internacional das empresas, sendo estas o perfil do empreendedor e o empreendedorismo organizacional, a inovação tecnológica e cooperação e, o financiamento e mecanismos complementares de apoio ao desenvolvimento das empresas.

Em **Perfil do empreendedor e o empreendedorismo organizacional**, considerou-se a experiência internacional, como vivências, viagens, intercâmbios, o aprendizado, como aprendizado de idiomas, o networking, como contatos com pessoas de outros países, e, o empreendedorismo organizacional como possíveis promotores da inserção internacional.

Financiamentos e mecanismos complementares de apoio foram definidos como fatores relevantes, uma vez que apresentam os financiamentos para a exportação, o acesso à capital estrangeiro, os mecanismos complementares e a participação em feiras e eventos, contribuintes para a busca de novos mercados externos.

Em **Desenvolvimento tecnológico e cooperação**, os fatores apontados foram inovação, a propriedade intelectual, seja ela na forma de patentes, direitos autorais, patentes, desenho industrial, dentre outros, a transferência da tecnologia e a cooperação empresa-universidade e empresa-empresa para o desenvolvimento do processo de internacionalização.

Figura 2 - Potencial para a inserção internacional (do autor).

Por meio deste modelo adaptado, foram elaboradas proposições e questões de investigação. Tais proposições basearam-se na revisão da literatura e levaram em consideração contatos com EBTs em incubadoras de empresas de base tecnológica.

A primeira hipótese relacionou-se com uma colocação muitas vezes difundida, a de que as empresas em incubadoras de base tecnológica não se preocupam com o processo de internacionalização. São apontadas diferentes razões para que isto ocorra. Poderiam ser citadas a falta de perfil para a gestão, a falta de tempo para a internacionalização, o esforço pelo mercado nacional, dentre outros.

Proposição 1. As empresas de base tecnológica em incubadoras não se preocupam em ter uma atividade internacional.

A segunda hipótese baseou-se no perfil do empreendedor e no empreendedorismo organizacional que constitui-se um fator determinante para o posicionamento externo de uma empresa.

Proposição 2. O empreendedor que possui experiências internacionais, aprendizado e redes de contatos no exterior possui maior potencial para a inserção internacional de sua empresa.

As diferentes formas de cooperação, sejam elas nacionais ou internacionais, foram consideradas para a formulação da hipótese 3, quanto à disposição das empresas na internacionalização de operações.

Proposição 3. As empresas com preocupações quanto ao desenvolvimento tecnológico e cooperação no exterior apresentam disposição à internacionalização de suas operações.

A quarta proposição considerou o financiamento e outros mecanismos complementares de apoio como fator de internacionalização.

Proposição 4. As empresas que possuem financiamento e mecanismos complementares de apoio apresentam disposição à internacionalização de suas atividades.

O quadro 6 resume as proposições de estudo desta pesquisa.

Quadro 6 - Proposições

Proposição 1	As empresas de base tecnológica em incubadoras não se preocupam com uma atuação global.
Proposição 2	O empreendedor que possui experiências internacionais, aprendizado e redes de contatos no exterior possui empresas com atividades internacionais.
Proposição 3	As empresas com preocupações quanto ao desenvolvimento tecnológica e cooperação no exterior possuem disposição à internacionalização de suas operações.
Proposição 4	As empresas que possuem financiamento e mecanismos complementares de apoio contam com a internacionalização de suas atividades.

Fonte: do autor.

3.3 Questões e Plano de Análise

O Apêndice B apresenta o Plano de Análise composto por seção de pesquisa, variável, forma de mensuração e enunciado da variável. Este plano teve como principal objetivo elucidar de que forma o instrumento de coleta de dados seria analisado e quais dimensões ele consideraria.

O questionário foi construído para ser respondido pelos dois tipos de empresas: com e sem atividade internacional. O questionário encontra-se no Apêndice A.

3.4 Característica da amostra

A consciência da relevância do presente estudo fez com que se averiguasse previamente a existência de casos de empresas internacionalizadas. Considerando a exportação como o provável primeiro passo para as empresas no que condiz a internacionalização (de acordo com os pressupostos do Modelo de Uppsala), fez-se um estudo da relação de empresas exportadoras em 2009 em confronto com as empresas em incubadoras de base tecnológica objeto de investigação. Foram considerados dados da SECEX – Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Foram identificadas 06 empresas que estavam nas incubadoras e que teriam exportação. Ainda que a Pesquisa tenha sido enviada a essas empresas e um processo de *follow-up* tenha sido realizado, as empresas não participaram respondendo ao questionário.

A existência de internacionalização com base no que se encontrou passou a ser questionada, em direção a confirmar a proposição 1, da não existência de internacionalização em empresas de base tecnológica incubadas, o que foi, evidentemente, analisado com os dados coletados e o resultado está apresentado no capítulo seguinte.

Apesar de não contar com a participação das empresas identificadas a partir da varredura da lista da SECEX, quatro empresas participantes da Pesquisa disseram contar com atividade internacional.

Vale mencionar que, caso se previsse uma distribuição equânime ou mais casos de internacionalização, poderia ser aplicado um mesmo questionário aos dois tipos de empresas, seguido de análise fatorial e análise de regressão logística.

A análise fatorial seria utilizada para reduzir e sumarizar os dados por se ter muitas variáveis inter-relacionadas. Em relação à regressão logística, Rodrigues e Paulo (2007) afirmaram que seria possível estabelecer a probabilidade de ocorrência de determinado evento e a importância das variáveis (peso) para esta ocorrência, obtida por meio de ponderações das variáveis (atributos) e a resposta obtida.

Da pequena participação das empresas internacionalizadas e de resultados não passíveis de serem estudados estatisticamente, o questionário manteve-se voltado a dois perfis diferentes de empresas. Os resultados obtidos foram apresentados na seção 4, de apresentação e análise dos resultados, com a mesma segmentação proposta para as variáveis: caracterização das empresas internacionalizadas e caracterização das empresas não internacionalizadas.

O questionário da pesquisa foi enviado para 374 empresas em 24 incubadoras (Apêndice B), das quais 31 responderam, . Essas estão dispersas em 24 Incubadoras de Base Tecnológica ou Mista com setores tradicionais. A Pesquisa foi enviada aos coordenadores e gerentes das incubadoras e num momento seguinte, foi realizada uma verificação de resposta com alguns destes e com algumas das empresas, diretamente.

A coleta de dados baseou-se em um questionário com 200 variáveis. Os dados coletados são apresentados no próximo capítulo.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Apresentação dos dados

A apresentação dos dados coletados seguiu a caracterização das empresas com atividade internacional e das empresas sem atividade internacional, sob a ótica do perfil empreendedor e do empreendedorismo organizacional, da utilização de financiamentos e de mecanismos complementares de apoio e de desenvolvimento tecnológico e cooperação.

4.1.1 Caracterização das empresas

As empresas respondentes possuem de fundação no máximo, 9 anos. Informação importante é que algumas delas foram constituídas anteriormente e ou só recentemente entraram em atividade ou só recentemente foram para a incubação, daí a existência de empresas com idade superior à dos prazos máximos habituais de incubação (entre 3 e 4 anos). A maior parte dessas empresas foi fundada no ano de 2008, sendo 38% das respondentes. Em 2009, foram fundadas sete das empresas e em 2007, quatro delas. No ano de 2010, apenas uma. O gráfico 1 apresenta o ano de fundação de cada uma das empresas.

Gráfico 1 – Ano de fundação das empresas

Caracterizando as empresas, temos informações subsequentes como o número de funcionários em 2009. O gráfico 2 apresenta o número de funcionários por empresas. Ressalta-se que 8 destas empresas possuem apenas um funcionário no ano de 2009. Ao mesmo tempo, uma delas possui 16 funcionários e outra 15. Isso revela característica importante das empresas em incubadoras, a de que podem ser constituídas por apenas um funcionário, sendo este, muitas vezes o próprio fundador, ou contar com 15 ou 16 funcionários, número este que poderá ser encarado como limite, dadas as condições de espaços físicos disponíveis na maioria das incubadoras. Em alguns casos, estes funcionários são integralmente custeados por projetos de pesquisa fomentados por órgãos públicos. O número de funcionários representa o recurso humano, também necessário para o processo de internalização de uma empresa. Acompanhou-se que as estas empresas alocam seus recursos, inicialmente nas atividades de pesquisa e desenvolvimento e retardam as ações administrativas dentre elas a preparação para a atividade internacional.

Gráfico 2 – Número de funcionários em 2009

O faturamento das empresas em 2009, segundo os que declaram tal montante, ficou em até R\$ 150.000,00 (84% dos respondentes). Em número menor estão as empresas que faturaram mais entre R\$ 150.000,00 e R\$ 375.000,00 (6% das respondentes). Além desses números, acrescentou-se que muitas das empresas não apresentam faturamento. E em determinado grupo constatou-se a utilização de fomentos diversos para o custeio das atividades de pesquisa e desenvolvimento. 10% das empresas não informaram seu faturamento. Neste grupo, estão também aquelas que não possuem faturamento.

Gráfico 3 - Faturamento das empresas em 2009

Os respondentes apontaram como principal atividade de suas empresas a prestação de serviços (42% ou 13 respondentes). A produção industrial foi indicada por 11 empresas (35% do total). Quatro apontaram a transferência de tecnologia (13%) e 3 apontaram a comercialização dos produtos (10% do total). Os números da atividade da empresa serviram para indicar também a opção por transferência de tecnologia, algo que não acontecia nas empresas. Tal fenômeno pode ser verificado pelo autor no acompanhamento das empresas em incubadoras. Ou elas eram criadas para produzir e comercializar ou para prestar serviços. Passa-se então a considerar a pesquisa e o desenvolvimento de tecnologias para após vendê-las a outras empresas.

Gráfico 4 - Principal atividade das empresas

As empresas apontaram sua Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE). Chama a atenção uma grande distribuição de Códigos, com pequena exceção para os códigos 7210000 que corresponde à descrição “Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências físicas e naturais”, com 7 respondentes e, 6201500 que corresponde à descrição “Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda”, com 2 ocorrências. A Tabela 2 apresenta os códigos, descrição e ocorrência de resposta entre as empresas.

Tabela 2 - Classificação Nacional de Atividades Econômicas

Código	Descrição CNAE	Ocorrência
47512	Comércio varejista especializado de equipamentos e suprimentos de informática	1
62.02-3	Licenciamento de programas de computador customizáveis	1
162801	Serviço de inseminação artificial em animais	1
7112000	Serviços de engenharia	1
6203100	Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não customizáveis	1

6311900	Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na internet	1
2610800	Fabricação de componentes eletrônicos	1
2825900	Fabricação de máquinas e equipamentos para saneamento básico e ambiental, peças e acessórios	1
3299099	Fabricação de produtos diversos não especificados anteriormente	1
322107	Atividades de apoio aquicultura em agua doce	1
7020400	Atividades de consultoria em gestão empresarial, exceto consultoria técnica específica	1
2740602	Fabricação de luminárias e outros equipamentos de iluminação	1
2910701	Fabricação de automóveis, camionetas e utilitários	1
7210000	Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências físicas e naturais	7
6201500	Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda	2
2790299	Fabricação de outros equipamentos e aparelhos elétricos não especificados anteriormente	1
73105	Pesquisa e desenvolvimento das ciencias fisicas e naturais	1
2062	Fabricação de produtos de limpeza e polimento	1
1031	Fabricação de conservas de frutas	1
5118700	Representantes comerciais e agentes do comércio especializado em produtos nao especificados anteriormente	1
	Empresas que não apresentaram sua CNAE	3

A internacionalização das empresas foi questionada na 6ª questão do instrumento de coleta de dados. Dentre os respondentes, quatro (13%) apontaram ter ou já ter tido alguma

atividade internacional. Por outro lado, os outros 27 respondentes apontaram não ter ou não ter tido atividade internacional (87% do total). O gráfico 5 apresenta a distribuição da inserção internacional das empresas. A proposição de que as empresas de base tecnológica incubadas não se preocupam com a atividade internacional, neste momento, não se comprova, embora as proporções sejam desiguais.

Gráfico 5 - Inserção internacional das empresas

Dois grupos foram identificados a partir dos dados coletados: o primeiro em que a empresa possui ou possuiu atividade internacional, e um segundo, que considera o oposto, assumindo que a empresa respondente não possui internacionalização. Segmentou-se a partir deste ponto a caracterização da empresa com e sem atividade internacional e as descrições dentro das dimensões estudadas (perfil empreendedor, desenvolvimento tecnológico e financiamento).

4.1.1.1 Caracterização das empresas com atividade internacional

A caracterização da internacionalização nas empresas de base tecnológica incubadas seguiu com a abordagem, de acordo com o Modelo de Uppsala, do comprometimento na entrada nos países estrangeiros. O quadro 7 revelou quais os passos seguidos pelas empresas. Em um dos casos, o movimento de Exportação Direta seguido pela Instalação de subsidiária/escritórios próprios voltados à comercialização. O segundo caso encontrado apenas realizou a associação/alianças estratégicas com empresas estrangeiras. O terceiro caso, seguiu os passos: licenciamento seguido por associação/alianças estratégicas com empresas estrangeiras. O quarto caso seguiu apenas a associação/alianças estratégicas com empresas estrangeiras.

Caso	1º movimento	2º movimento
1	Exportação direta	Instalação de subsidiária / escritórios próprios voltados à comercialização
2	Associação/Aliações estratégicas com empresas estrangeiras	
3	Licenciamento	Associação/Aliações estratégicas com empresas estrangeiras
4	Associação/Aliações estratégicas com empresas estrangeiras	

Quadro 7 - Classificação da atividade internacional das empresas

Seguiu-se a investigação sobre a presença internacional. Uma das empresas com atividade internacional optou pela exportação direta. A investigação demonstrou que esta exportação dá-se para a Espanha.

Um dos respondentes apontou o licenciamento como meio de sua atividade internacional. Este licenciamento se dá nos Estados Unidos e na Inglaterra. Ao mesmo tempo, o levantamento revelou que duas empresas tem sua presença internacional por meio de associação/alianças estratégicas com empresas estrangeiras. Esta associação/aliança se dá na União Européia e nos Estados Unidos.

Nenhum dos respondentes apontou a presença internacional por meio do *franchising*. Em relação à presença internacional por meio da instalação de subsidiária/escritórios próprios voltados à comercialização, tem-se duas das empresas respondendo afirmativamente quanto à essa ocorrência. A presença, nos 2 casos, é na Espanha e nos Estados Unidos.

Nenhuma das empresas tem sua presença internacional por meio da instalação de subsidiária/unidade produtiva, tampouco por meio da instalação de centro de pesquisa no exterior.

Em relação aos investimentos feitos no exterior tem-se, uma empresa com investimentos entre R\$ 50.000,00 e R\$ 100.000,00 e 3 empresas com investimentos até R\$ 50.000,00, conforme mostrou o gráfico 6.

Gráfico 6 - Investimento no exterior

Apenas uma das empresas exporta diretamente. Questionado sobre o montante desta exportação, chegou-se a um valor entre R\$ 150.000,00 e R\$ 200.000,00. A pesquisa evidenciou ainda que as exportações representam de 90,1% a 100% do faturamento total da empresa.

Uma das empresas possui filial no exterior. Para esta empresa, o valor advindo destas operações está entre R\$ 50.000,00 e R\$ 100.000,00 e representa de 40,1% a 50% do faturamento total da empresa.

O período entre a fundação das empresas e o início das atividades internacionais variam de caso a caso. Uma empresa iniciou suas atividades internacionais ao mesmo tempo que sua fundação. Os demais casos levaram 2, 12 e 36 meses.

Para ser considerada uma empresa “*Born Global*” uma empresa deve ter este período o mais curto o possível. Apesar de não haver consenso na literatura sobre quantos anos devem ser computados entre o nascimento da empresa e sua internacionalização, para ela seja considerada uma *born global*, as quatro empresas internacionalizadas estudadas podem

ser classificadas como tal, uma vez que uma nasceu no Brasil e fora ao mesmo tempo e as outras levaram entre no máximo 36 meses para sua entrada no exterior.

As empresas apontaram, ainda, dificuldades para esta inserção internacional. Elas estão elencadas na tabela 3 e versam sobre idiomas, recursos financeiros, burocracia brasileira (“Custo Brasil”), conhecimento do mercado externo.

Tabela 3- Dificuldades para a inserção internacional

Idioma;

Fuso-Horário;

Agilidade compatível;

Burocracia Brasileira (BACEN, Receita, Junta Comercial, etc);

Falta de conhecimento de assessores e consultores;

Falta de financiamento por parte do governo brasileiro a pequenas empresas com juros compatíveis com os exteriores;

Falta de produtos bancários exclusivos para exportação de serviço;

Recursos financeiros;

Contatos com as empresas estrangeiras e burocracia brasileira;

Conhecimento do mercado externo;

Esta série de dificuldades, para muitas empresas, pode constituir um grande entrave à internacionalização. Os apontamentos feitos pelas empresas já internacionalizadas demonstraram ainda aspectos como necessidade de recursos financeiros (financiamento) e de auxílio, seja por parte de consultores e por conhecimento do mercado externo.

Aprofundando o entendimento, verificou-se, com base no contato do autor com alguns casos de internacionalização de empresas de base tecnológica incubadas o que se propõe a ser tomado como um estudo de caso de duas empresas objeto de estudo.

Uma das empresas, aqui chamada Alfa está presente em dois países, Estados Unidos e Brasil. No Brasil, está em operação desde junho de 2008 e apresenta como relevante a mão-de-obra especializada e o ambiente de fomento público. Nos Estados Unidos, também está o trabalho tanto da marca como da tecnologia, mas apresenta como principal vantagem a maior proximidade com investidores. Neste país, são muitas as empresas do mesmo segmento e o setor de venture capital apresenta-se mais bem desenvolvido.

A empresa acredita no desenvolvimento de uma empresa global. Seu início, quase simultâneo em dois países, refletiu essa preocupação. Questionados sobre o que os teria motivado a tal atitude, a resposta foi o perfil dos quatro pesquisadores fundadores, todos com formações e experiências internacionais.

Os custos do segmento assim como para as outras empresas é um dos grandes motivadores à busca de investidores. E os sócios-fundadores têm clara noção de que devem se preocupar com o mercado global, apesar de tecerem grande carinho pelo Brasil.

A opção pelos Estados Unidos foi mesmo devido à conveniência e estímulo que o ambiente do país traz. A abertura da empresa levou apenas um dia e teve como requisitos um endereço fixo no país e uma conta bancária e todo o tramite burocrático pôde ser feito pela internet. Quanto ao desempenho internacional buscado pela empresa, o principal foco foi a consolidação da empresa através de dois pilares, da obtenção de investimento de venture capital e da pesquisa que resulte, por meio do conhecimento dos pesquisadores envolvidos, o desenvolvimento de produtos.

Ao mesmo tempo, estudou-se um pouco melhor a experiência da empresa Beta, que está presente no Brasil e em outros 39 países. Pertencente à um grupo espanhol possui, no

Brasil, uma unidade de produção de alergênicos e outra de cosméticos, dermocosméticos e fitoterápicos. Está em curso a implantação, de sua terceira unidade, localizada em uma incubadora no interior paulista. A empresa optou por esta localização devido à existência de uma mão-de-obra qualificada, detentora de grande know-how e barata, quando comparada à mão –de-obra européia.

Alguns fatores organizacionais específicos à empresa foram levantados: a identidade da empresa está ligada diretamente à identidade do grupo. Divididas em unidades, possuem grande interação quanto à experiência logística e eficiência em projetos, em uma infraestrutura de comercialização não apenas no Brasil e Espanha, mas também em Portugal, no México, Argentina, Estados Unidos, Marrocos e Argélia.

A estratégia de negócio do grupo Beta é focada principalmente na pesquisa e no desenvolvimento de produtos de origem natural (fitoterapia e cosmeceutica) e no mercado farmacêutico. A principal área de atuação, que reflete os valores da empresa, está a pesquisa de moléculas que melhorem a qualidade de vida dos pacientes. Dentre seus objetivos, está o crescimento da empresa em parceria com os distribuidores e a agregação de valores a estes oferecendo serviços de sustentabilidade pós-vendas, novos conhecimentos, etc.

Em suas estratégias de internacionalização, a empresa possui subsidiárias na Argentina, no Marrocos, no Brasil e no México, além da produção na sede em Alicante (Espanha). A empresa está aberta à comercialização de seus produtos em novos mercados, através de uma política de parceria com distribuidores locais. Tais distribuidores se encarregariam da distribuição dos produtos Beta e que sejam orientados aos clientes, que ofereçam um valor agregado ao produto, como pós-venda e pessoal de suporte.

O desempenho buscado pela Beta no Brasil são de consolidação de uma indústria farmacêutica de pesquisa e desenvolvimento de produtos de origem natural (fitoterapia e dermocosmética). Esta consolidação, sobretudo por meio da nova unidade, é de que se

obtenha um retorno considerável e um aumento da participação do Brasil no faturamento da companhia.

4.1.1.2 Caracterização das empresas sem inserção internacional

Dentre as empresas não internacionalizadas, buscou-se conhecer as condições nas quais as atividades internacionais ainda não haviam acontecido. Investigou-se, então, a presença da inserção internacional no Planejamento Estratégico da empresa. 63% das empresas alegaram ter a inserção internacional em seu planejamento estratégico, conforme gráfico 7.

Gráfico 7 - Presença da inserção internacional no planejamento estratégico da empresa

Onze empresas tinham em seu plano de negócios original o planejamento de inserção internacional. Dezesesseis não tinham esta tratativa em seu plano de negócios. O gráfico 8 apresenta esta situação. Este indicador revelou que algumas destas empresas preocuparam-se

com a internacionalização desde o início. Esse fator é importante, pois alterações no Plano de Negócios levam a alterações e aprimoramento da estratégia de internacionalização.

Gráfico 8 - Presença da internacionalização no plano de negócios original da empresa

As empresas apontaram, ainda as dificuldades para a inserção internacional de suas empresas. Passam por custos e normas, por prospecção de mercado e o fato da propriedade de produtos apenas para as condições brasileiras. A tabela 4 apresentou as dificuldades apontadas.

Tabela 4 - Dificuldades para a inserção internacional

Custos e adequação as normas internacionais;

Divulgação do produto Suporte Abertura de filiais;

Prospecção de mercado e capital inicial e/ou investidores;

Recursos Financeiros;

Precificação dos serviços para outros mercados;

Falta de definição de estratégia de inserção no mercado internacional,

Falta de conhecimento de preferências de outros mercados e posterior adequação de produtos;

Estrutura, representação e assistência técnica;

Certificações (ISO, CEI, AOSHA) e custos de promoção;

Falta de capital e conhecimento;

Produto específico para as condições brasileiras;

Criação de demanda de trabalho;

Concorrências e baixo nível de tecnologia própria;

Certificação de produtos;

Parcerias e base de apoio ao negócio no exterior;

Capital necessário;

Entendimento das leis locais de cada mercado;

Burocracia;

Normatização;

Marcos regulatórios internacionais;

Falta de conhecimento do mercado externo para os produtos da empresa;

Falta de conhecimento sobre legislação e códigos de defesa de consumidores estrangeiros;

Problemas de legislação associados ao acesso ao patrimônio genético de plantas, regulamentado pelo Conselho de gestão do patrimônio genético (CGEN);

Identificação de mercado, marketing e vendas;

Competição com o mercado internacional;

Certificações/qualidade;

Assistência técnica;

Taxa cambial desfavorável;

Logística e distribuição;

Falta de recursos,

Demora da patente internacional.

Os fatores apontados como dificuldades para a inserção internacional espalham-se por diferentes áreas. Dizem respeito a recursos financeiros, a proteção industrial, a assistências, etc.

4.1.2 Perfil do empreendedor e empreendedorismo organizacional

Questionados sobre os conhecimentos em idiomas, os empresários responderam: 94% deles afirmaram ter conhecimentos em idiomas estrangeiros e 6% afirmaram não possuir estas habilidades. O gráfico 9 revelou esta situação.

Gráfico 9 - Conhecimentos em idiomas estrangeiros

As habilidades em inglês e espanhol são apresentadas nos gráficos 10 e 11. Em inglês, 31% enquadraram-se no nível intermediário e outros 31% são fluentes. 28% estão no nível avançado e 10% o básico. Em espanhol, 63% possuem o nível básico, 19% o nível intermediário, 7% o nível avançado e 11% são fluentes no idioma. A fluência e o conhecimento em idiomas constitui algo importante para o potencial de internacionalização de empresas. Pode-se perceber que em 100% das empresas que possuem atividade internacional, que se possui conhecimentos em idiomas estrangeiros.

Gráfico 10 - Habilidades em inglês

Gráfico 11 - Habilidades em espanhol

Em relação à outros idiomas, verificou-se habilidades em alemão (4 respondentes), francês (4 respondentes), italiano (2 respondentes) e português (2 não brasileiros). O gráfico 12 evidenciou a situação. Neste caso, o número de empreendedores com habilidades em idiomas além do inglês e do espanhol por vezes se dá por conta de sua formação e experiência. Alguns setores possuem um país de destaque o que leva a todos a se prepararem naquele idioma.

Gráfico 12 - Habilidades em outros idiomas

Os empresários responderam quanto à idas e estadias no exterior. Em relação à viagens à trabalho, com estadias curtas, de até 30 dias, oito empresários demonstraram ter tido esta experiência e os destinos escolhidos foram Estados Unidos (4 ocorrências), Canadá (2), Holanda (2) e Alemanha (2). Relacionam-se, assim, os grandes centros de pesquisa mundiais. Os demais destinos foram procurados apenas uma vez. O conhecimento e a visita de outros países contribui para que os empreendedores tenham contato com novos mercados.

Viagens à trabalho (com estadia de até 30 dias)

Gráfico 13 - Viagens à trabalho com estadia de até 30 dias

Com estadia superior a 30 dias em suas viagens à trabalho, os destinos selecionados foram Estados Unidos (3 ocorrências), Suíça (2) e Espanha (2), Alemanha, Itália e Paraguai. Seis empresários responderam afirmativamente à esta questão. A estadia prolongada indica maior contato com o mercado externo, o que desperta novos interesses e descortina oportunidades.

Gráfico 14 - Viagens à trabalho com estadia superior a 30 dias

Oito empresários responderam ter participado de intercâmbio cultural/escolar. Alguns apontaram dois ou mais programas. A distribuição por países seguiu-se como sendo 2 ocorrências na Alemanha, 2 na Inglaterra e uma na África do Sul, Canadá, Espanha, Estados Unidos, França, Holanda, Itália, Portugal, Suíça e Taiwan.

Gráfico 15 - Participação em intercâmbio cultural/escolar

Os Estados Unidos foram apontados 5 vezes como destino de participação de feiras e congressos no exterior. A distribuição destas participações foi evidenciada no gráfico 16. Ao total, 12 respondentes já estiveram em feiras e congressos no exterior.

Gráfico 16 - Participação em feiras/congressos no exterior

Alguns empreendedores tiveram outras razões para ida/estadia no exterior, sendo por residência anterior em Taiwan por residência atual na Espanha e por pós-doutoramento nos Estados Unidos.

Tabela 5 - Outros motivos para viagens ao exterior

Motivo	Países
Residência	Taiwan
Residência atual	Espanha
Pós-doutoramento	EUA

4.1.2.1 Perfil empreendedor em empresas com inserção internacional

Na tabela 6 são apresentados diversas afirmações que, se confirmadas ou não, auxiliam a caracterizar o perfil empreendedor e o empreendedorismo organizacional nas empresas estudadas.

Os empreendedores foram questionados quanto à concordância com variáveis relacionadas ao perfil empreendedor. A escala utilizada foi a de Likert com “1” representando discordo totalmente, “2” discordo, “3” indiferente, “4” concordo e “5” concordo totalmente. A avaliação ponderada para as variáveis apresenta-se na Tabela 6.

Tabela 6 - Perfil empreendedor na empresa com inserção internacional (escala de 1 a 5)

<i>Variáveis</i>	<i>Avaliação</i>
O conhecimento de outros idiomas contribuiu para a inserção internacional	5,00
Viver no exterior contribuiu para a inserção internacional	4,25
Aprender com experiências no exterior contribuiu para a inserção internacional	4,75
Estar presente fora do Brasil garante vantagens à minha empresa	4,00
Ter uma rede de contatos fora do Brasil contribui para a inserção internacional	4,50
Perceber que minha empresa precisa de novos mercados contribui com a internacionalização	3,50
Encontro novas oportunidades fora do país	3,50
Desenvolvo estratégias diferenciadas para outros mercados	4,25
Acredito que minha orientação empreendedora contribui para a inserção internacional	4,50
<i>Média geral</i>	4,25

A variável “O conhecimento de outros idiomas contribuiu para a inserção internacional” obteve média ponderada 5,00, com todos os respondentes selecionando a alternativa “concordância total”. Esta nota representa a importância dos conhecimentos em idiomas para uma possível internacionalização. Outras afirmações que tem elevado grau de concordância é o significado que experiências internacionais têm para a internacionalização e a crença de que a orientação empreendedora contribui para a inserção internacional.

As variáveis com médias mais baixas, 3,50 foram obtidas pelas afirmações “Perceber que minha empresa precisa de novos mercados contribui com a internacionalização” e

“Encontro novas oportunidades fora do país”. Implicam ambas as afirmações a não total concordância entre a constatação de que a necessidade de novos mercados levaria a internacionalização e no segundo caso, de que as empresas nem sempre enxergam oportunidades no exterior.

4.1.2.2 Perfil empreendedor em empresas sem inserção internacional

A tabela 7 apresenta os resultados obtidos, que apontam concordâncias e discordâncias de afirmações propostas às empresas não internacionalizadas quanto ao perfil do empreendedor e o empreendedorismo organizacional.

Tabela 7 – Perfil empreendedor na empresa sem inserção internacional (escala de 1 a 5)

<i>Variáveis</i>	<i>Avaliação</i>
Possuo habilidades em outros idiomas	3,96
Possuo vivência no exterior	3,26
Tenho experiência de trabalho fora do Brasil	2,70
Gosto (gostaria) de viajar ao exterior	4,63
Não viveria fora do Brasil	2,44
Gosto (gostaria) de aprender com experiências no exterior	4,67
Acredito que possa ter vantagens específicas fora do Brasil	4,52
Possuo uma rede de contatos fora do Brasil	3,30
Gostaria de possuir uma rede de contatos fora do Brasil	4,41
Imagino minha empresa presente no exterior	4,33
Minha empresa necessita de novos mercados	4,19
Planejo a expansão de minha empresa para fora do país	3,93
Teria novas oportunidades em outros países	3,96
Desenvolveria estratégias diferenciadas para outros países	4,15
Necessitaria desenvolver novas estratégias caso minha empresa estivesse em outros países	4,30
Acredito possuir uma orientação empreendedora	4,37
<i>Média geral</i>	3,94

Há grande concordância em relação à afirmação “Gosto (gostaria) de aprender com experiências no exterior” com média de 4,67. Sequencialmente está a afirmação “Gosto (gostaria) de viajar ao exterior, com média de 4,63. Ambas as afirmações refletem o comportamento das pessoas em sentirem-se a vontade para ter experiências internacionais. Se confirmado este comportamento nas empresas ainda por se internacionalizar, talvez este seja um fator que auxilie a internacionalização também das empresas.

Há ainda grande convicção de que pode-se obter vantagens competitivas fora do Brasil, além da crença de que as empresas necessitam de novos mercados e que nestes novos mercados seria necessário desenvolver novas estratégias.

As menos pontuadas são as afirmações de que “Não viveria fora do Brasil”, com 2,44, de que tem experiência de trabalho fora do Brasil, com 2,70 e de possuir vivência no exterior, com 3,26. Refletem que as pessoas estariam dispostas a viver fora do Brasil, mas ao mesmo tempo, não há consenso neste quesito e que os respondentes não trabalharam e não possuem experiência fora do Brasil.

4.1.2.3 Empreendedorismo organizacional e as empresas com inserção internacional

Em relação ao empreendedorismo organizacional e a inserção internacional, nas empresas com inserção internacional, a Tabela 8 apresentou a média entre as concordâncias e discordâncias.

Tabela 8 - Empreendedorismo organizacional em empresas com inserção internacional (escala de 1 a 5)

<i>Variáveis</i>	<i>Avaliação</i>
Acredito que contar com colaboradores com habilidades em outros idiomas contribui para a inserção internacional	4,75
Contar com colaboradores que viveram fora do Brasil contribui para a inserção internacional	3,75
Meus colaboradores imaginam minha empresa presente no exterior	3,50
Colaboradores com rede de contatos fora do Brasil contribuem para a inserção internacional	4,00
A necessidade de novos mercados levou minha empresa à internacionalização	3,25
Encontro novas oportunidades fora do país	3,50
Desenvolvo estratégias diferenciadas para outros mercados	4,25
Contar com colaboradores que gostam de aprender com experiências no exterior contribui com a inserção internacional	4,50

<i>Média geral</i>	3,94
---------------------------	------

Há a crença de que os colaboradores com habilidades em idiomas contribuem para a internacionalização, com 4,75 de média. Ao mesmo tempo, possuir colaboradores que gostariam de ter experiências no exterior é outro quesito favorável à internacionalização.

O indicador com concordância mais baixa dentre o conjunto das afirmações desta dimensão é foi o de que a internacionalização tenha sido resultado da necessidade de novos mercados, com nota de 3,25.

4.1.2.4 Empreendedorismo organizacional e as empresas sem inserção internacional

Dentre as empresas não internacionalizadas, as proposições acerca do empreendedorismo organizacional apresentou destaques. Não encontrou-se resultados significativos de discordância e de indiferença.

Tabela 9 - Empreendedorismo organizacional em empresas sem inserção internacional (escala de 1 a 5)

<i>Variáveis</i>	<i>Avaliação</i>
Conto com colaboradores que possuem habilidades em outros idiomas	3,74
Acredito que contar com colaboradores com habilidades em outros idiomas contribuiria para a inserção internacional	4,48
Conto com colaboradores que viveram fora do Brasil	3,33
Contar com colaboradores que viveram fora do Brasil contribuiria para a inserção internacional	4,33
Conto com colaboradores que possuem rede de contatos fora do Brasil	3,30
Contar com colaboradores que possuem rede de contatos fora do Brasil para a inserção internacional	4,15
Meus colaboradores imaginam minha empresa presente no exterior no futuro	3,78

A necessidade de novos mercados levaria minha empresa à internacionalização	4,19
<i>Média geral</i>	3,91

As afirmações com destaque neste conjunto foi a crença de contar com colaboradores habilitados em outros idiomas contribuiria para a inserção internacional (nota 4,48) e a de que contar com colaboradores que tenham vivido fora do Brasil contribuiria para a internacionalização (4,33). Uma vez mais, há a convicção de que os colaboradores e suas experiências internacionais podem influenciar a internacionalização de empresas.

Com 3,30, a menor média, ficou a afirmação de que as empresas contariam com colaboradores com rede de contatos estabelecidas fora do Brasil. Poder-se-ia ter o impacto de contar com colaboradores experientes também em outros países na determinação da seleção destes colaboradores.

4.1.3 Financiamento e mecanismos complementares de apoio

4.1.3.1 Financiamento e mecanismos complementares de apoio em empresas com inserção internacional

A Pesquisa, na de Financiamento e formas complementares, buscou por caracterizar a utilização de financiamento. Num primeiro momento, as empresas apontaram não ter financiamentos. Outra constatação importante foi a de que duas empresas com inserção internacional revelaram possuir investimento direto estrangeiro. Os montantes de recursos são para os dois casos foram de R\$ 10.000,00 e R\$ 120.000,00.

Dois empresários contaram com recursos do SEBRAE, das Incubadoras, do Ministério de Ciência e Tecnologia – MCT, da FINEP e do CNPq para participar de feiras/eventos internacionais.

Além destas demandas, outras proposições foram feitas para caracterizar as empresas em relação à esta temática. A Tabela 10 apresenta as médias de concordâncias em relação às afirmações.

Tabela 10 - Financiamento e mecanismos complementares de apoio e empresas com internacionalização (escala de 1 a 5)

<i>Variáveis</i>	<i>Avaliação</i>
Utilizar financiamento contribui para a inserção internacional	4,00
Financiamento voltado à exportação de produtos/serviços contribui para a inserção internacional	4,00
Conheço formas de financiamento para exportação de meus produtos/serviços ou para outras formas de inserção internacional	3,00
Utilizar fontes de financiamento para a inserção internacional fortalece minha empresa	3,75
Contar com investimento estrangeiro direto contribui para a inserção internacional	3,50
Conheço formas de atrair investimento direto estrangeiro	3,75
Contar com investimento direto estrangeiro fortalece minha empresa	4,25
Possuir auxílio para a participação em feiras/eventos internacionais contribui para a inserção internacional	4,50
Apenas participaria de um evento/feira internacional se contasse com apoio	3,00
Conheço formas de auxílio para a participação em feiras/eventos internacionais	3,50
Participar de feiras/eventos internacionais fortalece minha empresa	4,50
<i>Média geral</i>	3,80

A afirmação “Possuir auxílio para a participação em feiras/eventos internacionais contribui para a inserção internacional” contou com avaliação de 4,50. Com a mesma pontuação ficou a afirmação “Participar de feiras/eventos internacionais fortalece minha empresa”. Ambas as afirmações revelam a importância das feiras e eventos internacionais

para o fortalecimento da empresa e dos desenvolvimentos e da necessidade de ter auxílio para participação nestes eventos, uma vez que poderia contribuir para a inserção internacional. Dentre as empresas estudadas é comum ter-se a percepção de que ao participar de um evento internacional amplia-se a rede de contatos internacionais e sobretudo de contatos nacionais. As empresas passam a ser reconhecidas dentro do Brasil também.

Menor concordância tiveram as afirmações de conhecimento das formas de financiamento para exportação ou para outras formas de internacionalização e de que a participação em feiras e eventos internacionais só seria possível com auxílio. Ambas as afirmações tiveram avaliação 3,00. O não total conhecimento de formas de financiamento revela que as empresas podem e devem ter contato com formas financeiras de incentivo à internacionalização. Ao mesmo tempo, verificou-se que a participação em feiras e eventos não é dependente totalmente de auxílio.

4.1.3.2 Financiamento e mecanismos complementares de apoio em empresas sem inserção internacional

As empresas não internacionalizadas concordaram e discordaram de afirmações quanto ao financiamento e mecanismos complementares de apoio. As avaliações ponderadas estão representadas na Tabela 11, de Financiamento e mecanismos complementares de apoio a empresas sem internacionalização.

Tabela 11 - Financiamento e mecanismos complementares de apoio a empresas sem inserção internacional (escala de 1 a 5)

<i>Variáveis</i>	<i>Avaliação</i>
Utilizo financiamento privado	2,70
Preciso de financiamento privado	3,37
Utilizo fontes de financiamento público	4,19
Preciso de fontes de financiamento público	4,41
Minha empresa possui investimento direto estrangeiro	1,56
Gostaria de contar com investimento estrangeiro	3,93

Procuo participar de feiras/eventos	4,52
Procuo participar de feiras/eventos internacionais	3,56
Possuo auxílio para a participação de feiras/eventos	3,85
Possuo auxílio para a participação de feiras/eventos internacionais	2,93
Média geral	3,50

A afirmação “Preciso de fontes de financiamento público” contou com média de 4,41. Representa prática disseminada em empresas de base tecnológica em incubadoras, de busca de incentivos públicos para sua sustentabilidade e de seus projetos. Com 4,52 em sua avaliação a afirmação “Procuo participar de feiras/eventos” reflete a preocupação necessária das empresas de participar de feiras/eventos seja para o aprimoramento de seus projetos/produtos seja para contatos.

A afirmação com menor concordância, o que reflete a realidade destas empresas de base tecnológica, é a de ocorrência de investimento direto estrangeiro nestas empresas. A avaliação para estas é de 1,56. Corresponde à realidade pois estas empresas não internacionalizadas, de, em média, 2 anos, não conta com este tipo de investimento. Todo o tipo de investimento é raro para estas empresas, seja estrangeiro, de *venture capital* ou outro.

A utilização de financiamento privado também é baixo nestas empresas e na maior parte das vezes, refere-se à financiamentos para capital de giro e para pequenos projetos.

4.1.4 Desenvolvimento tecnológico e cooperação

As empresas apontaram, quanto à dimensão inovação, que a maioria delas desenvolveu produtos novos para o mercado nacional. A proporção de desenvolvimentos para o mercado mundial é maior entre as que possuem inserção internacional, sendo 25% destas empresas. Entre as não internacionalizadas, o número é próximo, mas pouco inferior (18%). Não pode-se dizer que sejam diferenças significativas. Outro destaque que deve ser feito é o que 2 empresas apontaram não terem implantado produtos ou processos novos. A tabela 12 retratou essa dimensão nas empresas com e sem inserção internacional.

Tabela 12 - Implantação de inovações nas empresas (em número de produtos inovadores)

	<i>Internacionalizadas</i>	<i>Não internacionalizadas</i>	<i>Total</i>
Produtos novos para a empresa	2	10	12
Produtos novos para o mercado nacional	1	18	19
Produtos novos para o mercado mundial	1	5	6
Processos novos para a empresa	2	8	10
Processos novos para o mercado nacional	0	11	11
Processos novos para o mercado mundial	0	1	1
Minha empresa não implantou produtos ou processos novos	1	1	2

4.1.4.1 Desenvolvimento tecnológico e cooperação em empresas com inserção internacional

Dentre as empresas com inserção internacional, pode-se verificar, de acordo com o gráfico 25, que 75% destas classificam-se como inovadoras. O processo de inovação se inicia antes mesmo da constituição da empresa ou mesmo na constituição da empresa (Gráfico 18).

Gráfico 17 – Classificação da empresa quanto à inovação

Gráfico 18 - Início do processo de inovação em empresas com inserção internacional

Nenhuma das empresas com internacionalização de operações transferiu tecnologia.

As empresas em sua maioria (75%) utilizam tecnologias desenvolvidas por outros (Gráfico 19). A tecnologia utilizada é proveniente de outros países em sua totalidade. As três empresas se valem de tecnologias da Espanha, dos Estados Unidos e da Inglaterra e dos Estados Unidos. A utilização de tecnologia desenvolvida fora do Brasil contribui para fortalecer os produtos/serviços destas empresas, uma vez que auxilia tais empresas a agirem globalmente.

Gráfico 19 - Utilização de tecnologia desenvolvida fora da empresa

As empresas apontaram as patentes requeridas e concedidas. Há, dentre as empresas com inserção internacional, apenas uma empresa que solicitou patentes. Investigando um pouco mais, obteve-se a resposta de que esta empresa possui 4 solicitações, sendo todas para o Brasil apenas.

Ainda em relação à proteção intelectual, outra empresa requereu outro método de proteção intelectual (registro de marcas, registro de programas de computador, registro de franquia empresarial, registro de desenho industrial) para o Brasil no número de 3 solicitações, enquanto que outra já possui essa uma forma de proteção intelectual concedida para o Brasil. As outras duas empresas não solicitaram outra forma de proteção.

Dentre as empresas que contam com atividade internacional, 3 deles estabeleceram parcerias, sendo apenas uma destas parcerias voltada à centros de pesquisas/universidades.

Os quatro respondentes apontaram ter parcerias no exterior. Entretanto, apenas uma destas empresas possui parceria firmada com centros de pesquisas/universidades no exterior. As demais parcerias são parcerias empresa brasileira-empresa estrangeira.

Ainda em relação ao desenvolvimento tecnológico e a cooperação nas empresas com inserção internacional empregou-se um conjunto de afirmações que solicitam o apontamento quanto à concordância ou discordância do interlocutor. A avaliação de cada uma das afirmações está demonstrada na Tabela 13.

Tabela 13 - Desenvolvimento tecnológico e cooperação em empresas com inserção internacional (escala de 1 a 5)

<i>Variáveis</i>	<i>Avaliação</i>
A inovação em produtos/processos contribui para a inserção internacional	4,75
A inovação em produtos/processos é necessária para a inserção internacional	4,00
Meus produtos são adequados ao mercado internacional	4,50
Meus produtos seguem normas internacionais	4,75
A transferência de tecnologia contribui para a inserção internacional	3,75
A transferência de tecnologia é necessária para a inserção internacional	4,00
Conheço formas de transferir tecnologia	3,25
Conheço formas de utilizar tecnologias desenvolvidas por terceiros	4,50
A proteção intelectual contribui para a inserção internacional	3,75
A proteção intelectual é necessária para a inserção internacional	3,75
Conheço os métodos de proteção intelectual	4,25
Possuir parcerias contribui para a inserção internacional	3,75
Possuir parcerias é necessário para a inserção internacional	3,25
Conheço formas de estabelecer parcerias	4,00
<i>Média geral</i>	4,02

A afirmação “A inovação em produtos/processos contribui para a inserção internacional”, obteve nota de avaliação de 4,75. Este índice revela que as empresas de base tecnológica, que já defendem a inovação para o sucesso de suas empresas, também aliam a inovação à possibilidades de inserção internacional. Outra afirmação com mesma avaliação foi a que defende que os produtos das empresas seguem normas internacionais, o que é coerente com o papel destas empresas, já com atuação internacional.

Uma informação importante que pode ser obtida dos dados é a de que a avaliação para a afirmação de que os empresários conhecem formas de transferir tecnologia alcançou apenas média de 3,25. Este dado reflete despreparo e/ou desinteresse das empresas em relação transferir suas tecnologias para outras empresas.

Há outro ponto que merece destaque. A afirmação “Possuir parcerias é necessário para a inserção internacional” obteve avaliação de 3,25 também. Revela que as empresas muitas vezes não consideram as parcerias como requisito para internacionalizarem-se.

4.1.4.2 Desenvolvimento tecnológico e cooperação em empresas sem inserção internacional

O desenvolvimento tecnológico e a cooperação nas empresas de base tecnológica foi identificado como uma dimensão relevante para a inserção internacional. Formulou-se assim, afirmações, seguindo a escala de 1 a 5, em que 1 representa discordância total e em que 5 representa concordância total. As avaliações médias são apresentadas na Tabela 14.

Tabela 14 - Desenvolvimento tecnológico e cooperação em empresas sem inserção internacional

<i>Variáveis</i>	<i>Avaliação</i>
Minha empresa é inovadora	4,56
Minha empresa é especializada em produto ou processo padronizado	3,00
Minha empresa não possui diferenciação de produtos ou processos	1,85
Minha empresa inova desde sua fundação	4,48
Minha empresa inova desde antes de sua fundação	3,81
Minha empresa transferiu tecnologia	2,48
Minha empresa utiliza tecnologia desenvolvida por terceiros	3,41
Minha empresa transferiu tecnologia para o exterior	1,52
Minha empresa utiliza tecnologia desenvolvida no exterior	2,89
Penso em transferir tecnologia	3,63
Penso em utilizar tecnologia desenvolvida por terceiros	3,89

Minha empresa possui patentes	2,30
Minha empresa tem patentes em desenvolvimento/aprovação	3,11
As patentes de minha empresa foram obtidas no Brasil e em outros países	2,15
Minha empresa possui proteção (registro) no INPI	2,93
Minha empresa possui proteção (registro) fora do país	1,93
Conheço os procedimentos para dar entrada em processos de proteção industrial e patentes	3,41
Possuo parcerias para o desenvolvimento de meus produtos/serviços	3,74
Preciso desenvolver parcerias para o desenvolvimento de meus produtos/serviços	4,22
Possuo parcerias internacionais para o desenvolvimento de meus produtos/serviços	2,30
Preciso desenvolver parcerias internacionais para o desenvolvimento de meus produtos/serviços	3,78
<i>Média geral</i>	3,11

A maior parte das empresas considera-se inovadora, com um índice de 4,56. É um índice bastante elevado e condiz com a realidade destas empresas de base tecnológica que necessariamente precisam ter a inovação presente em suas realidades. As empresas apontam a presença da inovação desde sua fundação (média de 4,48 de concordância) ou ainda desde antes sua fundação (com média de 3,81).

Grande discordância está presente nos índices das afirmações de transferência de tecnologia para o exterior, com indicador de 1,52 e de posse de proteção intelectual fora do país, com indicador de 1,93. As empresas demonstram, até por não terem atividade internacional, inexpressivo índice de transferência para fora do país. Em relação à propriedade intelectual, o indicador reflete outra característica de nossas empresas, a de não utilização de PCT – Protocolos de Cooperação Tecnológica em que patentes e registros são demandados para diferentes países ao mesmo tempo que no Brasil.

Alguns respondentes apontaram a necessidade de desenvolvimento de parcerias para o desenvolvimento de produtos e serviços.

As afirmações neste conjunto contaram com média geral de 3,11. Este índice repete-se em todos os demais conjuntos em que foi realizado a avaliação de concordância/discordância de afirmações baseadas na revisão de literatura realizada.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O interesse e a relevância em realizar um levantamento que caracterizasse a internacionalização de empresas de base tecnológica em incubadoras estão arraigados na importância dada atualmente à internacionalização de empresas e neste mecanismo de apoio ao desenvolvimento de empresas, as incubadoras de empresas.

O intuito inicial era o de retratar a internacionalização de empresas de forma que fosse possível formular modelos e apontar potenciais para a atividade internacional de empresas que ainda não contassem com esta atuação.

A utilização de técnicas estáticas multivariadas aconteceria por meio da análise fatorial e da análise de regressão logística. A análise fatorial seria utilizada para reduzir e sumarizar os dados enquanto que a regressão logística, serviria para estabelecer a probabilidade de ocorrência de determinado evento e a importância das variáveis (peso) para esta ocorrência, obtida por meio de ponderações das variáveis (atributos) e a resposta obtida, isto é, da determinação do potencial de internacionalização das empresas sem esta atuação com base nos dados das empresas internacionalizadas.

Entretanto, no transcorrer da execução deste estudo, verificou-se o baixo número de empresas internacionalizadas. Foi utilizado um levantamento da Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior sobre as empresas exportadoras nos últimos 2 anos. O cruzamento das empresas que fariam parte do presente levantamento com as empresas exportadoras revelou apenas 6 ocorrências. Ao mesmo tempo, uma breve análise destas empresas demonstrou se tratar de empresas com tecnologias demasiadamente básicas. Não merecendo, assim, fazer parte do estudo.

Realizar um levantamento de caracterização da internacionalização das empresas de base tecnológica foi, assim, a opção dos pesquisadores para prosseguimento da pesquisa. As

dimensões de investigação, oriundas de um modelo de estratégias de internacionalização adaptado à realidade das empresas incubadas abordou o perfil empreendedor e empreendedorismo organizacional, financiamento e mecanismos complementares de apoio e desenvolvimento tecnológico e cooperação.

As empresas respondentes possuem no máximo, 9 anos, sendo 2 anos o tempo médio. Contam com o número de colaboradores entre 1 e 16. Quanto ao faturamento que obtiveram em sua maioria, até R\$ 150.000,00 (84% dos respondentes). Estas empresas tem como atividade a prestação de serviços (42% dos respondentes). Em relação à classificação de suas atividades econômicas, tem-se destaque para a descrição “Pesquisa e desenvolvimento experimental em ciências físicas e naturais” (código 7210000), e que corresponde à descrição “Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda” (código 6201500).

Dos respondentes, 13% apontou ter ou já ter tido alguma atividade internacional. Dois grupos foram, então identificados: o de empresas com atividade internacional e o grupo sem esta atividade.

Pode-se verificar nos casos estudados com atividade internacional, o conceito de empresa “*Born Global*”. As empresas tiveram suas atividades internacionais iniciadas no tempo zero e em até 36 meses.

As dificuldades para a inserção internacional, nestas empresas, também foram levantadas. São idioma, fuso-horário, agilidade, burocracia, falta de conhecimento de assessores e consultores, falta de financiamento e outras razões.

Dentre as empresas não internacionalizadas, buscou-se conhecer as condições nas quais as atividades internacionais ainda não haviam acontecido. Investigou-se, então, a presença da inserção internacional no Planejamento Estratégico da empresa. 63% das empresas alegaram ter a inserção internacional em seu planejamento estratégico. 41% possuem a internacionalização em seus planos de negócios originais.

As dificuldades de inserção internacional apontadas para estas empresas passam pelos custos e necessidade de adequação às normas internacionais, necessidade de recursos financeiros, necessidade de estrutura, assistência técnica, burocracia, logística e certificação de produtos, dentre outros apontamentos.

Demonstrou-se, na dimensão perfil empreendedor, a valorização das habilidades em idiomas e das experiências no exterior. Esta valorização passa pela crença, nas empresas sem atividade internacional de que estes fatores contribuem para a inserção internacional. O mercado externo demonstrou atrair os empreendedores, seja a trabalho seja como oportunidade.

As empresas, na dimensão de financiamento e mecanismos complementares de apoio, revelou que as empresas não possuem financiamento privado, mas que buscam financiamento público. Outra informação que sobressai é o não pleno conhecimento de financiamentos para exportação ou para outra forma de internacionalização. As empresas, além disso, demonstraram participar de eventos e de querer auxílio, ainda que este não seja determinante, para esta participação.

Quanto ao desenvolvimento tecnológico e cooperação, os respondentes apontaram a inovação como preponderante em todas as empresas. Em muitas, a inovação iniciou-se mesmo antes de sua fundação. Dentre as empresas internacionalizadas, há três casos em que as empresas contam com parcerias, sendo em um dos casos, parceria com universidade/centro de pesquisa. As empresas demonstraram utilizar tecnologias desenvolvidas por terceiros. As empresas demonstraram ainda ter consciência da importância da inovação para a internacionalização.

Diante do exposto, a caracterização da internacionalização de empresas de base tecnológica em incubadoras mostra-se realizada, mas não esgota o tema. Ao mesmo tempo, as limitações desta pesquisa levam a novos estudos possíveis, como uma investigação por

setores, como o de biotecnologia e o de tecnologia da informação, o estudo de casos em que a atividade internacional esteja presente, a proposição de novos modelos para as empresas incubadas e aplicações participativas de internacionalização de empresas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANPROTEC. <<http://www.anprotec.org.br>>. Acesso em: 10 mar.2008

AMBOS, T. C.; AMBOS, B.; SCHLEGELMILCH, B. B. Learning from foreign subsidiaries: An empirical investigation of headquarters' benefits from reverse knowledge transfers. **International Business Review**, Vol. 15, Iss. 3, June 2006, p. 294-312.

ARBIX, G. , SALERNO, Mario S. , NEGRI, J. A. , **O impacto da internacionalização com foco na inovação tecnológica sobre as exportações das firmas brasileiras** . Dados . Rio de Janeiro - RJ , v. 48 , n. 2 , p. 395 - 442

BARLETT, C. A.; GHOSHAL, S. **Managing across borders: the transnational solution**. 2nd ed. Boston, MA: Harvard Business School Press, 1998, p. 181.

BARTLETT, C.A.; GHOSHAL, S. What is a Good Manager?. In: Barnevik, P.; Kanter R. (Orgs) **Global Strategies: Insights from the World's Leading Thinkers** (The Harvard Business Review Book Series). HBS Press, 1992.

BENGTTSSON, L.; LOWEGREN, M. W. **Internationalisation in Nordic and Baltic science parks: A report on park activities and firm needs**. Lund University, Lund 2000. 37 p.

BENGTTSSON, L.; LOWEGREN, M. W. **Internationalisation in Science Parks – the case of Finland and Sweden**. SNEE. 2001. Disponível em: <http://www.snee.org/publikationer_show_eng.asp?id=110>. Acesso em: 20 mar. 2008.

BRITTO, J. Características estruturais e modus operandi das redes de firmas em condições de diversidade tecnológica. 1999.(Tese de Doutorado) – IE-UFRJ, 1999.

CARVALHO, M. M. *et alii* (1998) “Empresa de Base Tecnológica Brasileira: características distintivas”. **Anais do XX Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica, São Paulo: PGT-USP**.

CLARKE, J.; TURNER, P. Global competition and the Australian biotechnology industry: developing a model of SMEs knowledge management strategies. **Knowledge and Process Management**. Volume 11, Issue 1, pp. 38-46. January/March 2004.

CYRINO, A. B.; OLIVEIRA JUNIOR, M. M. **Global Players Research Investigation on the Internationalization Processes of Companies in Brazil**, Caderno de Idéias, 2002, Fundação Dom Cabral.

CYRINO, A. B.; PENIDO, E. P. Estratégias de Internacionalização: evidências e reflexões sobre as empresas brasileiras. In: TANURE, B.; DUARTE, R. G. (Orgs.). **Gestão Internacional**. São Paulo: Saraiva, 2006.

DOZ, Y.; SANTOS, J.; WILLIAMSON, P. From Global to Metanational: How Companies Win in the Knowledge Economy. **Harvard Business School Press**, 2001. 272 pp.

DUNNING, J. H. Multinational Enterprises and the Globalisation of Innovator Capacity. **Research Policy**. Vol. 23, p. 67-88, 1994.

FERNANDES, A. C. *et alii* (2004) Caracterização das pequenas e médias empresas de base tecnológica em São Paulo: uma análise preliminar. **Economia e Sociedade**, Campinas, v. 13, n. 1 (22), p. 151-173, jan./jun. 2004.

FERRO, J. R.; A. L. TORKOMIAN (1988) “A Criação de Pequenas Empresas de Alta Tecnologia”. **Revista de Administração de Empresas**, 28 (2), abril-junho, pp. 43-50.

HAIR JR., J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 5ed. 2005.

HILAL, A.; HEMAIS, C. A. O Processo de Internacionalização na Ótica da Escola Nórdica: evidências empíricas em empresas brasileiras, **RAC**, v. 7, n. 1, jan-mar. 2003: 109-124

JOHANSON, J.; VAHLE, J. The internationalization process of the firm - a model of knowledge development and increasing foreign market commitment. **Journal of International Business Studies**; Primavera 1977; Vol 8, 1.

JOLLY, V. K.; ALAHUTA, M.; JEANNET, J.P. Challenging the incumbents: How high technology Start-ups compete globally. **Journal of Strategic Change**, 1, 71-82, 1992.

KNIGHT, G. A.; CAVUSGIL, S. T. The Born Global firm: A challenge to traditional internationalization theory. **Advances in International Marketing**, 8, 11-26, 1996.

KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. (Orgs). **Economia Industrial: Fundamentos Teóricos e Práticas no Brasil**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

LOWEGREN, M. W. **New technology-based firms in science parks: A study of resources and absorptive capacity**. Lunds Universitet, Suécia. 2003.

LU, J. W.; BEAMISH, P. W. The Internationalization and Performance of SMEs. **Strategic Management Journal**. Vol. 22, Iss. 6-7, pp. 565-586. June - July 2001

McGRATH, M. E. BEQUILLARD, R. B. International Manufacturing Strategies and Infrastructural Considerations in the Electronics Industry. In: FERDOWS, K. **Managing International Manufacturing**. North-Holland, 1989.

MADSEN, T. K.; SERVAIS, P. The Internationalization of Born Globals: an Evolutionary Process? **International Business Review**, 6, (6), 561-583, 1997.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 3^a. ed., Porto Alegre: Bookman, 2001. 719p.

MARCOVITCH, V.; S. A. SANTOS; I. DUTRA (1986) “Criação de Empresas com Tecnologias Avançadas”. **Revista de Administração**, 21 (2), abril-junho, São Paulo: FEA-USP.

MUTINELLI, M.; PISCITELLO, L. The entry mode choice of MNEs: an evolutionary approach. **Research Policy**, Vol. 27, Iss. 5, pp. 491-506. September 1998.

OVIATT, B. M.; MCDUGALL. P.P. Toward a theory of international new ventures. **Journal of International Business Studies**, 25, 45-64, 1994.

POTET, L.; DAPKUS, M. Internationalization process of Baltic IT SME. Vilnius: VMU, April 2004. 143 p.

RENKO, M. TIKKANKEN, J. Strategic orientations in networked high technology product development. **Research Policy**, v. 33, n.2, p. 209-223, 2004.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 3 ed. 1999.

ROCHA, A.; ALMEIDA, V. Estratégias de Entrada e de Operações em Mercados Internacionais. In: TANURE, B.; DUARTE, R. G. (Orgs.). **Gestão Internacional**. São Paulo: Saraiva, 2006.

RYCROFT, R. W. Does cooperation absorb complexity? Innovation networks and the speed and spread of complex technological innovation. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 74, n.5, p. 565-578, 2007.

SANTOS, J. O Desafio Metanacional. In: TANURE, B.; DUARTE, R. G. (Orgs.). **Gestão Internacional**. São Paulo: Saraiva, 2006.

SHI, Y.; GREGORY, M. J. Manufacturing Globalisation: new issue identification and the strategy framework modification. **VI International Conference on Industrial Engineering and Operations Management**. Anais. São Paulo, 2000.

TANURE, B.; DUARTE, R. G. (Orgs.) **Gestão Internacional**. São Paulo: Saraiva, 2006.

ZAIN, M.; NG, S. I. The impacts of network relationships on SMEs' internationalization process. **Thunderbird International Business Review**. Vol. 48, Iss. 2, pp. 183-205. March/April 2006.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Questionário

Seção 1 – Sua empresa e a inserção internacional

A primeira seção do questionário refere-se à sua empresa, à caracterização do negócio e à análise do estágio de inserção internacional.

Por favor, responda às questões da maneira mais precisa possível.

* 1.1: Em que ano sua empresa foi fundada?

Por favor escreva aqui a sua resposta:

* 1.2: Quantos funcionários sua empresa possuía em dezembro de 2009?

Por favor escreva aqui a sua resposta: _____

* 1.3: Qual a receita de sua empresa em 2009?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- até R\$ 150.000
- R\$ 150.000 até R\$ 375.000
- R\$ 375.000 até R\$ 750.000
- R\$ 750.000 até R\$ 1,5 milhão
- R\$ 1,5 milhão até R\$ 3 milhões
- R\$ 3 milhões até R\$ 6 milhões
- acima de R\$ 6 milhões
- Não informarei

* 1.4: Qual a principal atividade de sua empresa?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Unidade industrial - produção
- Comercialização dos produtos
- Prestação de serviços
- Transferência de tecnologia

* 1.5: Qual a CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) de sua empresa?

Por favor escreva aqui a sua resposta:

* 1.6: Sua empresa tem ou já teve alguma atividade internacional?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Sim
- Não

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

1.7: Como você classificaria tal atividade internacional? Caso tenha passado por mais de um estágio de atividade internacional, enumere-os de acordo com a ordem dos acontecimentos, sendo que o algarismo 1 representa o que aconteceu primeiro e assim sucessivamente.

Por favor selecione as caixas por ordem de preferência de 1 a 8

- ☐ Exportação por intermédio de terceiros
- ☐ Exportação direta
- ☐ Licenciamento
- ☐ Associação/Alianças estratégicas com empresas estrangeiras
- ☐ Franchising
- ☐ Instalação de subsidiária / escritórios próprios voltados à comercialização
- ☐ Instalação de subsidiária / unidade de produção
- ☐ Instalação de Centro de Pesquisa no exterior

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 1.8: Em quais países sua empresa está presente, de acordo com os estágios assinalados na questão anterior?

Selecionando 'Exportação direta', indique os países no campo aberto correspondente. Exemplo: 'Exportação direta: Bélgica e Holanda'

Por favor escolha todas as que se aplicam e forneça um comentário:

- ☐ Exportação por intermédio de terceiros : _____
- ☐ Exportação direta: _____
- ☐ Licenciamento: _____
- ☐ Associação/Alianças estratégicas com empresas estrangeiras: _____

- ☐ Franchising: _____
- ☐ Instalação de subsidiária / escritórios próprios voltados à comercialização: _____
- ☐ Instalação de subsidiária / unidade de produção: _____
- ☐ Instalação de Centro de Pesquisa no exterior: _____

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 1.9: Quanto sua empresa já investiu no exterior?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- até R\$ 50.000,00
- R\$ 50.000,01 até R\$ 100.000,00
- R\$ 100.000,01 até R\$ 150.000,00
- R\$ 150.000,01 até R\$ 200.000,00
- R\$ 200.000,01 até R\$ 500.000,00
- R\$ 500.000,01 até R\$ 1 milhão
- acima de R\$ 1 milhão

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 1.10: Qual o valor das exportações realizadas por sua empresa?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- até R\$ 50.000,00
- R\$ 50.000,01 até R\$ 100.000,00
- R\$ 100.000,01 até R\$ 150.000,00
- R\$ 150.000,01 até R\$ 200.000,00
- R\$ 200.000,01 até R\$ 500.000,00
- R\$ 500.000,01 até R\$ 1 milhão
- acima de R\$ 1 milhão
- Minha empresa não realizou exportações

[Only answer this question Se você respondeu 'Minha empresa não realizou exportações' para a pergunta '1.10 ']

* 1.11: Quanto este valor representa do faturamento total de sua empresa?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- de 0,1% a 10%
- de 10,1% a 20%
- de 20,1% a 30%
- de 30,1% a 40%
- de 40,1% a 50%
- de 50,1% a 60%
- de 60,1% a 70%
- de 70,1% a 80%
- de 80,1% a 90%
- de 90,1% a 100%
- Minha empresa não realizou exportações

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 1.12: Qual o valor do faturamento de sua(s) filial(is) no exterior?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- até R\$ 50.000,00
- R\$ 50.000,01 até R\$ 100.000,00
- R\$ 100.000,01 até R\$ 150.000,00
- R\$ 150.000,01 até R\$ 200.000,00
- R\$ 200.000,01 até R\$ 250.000,00
- R\$ 250.000,01 até R\$ 500.000,00
- R\$ 500.000,01 até R\$ 1 milhão
- acima de R\$ 1 milhão
- Minha empresa não possui filiais no exterior

[Only answer this question Se você respondeu 'Minha empresa não possui filiais no exterior' para a pergunta '1.12 ']

* 1.13: Quanto este valor representa do faturamento total de sua empresa?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- de 0,1% a 10%

- de 10,1% a 20%
- de 20,1% a 30%
- de 30,1% a 40%
- de 40,1% a 50%
- de 50,1% a 60%
- de 60,1% a 70%
- de 70,1% a 80%
- de 80,1% a 90%
- de 90,1% a 100%
- Minha empresa não possui filiais no exterior

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 1.14: Após a fundação, em quantos meses sua empresa iniciou sua atividade internacional?
Por favor escreva aqui a sua resposta: _____

[Only answer this question Se você respondeu 'Não' para a pergunta '1.6 ']

* 1.15: A internacionalização comercial faz parte do planejamento estratégico de sua empresa?
Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Sim
- Não

[Only answer this question Se você respondeu 'Não' para a pergunta '1.6 ']

* 1.16: A atuação internacional está presente no Plano de Negócios original de sua empresa?
Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Sim
- Não

[Only answer this question Se você respondeu 'Não' para a pergunta '1.6 ']

* 1.17: Quais seriam as dificuldades para a inserção internacional de sua empresa?
Por favor escreva aqui a sua resposta:

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 1.18:Quais foram as dificuldades para a inserção internacional de sua empresa?
Por favor escreva aqui a sua resposta:_____

Seção 2 - Empreendedorismo para a inserção internacional

Esta seção refere-se ao empreendedorismo organizacional e individual relacionados à inserção internacional.

* 2.1: Você possui conhecimentos em idiomas?
Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Sim
- Não

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '2.1 ']

* 2.2: Qual seu nível de conhecimento nos idiomas abaixo?
Por favor escolha uma resposta apropriada para cada item:

	Básico	Intermediário	Avançado	Fluente
Inglês				
Espanhol				
Outro				

[Only answer this question Se você respondeu 'Básico' ou 'Inglês' para a pergunta '2.2 ']

2.3: Indique o principal outro idioma em que possui conhecimentos.
Por favor escreva aqui a sua resposta:_____

* 2.4: Em quais países já esteve? Relacione-os aos motivos da viagem (Exemplo: Intercambio cultural/escolar: França)

Por favor escolha todas as que se aplicam e forneça um comentário:

- ☐ Nunca viajei para o exterior_____
- ☐ Trabalho (com estadia de até 30 dias) _____

- ☐ Trabalho (com estadia superior a 30 dias) _____
☐ Lazer _____
☐ Intercâmbio cultural/escolar _____
☐ Participação em feiras/congressos _____

2.5: Determine sua concordância em relação às seguintes afirmações.

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 2.6 a: O empreendedor e a inserção internacional

Por favor escolha uma resposta apropriada para cada item:

	Concordo Totalmente	Concordo	Indiferente	Discordo	Discordo Totalmente
O conhecimento de outros idiomas contribuiu para a inserção internacional					
Viver no exterior contribuiu para a inserção internacional					
Aprender com experiências no exterior contribuiu para a inserção internacional					
Estar presente fora do Brasil garante vantagens à minha empresa					
Ter uma rede de contatos fora do Brasil contribui para a inserção internacional					
Perceber que minha empresa precisa de novos mercados contribui minha empresa à internacionalização					
Encontro novas oportunidades fora do país					
Desenvolvo estratégias diferenciadas para outros mercados					
Acredito que minha orientação empreendedora contribui para a inserção internacional					

[Only answer this question Se você respondeu 'Não' para a pergunta '1.6 ']

* 2.6 b: O empreendedor e a inserção internacional

Por favor escolha uma resposta apropriada para cada item:

	Concordo Totalmente	Concordo	Indiferente	Discordo	Discordo Totalmente
Possuo habilidades em outros idiomas					
Possuo vivência no exterior					
Tenho experiência de trabalho fora do Brasil					
Gosto (gostaria) de viajar ao exterior					
Não viveria fora do Brasil					
Gosto (gostaria) de aprender com experiências no exterior					
Acredito que possa ter vantagens específicas fora do Brasil					
Possuo uma rede de contatos fora do Brasil					
Gostaria de possuir uma rede de contatos fora do Brasil					
Imagino minha empresa presente no exterior					

Minha empresa necessita de novos mercados					
Planejo a expansão de minha empresa para fora do país					
Teria novas oportunidades em outros países					
Desenvolveria estratégias diferenciadas para outros países					
Necessitaria desenvolver novas estratégias caso minha empresa estivesse em outros países					
Acredito possuir uma orientação empreendedora					

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 2.7 a: Empreendedorismo organizacional e a inserção internacional

Por favor escolha uma resposta apropriada para cada item:

	Concordo Totalmente	Concordo	Indiferente	Discordo	Discordo Totalmente
Acredito que contar com colaboradores com habilidades em outros idiomas contribui para a inserção internacional					
Contar com colaboradores que viveram fora do Brasil contribui para a inserção internacional					
Meus colaboradores imaginam minha empresa presente no exterior					
Colaboradores com rede de contatos fora do Brasil contribuem para a inserção internacional					
A necessidade de novos mercados levou minha empresa à internacionalização					
Encontro novas oportunidades fora do país					
Desenvolvo estratégias diferenciadas para outros mercados					
Contar com colaboradores que gostam de aprender com experiências no exterior contribui com a inserção internacional					

[Only answer this question Se você respondeu 'Não' para a pergunta '1.6 ']

* 2.7 b: Empreendedorismo organizacional e a inserção internacional

Por favor escolha uma resposta apropriada para cada item:

	Concordo Totalmente	Concordo	Indiferente	Discordo	Discordo Totalmente
Conto com colaboradores que possuem habilidades em outros idiomas					
Acredito que contar com colaboradores com habilidades em outros idiomas contribuiria para a inserção internacional					
Conto com colaboradores que viveram fora do Brasil					
Contar com colaboradores que viveram fora do Brasil contribuiria para a inserção internacional					
Conto com colaboradores que possuem rede de contatos fora do Brasil					

Contar com colaboradores que possuem rede de contatos fora do Brasil para a inserção internacional					
Meus colaboradores imaginam minha empresa presente no exterior no futuro					
A necessidade de novos mercados levaria minha empresa à internacionalização					

Seção 3 - Financiamento para a inserção internacional

A terceira seção do questionário refere-se à investigação do conhecimento e utilização de fontes de financiamento voltadas à inserção internacional.

Para as questões seguintes, solicitamos que o valor que representa sua concordância em relação à afirmação proposta.

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 3.1: Utilizo financiamento?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Sim
- Não

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '3.1 ']

3.2: Montante aproximado de recursos captados em financiamento (R\$)

Por favor escreva aqui a sua resposta: _____

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 3.3: Utilizo financiamento voltado à exportação de produtos/serviços ou à outras formas de inserção internacional?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Sim
- Não

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '3.3 ']

3.4: Montante aproximado de recursos captados em financiamento para a exportação de produtos/serviços ou à demais formas de inserção internacional (R\$)

Por favor escreva aqui a sua resposta: _____

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 3.5: Possui investimento direto estrangeiro em minha empresa?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Sim
- Não

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '3.5 ']

3.6: Montante aproximado de investimento direto estrangeiro em minha empresa (R\$)

Por favor escreva aqui a sua resposta: _____

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 3.7: Utilizo recursos de terceiros para a participação em feiras/eventos internacionais?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Sim
- Não

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '3.7 ']

* 3.8: Qual a origem destes recursos?

Por favor escolha *todas* as que se aplicam:

- SEBRAE
- APEX
- MDIC
- MCT
- Incubadora
- Outro: _____

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 3.8 a: Determine sua concordância em relação às seguintes afirmações.

	Concordo	Concordo	Indiferente	Discordo	Discordo
--	----------	----------	-------------	----------	----------

	Totalmente				Totalmente
Utilizar financiamento contribui para a inserção internacional					
Financiamento voltado à exportação de produtos/serviços contribui para a inserção internacional					
Conheço formas de financiamento para exportação de meus produtos/serviços ou para outras formas de inserção internacional					
Utilizar fontes de financiamento para a inserção internacional fortalece minha empresa					
Contar com investimento estrangeiro direto contribui para a inserção internacional					
Conheço formas de atrair investimento direto estrangeiro					
Contar com investimento direto estrangeiro fortalece minha empresa					
Possuir auxílio para a participação em feiras/eventos internacionais contribui para a inserção internacional					
Apenas participaria de um evento/feira internacional se contasse com apoio					
Conheço formas de auxílio para a participação em feiras/eventos internacionais					
Participar de feiras/eventos internacionais fortalece minha empresa					

[Only answer this question Se você respondeu 'Não' para a pergunta '1.6 ']

* 3.8 b: Determine sua concordância em relação às seguintes afirmações.

Por favor escolha uma resposta apropriada para cada item:

	Concordo Totalmente	Concordo	Indiferente	Discordo	Discordo Totalmente
Utilizo financiamento privado					
Preciso de financiamento privado					
Utilizo fontes de financiamento público					
Preciso de fontes de financiamento público					
Minha empresa possui investimento direto estrangeiro					
Gostaria de contar com investimento estrangeiro					
Procuro participar de feiras/eventos					
Procuro participar de feiras/eventos internacionais					
Possuo auxílio para a participação de feiras/eventos					
Possuo auxílio para a participação de feiras/eventos internaciona					

Seção 4 - Inovação tecnológica e cooperação para a inserção internacional

A quarta seção do questionário refere-se à inovação tecnológica, à transferência de tecnologia, à proteção intelectual e às parcerias para a inserção internacional de sua empresa.

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 4.1: Sua empresa implantou inovação de:

Por favor escolha *todas* as que se aplicam:

- Produtos novos para a empresa
- Produtos novos para o mercado nacional
- Produtos novos para o mercado mundial
- Processos novos para a empresa
- Processos novos para o mercado nacional
- Processos novos para o mercado mundial
- Minha empresa não implantou produtos ou processos novos

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 4.2: Como classificaria sua empresa quanto à inovação?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Inovadora
- Especializada em produto ou processo padronizado
- Sem diferenciação de produtos ou processos

[Only answer this question Se você respondeu 'Inovadora' para a pergunta '4.2 ']

4.3: Quando se iniciou o processo de inovação?

Por favor escolha *todas* as que se aplicam:

- antes da fundação da empresa
- na constituição da empresa
- após a fundação da empresa

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 4.4: Sua empresa transferiu tecnologia?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Sim
- Não

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '4.4 ']

* 4.5: A transferência de tecnologia deu-se para empresa/parceiro em outro país?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Sim
- Não

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 4.6: Sua empresa utiliza tecnologia desenvolvida fora de sua empresa?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Sim
- Não

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '4.6 ']

* 4.7: Esta tecnologia é proveniente de outro país?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Sim
- Não

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '4.7 ']

4.7.1: De qual(is) país(es)?

Por favor escreva aqui a sua resposta: _____

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 4.8: Em relação à solicitação de patentes, possui:

Por favor escolha *todas* as que se aplicam:

- Patentes requeridas
- Patentes concedidas
- Não possuo solicitações de patentes

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ' e Se você respondeu 'Não possuo solicitações de patentes' para a pergunta '4.8 ']

4.9: Quantas patentes solicitadas ou concedidas possui para os mercados abaixo?

Por favor escreva aqui a sua resposta (s):

Brasil: _____

EUA: _____

União Européia: _____

Japão: _____

Outros mercados: _____

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 4.10: Em relação à outro método de proteção (registro de marcas, registro de programas de computador, registro de franquia empresarial, registro de desenho industrial), possui:

Por favor escolha *todas* as que se aplicam:

- Método de proteção requerido

- Método de proteção concedido
- Não possuo solicitações de outros métodos de proteção

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ' e Se você respondeu 'Não possuo solicitações de outros métodos de proteção' para a pergunta '4.10 ']

4.11: Quais métodos de proteção (registro de marcas, registro de programas de computador, registro de franquia empresarial, registro de desenho industrial) possui para os mercados abaixo?

Por favor escreva aqui a sua resposta (s):

Brasil: _____

EUA: _____

União Européia: _____

Japão: _____

Outros mercados: _____

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 4.12: Sua empresa possui parcerias?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Sim
- Não

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 4.13: Sua empresa possui parcerias com universidades/centros de pesquisa?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Sim
- Não

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 4.14: Sua empresa possui parcerias no exterior?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Sim
- Não

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 4.15: Sua empresa possui parcerias com universidades/centros de pesquisa no exterior?

Escolha *apenas uma* das opções seguintes:

- Sim
- Não

[Only answer this question Se você respondeu 'Sim' para a pergunta '1.6 ']

* 4.13: Determine sua concordância em relação às seguintes afirmações.

Por favor escolha uma resposta apropriada para cada item:

	Concordo Totalmente	Concordo	Indiferente	Discordo	Discordo Totalmente
A inovação em produtos/processos contribui para a inserção internacional					
A inovação em produtos/processos é necessária para a inserção internacional					
Meus produtos são adequados ao mercado internacional					
Meus produtos seguem normas internacionais					
A transferência de tecnologia contribui para a inserção internacional					
A transferência de tecnologia é necessária para a inserção internacional					
Conheço formas de transferir tecnologia					
Conheço formas de utilizar tecnologias desenvolvidas por terceiros					
A proteção intelectual contribui para a inserção internacional					
A proteção intelectual é necessária para a inserção internacional					
Conheço os métodos de proteção intelectual					
Possuir parcerias contribui para a inserção internacional					

Possuir parcerias é necessário para a inserção internacional					
Conheço formas de estabelecer parcerias					

[Only answer this question Se você respondeu 'Não' para a pergunta '1.6 ']

* 4.1 b: Sua empresa implantou inovação de:

Por favor escolha *todas* as que se aplicam:

- Produtos novos para a empresa
- Produtos novos para o mercado nacional
- Produtos novos para o mercado mundial
- Processos novos para a empresa
- Processos novos para o mercado nacional
- Processos novos para o mercado mundial
- Minha empresa não implantou produtos ou processos novos

[Only answer this question Se você respondeu 'Não' para a pergunta '1.6 ']

* 4.14 b: Determine sua concordância em relação às seguintes afirmações.

Por favor escolha uma resposta apropriada para cada item:

	Concordo Totalmente	Concordo	Indiferente	Discordo	Discordo Totalmente
Minha empresa é inovadora					
Minha empresa é especializada em produto ou processo padronizado					
Minha empresa não possui diferenciação de produtos ou processos					
Minha empresa inova desde sua fundação					
Minha empresa inova desde antes de sua fundação					
Minha empresa transferiu tecnologia					
Minha empresa utiliza tecnologia desenvolvida por terceiros					
Minha empresa transferiu tecnologia para o exterior					
Minha empresa utiliza tecnologia desenvolvida no exterior					
Penso em transferir tecnologia					
Penso em utilizar tecnologia desenvolvida por terceiros					
Minha empresa possui patentes					
Minha empresa tem patentes em desenvolvimento/aprovação					
As patentes de minha empresa foram obtidas no Brasil e em outros países					
Minha empresa possui proteção (registro) no INPI					
Minha empresa possui proteção (registro) fora do país					
Conheço os procedimentos para dar entrada em processos de proteção industrial e patentes					
Possuo parcerias para o desenvolvimento de meus produtos/serviços					
Preciso desenvolver parcerias para o desenvolvimento de meus produtos/serviços					
Possuo parcerias internacionais para o desenvolvimento de meus produtos/serviços					
Preciso desenvolver parcerias internacionais para o desenvolvimento de meus produtos/serviços					

Seção 5

Agradecemos por participar de nossa pesquisa!

Se você tem interesse nos resultados da pesquisa, informe o nome da sua empresa e o endereço de e-mail. Ao finalizarmos o projeto teremos a satisfação de enviar uma apresentação com dados anônimos sobre os resultados consolidados da pesquisa.

5.1: Nome da sua empresa:

Por favor escreva aqui a sua resposta: _____

5.2: Para qual e-mail podemos enviar os resultados desta pesquisa?

Por favor escreva aqui a sua resposta: _____

APÊNDICE B – Plano de Análise

Seção	Variável		Mensuração	Internacionalização	Enunciado
Seção 1	V1	1.1	Nominal	Geral	Em que ano sua empresa foi fundada?
Seção 1	V2	1.2	Razão	Geral	Quantos funcionários sua empresa possuía em dezembro de 2009?
Seção 1	V3	1.3	Nominal	Geral	Qual a receita de sua empresa em 2009?
Seção 1	V4	1.4	Nominal	Geral	Qual a principal atividade de sua empresa?
Seção 1	V5	1.5	Nominal	Geral	Qual a CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) de sua empresa?
Seção 1	V6	1.6	Nominal	Geral	Sua empresa tem ou já teve alguma atividade internacional?
Seção 1	V7	1.7	Nominal	Internacionalizadas	Como você classificaria tal atividade internacional? (1 opção)
Seção 1	V8	1.7	Nominal	Internacionalizadas	Como você classificaria tal atividade internacional? (2 opção)
Seção 1	V9	1.8	Nominal	Internacionalizadas	Em quais países sua empresa está presente, de acordo com os estágios assinalados na questão anterior? (Exportação por intermediário de terceiros)
Seção 1	V10	1.8	Nominal	Internacionalizadas	Em quais países sua empresa está presente, de acordo com os estágios assinalados na questão anterior? (Exportação direta)
Seção 1	V11	1.8	Nominal	Internacionalizadas	Em quais países sua empresa está presente, de acordo com os estágios assinalados na questão anterior? (Exportação direta) - países
Seção 1	V12	1.8	Nominal	Internacionalizadas	Em quais países sua empresa está presente, de acordo com os estágios assinalados na questão anterior? (Licenciamento)
Seção 1	V13	1.8	Nominal	Internacionalizadas	Em quais países sua empresa está presente, de acordo com os estágios assinalados na questão anterior? (Licenciamento) - país
Seção 1	V14	1.8	Nominal	Internacionalizadas	Em quais países sua empresa está presente, de acordo com os estágios assinalados na questão anterior? (Associação/Alianças estratégicas com empresas estrangeiras)
Seção 1	V15	1.8	Nominal	Internacionalizadas	Em quais países sua empresa está presente, de acordo com os estágios assinalados na questão anterior? (Associação/Alianças estratégicas com empresas estrangeiras) - país
Seção 1	V16	1.8	Nominal	Internacionalizadas	Em quais países sua empresa está presente, de acordo com os estágios assinalados na questão anterior? (Franchising)
Seção 1	V17	1.8	Nominal	Internacionalizadas	Em quais países sua empresa está presente, de acordo com os estágios assinalados na questão anterior? (Instalação de subsidiária/escritórios próprios voltados à comercialização)
Seção 1	V18	1.8	Nominal	Internacionalizadas	Em quais países sua empresa está presente, de acordo com os estágios assinalados na questão anterior? (Instalação de subsidiária/escritórios próprios voltados à comercialização) - país
Seção 1	V19	1.8	Nominal	Internacionalizadas	Em quais países sua empresa está presente, de acordo com os estágios assinalados na questão anterior? (Instalação de subsidiária/unidade de produção)
Seção 1	V20	1.8	Nominal	Internacionalizadas	Em quais países sua empresa está presente, de acordo com os estágios assinalados na questão anterior? (Instalação de Centro de Pesquisa no exterior)
Seção 1	V21	1.9	Nominal	Internacionalizadas	Quanto sua empresa já investiu no exterior?
Seção 1	V22	1.10	Nominal	Internacionalizadas	Qual o valor das exportações realizadas por sua empresa?
Seção 1	V23	1.11	Nominal	Internacionalizadas	Quanto este valor representa do faturamento total de

					sua empresa?
Seção 1	V24	1.12	Nominal	Internacionalizadas	Qual o valor do faturamento de sua(s) filial(is) no exterior?
Seção 1	V25	1.13	Nominal	Internacionalizadas	Quanto este valor representa do faturamento total de sua empresa?
Seção 1	V26	1.14	Razão	Internacionalizadas	Após a fundação, em quantos meses sua empresa iniciou sua atividade internacional?
Seção 1	V27	1.15	Nominal	Não	A internacionalização comercial faz parte do planejamento estratégico de sua empresa?
Seção 1	V28	1.16	Nominal	Não	A atuação internacional está presente no Plano de Negócios original de sua empresa?
Seção 1	V29	1.17	Nominal	Não	Quais seriam as dificuldades para a inserção internacional de sua empresa?
Seção 1	V30	1.18	Nominal	Internacionalizadas	Quais foram as dificuldades para a inserção internacional de sua empresa?
Seção 2	V31	2.1	Nominal	Geral	Você possui conhecimentos em idiomas?
Seção 2	V32	2.2	Nominal	Geral	Qual seu nível de conhecimento nos idiomas abaixo? (Inglês)
Seção 2	V33	2.2	Nominal	Geral	Qual seu nível de conhecimento nos idiomas abaixo? (Espanhol)
Seção 2	V34	2.2	Nominal	Geral	Qual seu nível de conhecimento nos idiomas abaixo? (Outro)
Seção 2	V35	2.3	Nominal	Geral	Indique o principal outro idioma em que possui conhecimentos.
Seção 2	V36	2.4	Nominal	Geral	Em quais países já esteve? Relacione-os aos motivos da viagem (Nunca viajei para o exterior)
Seção 2	V37	2.4	Nominal	Geral	Em quais países já esteve? Relacione-os aos motivos da viagem (Nunca viajei para o exterior) - motivo
Seção 2	V38	2.4	Nominal	Geral	Em quais países já esteve? Relacione-os aos motivos da viagem (Trabalho (com estadia de até 30 dias))
Seção 2	V39	2.4	Nominal	Geral	Em quais países já esteve? Relacione-os aos motivos da viagem (Trabalho (com estadia de até 30 dias)) - motivo
Seção 2	V40	2.4	Nominal	Geral	Em quais países já esteve? Relacione-os aos motivos da viagem (Trabalho (com estadia superior a 30 dias))
Seção 2	V41	2.4	Nominal	Geral	Em quais países já esteve? Relacione-os aos motivos da viagem (Trabalho (com estadia superior a 30 dias)) - motivo
Seção 2	V42	2.4	Nominal	Geral	Em quais países já esteve? Relacione-os aos motivos da viagem (Lazer)
Seção 2	V43	2.4	Nominal	Geral	Em quais países já esteve? Relacione-os aos motivos da viagem (Lazer) - motivo
Seção 2	V44	2.4	Nominal	Geral	Em quais países já esteve? Relacione-os aos motivos da viagem (Intercâmbio cultural/escolar)
Seção 2	V45	2.4	Nominal	Geral	Em quais países já esteve? Relacione-os aos motivos da viagem (Intercambio cultural/escolar) - motivo
Seção 2	V46	2.4	Nominal	Geral	Em quais países já esteve? Relacione-os aos motivos da viagem (Participação em feiras/congressos)
Seção 2	V47	2.4	Nominal	Geral	Em quais países já esteve? Relacione-os aos motivos da viagem (Participação em feiras/congressos) - motivo
Seção 2	V48	2.4	Nominal	Geral	Em quais países já esteve? Relacione-os aos motivos da viagem (Outro)
Seção 2	V49	2.4	Nominal	Geral	Em quais países já esteve? Relacione-os aos motivos da viagem (Outro) - motivo
Seção 2	V50	2.6a	Ordinal	Internacionalizadas	O conhecimento de outros idiomas contribuiu para a inserção internacional
Seção 2	V51	2.6a	Ordinal	Internacionalizadas	Viver no exterior contribuiu para a inserção internacional
Seção 2	V52	2.6a	Ordinal	Internacionalizadas	Aprender com experiências no exterior contribuiu para a inserção internacional
Seção 2	V53	2.6a	Ordinal	Internacionalizadas	Estar presente fora do Brasil garante vantagens à minha empresa
Seção 2	V54	2.6a	Ordinal	Internacionalizadas	Ter uma rede de contatos fora do Brasil contribui para a inserção internacional

Seção 2	V55	2.6a	Ordinal	Internacionalizadas	Perceber que minha empresa precisa de novos mercados contribui minha empresa à internacionalização
Seção 2	V56	2.6a	Ordinal	Internacionalizadas	Encontro novas oportunidades fora do país
Seção 2	V57	2.6a	Ordinal	Internacionalizadas	Desenvolvo estratégias diferenciadas para outros mercados
Seção 2	V58	2.6a	Ordinal	Internacionalizadas	Acredito que minha orientação empreendedora contribui para a inserção internacional
Seção 2	V59	2.6b	Ordinal	Não	Possuo habilidades em outros idiomas
Seção 2	V60	2.6b	Ordinal	Não	Possuo vivência no exterior
Seção 2	V61	2.6b	Ordinal	Não	Tenho experiência de trabalho fora do Brasil
Seção 2	V62	2.6b	Ordinal	Não	Gosto (gostaria) de viajar ao exterior
Seção 2	V63	2.6b	Ordinal	Não	Não viveria fora do Brasil
Seção 2	V64	2.6b	Ordinal	Não	Gosto (gostaria) de aprender com experiências no exterior
Seção 2	V65	2.6b	Ordinal	Não	Acredito que possa ter vantagens específicas fora do Brasil
Seção 2	V66	2.6b	Ordinal	Não	Possuo uma rede de contatos fora do Brasil
Seção 2	V67	2.6b	Ordinal	Não	Gostaria de possuir uma rede de contatos fora do Brasil
Seção 2	V68	2.6b	Ordinal	Não	Imagino minha empresa presente no exterior
Seção 2	V69	2.6b	Ordinal	Não	Minha empresa necessita de novos mercados
Seção 2	V70	2.6b	Ordinal	Não	Planejo a expansão de minha empresa para fora do país
Seção 2	V71	2.6b	Ordinal	Não	Teria novas oportunidades em outros países
Seção 2	V72	2.6b	Ordinal	Não	Desenvolveria estratégias diferenciadas para outros países
Seção 2	V73	2.6b	Ordinal	Não	Necessitaria desenvolver novas estratégias caso minha empresa estivesse em outros países
Seção 2	V74	2.6b	Ordinal	Não	Acredito possuir uma orientação empreendedora
Seção 2	V75	2.7a	Ordinal	Internacionalizadas	Acredito que contar com colaboradores com habilidades em outros idiomas contribui para a inserção internacional
Seção 2	V76	2.7a	Ordinal	Internacionalizadas	Contar com colaboradores que viveram fora do Brasil contribui para a inserção internacional
Seção 2	V77	2.7a	Ordinal	Internacionalizadas	Meus colaboradores imaginam minha empresa presente no exterior
Seção 2	V78	2.7a	Ordinal	Internacionalizadas	Colaboradores com rede de contatos fora do Brasil contribuem para a inserção internacional
Seção 2	V79	2.7a	Ordinal	Internacionalizadas	A necessidade de novos mercados levou minha empresa à internacionalização
Seção 2	V80	2.7a	Ordinal	Internacionalizadas	Encontro novas oportunidades fora do país
Seção 2	V81	2.7a	Ordinal	Internacionalizadas	Desenvolvo estratégias diferenciadas para outros mercados
Seção 2	V82	2.7a	Ordinal	Internacionalizadas	Contar com colaboradores que gostam de aprender com experiências no exterior contribui com a inserção internacional
Seção 2	V83	2.7b	Ordinal	Não	Conto com colaboradores que possuem habilidades em outros idiomas
Seção 2	V84	2.7b	Ordinal	Não	Acredito que contar com colaboradores com habilidades em outros idiomas contribuiria para a inserção internacional
Seção 2	V85	2.7b	Ordinal	Não	Conto com colaboradores que viveram fora do Brasil
Seção 2	V86	2.7b	Ordinal	Não	Contar com colaboradores que viveram fora do Brasil contribuiria para a inserção internacional
Seção 2	V87	2.7b	Ordinal	Não	Conto com colaboradores que possuem rede de contatos fora do Brasil
Seção 2	V88	2.7b	Ordinal	Não	Contar com colaboradores que possuem rede de contatos fora do Brasil para a inserção internacional
Seção 2	V89	2.7b	Ordinal	Não	Meus colaboradores imaginam minha empresa presente no exterior no futuro
Seção 2	V90	2.7b	Ordinal	Não	A necessidade de novos mercados levaria minha

					empresa à internacionalização
Seção 3	V91	3.1	Nominal	Internacionalizadas	Utilizo financiamento?
Seção 3	V92	3.3	Nominal	Internacionalizadas	Utilizo financiamento voltado à exportação de produtos/serviços ou à outras formas de inserção internacional?
Seção 3	V93	3.5	Nominal	Internacionalizadas	Possuo investimento direto estrangeiro em minha empresa?
Seção 3	V94	3.6	Razão	Internacionalizadas	Montante aproximado de investimento direto estrangeiro em minha empresa (R\$)
Seção 3	V95	3.7	Nominal	Internacionalizadas	Utilizo recursos de terceiros para a participação em feiras/eventos internacionais?
Seção 3	V96	3.8	Nominal	Internacionalizadas	Qual a origem destes recursos? (SEBRAE)
Seção 3	V97	3.8	Nominal	Internacionalizadas	Qual a origem destes recursos? (APEX)
Seção 3	V98	3.8	Nominal	Internacionalizadas	Qual a origem destes recursos? (MDIC)
Seção 3	V99	3.8	Nominal	Internacionalizadas	Qual a origem destes recursos? (MCT)
Seção 3	V100	3.8	Nominal	Internacionalizadas	Qual a origem destes recursos? (Incubadora)
Seção 3	V101	3.8	Nominal	Internacionalizadas	Qual a origem destes recursos? (Outro)
Seção 3	V102	3.8a	Ordinal	Internacionalizadas	Utilizar financiamento contribui para a inserção internacional
Seção 3	V103	3.8a	Ordinal	Internacionalizadas	Financiamento voltado à exportação de produtos/serviços contribui para a inserção internacional
Seção 3	V104	3.8a	Ordinal	Internacionalizadas	Conheço formas de financiamento para exportação de meus produtos/serviços ou para outras formas de inserção internacional
Seção 3	V105	3.8a	Ordinal	Internacionalizadas	Utilizar fontes de financiamento para a inserção internacional fortalece minha empresa
Seção 3	V106	3.8a	Ordinal	Internacionalizadas	Contar com investimento estrangeiro direto contribui para a inserção internacional
Seção 3	V107	3.8a	Ordinal	Internacionalizadas	Conheço formas de atrair investimento direto estrangeiro
Seção 3	V108	3.8a	Ordinal	Internacionalizadas	Contar com investimento direto estrangeiro fortalece minha empresa
Seção 3	V109	3.8a	Ordinal	Internacionalizadas	Possuir auxílio para a participação em feiras/eventos internacionais contribui para a inserção internacional
Seção 3	V110	3.8a	Ordinal	Internacionalizadas	Apenas participaria de um evento/feira internacional se contasse com apoio
Seção 3	V111	3.8a	Ordinal	Internacionalizadas	Conheço formas de auxílio para a participação em feiras/eventos internacionais
Seção 3	V112	3.8a	Ordinal	Internacionalizadas	Participar de feiras/eventos internacionais fortalece minha empresa
Seção 3	V113	3.8b	Ordinal	Não	Utilizo financiamento privado
Seção 3	V114	3.8b	Ordinal	Não	Preciso de financiamento privado
Seção 3	V115	3.8b	Ordinal	Não	Utilizo fontes de financiamento público
Seção 3	V116	3.8b	Ordinal	Não	Preciso de fontes de financiamento público
Seção 3	V117	3.8b	Ordinal	Não	Minha empresa possui investimento direto estrangeiro
Seção 3	V118	3.8b	Ordinal	Não	Gostaria de contar com investimento estrangeiro
Seção 3	V119	3.8b	Ordinal	Não	Procuro participar de feiras/eventos
Seção 3	V120	3.8b	Ordinal	Não	Procuro participar de feiras/eventos internacionais
Seção 3	V121	3.8b	Ordinal	Não	Possuo auxílio para a participação de feiras/eventos
Seção 3	V122	3.8b	Ordinal	Não	Possuo auxílio para a participação de feiras/eventos internacionais
Seção 4	V123	4.1	Nominal	Internacionalizadas	Sua empresa implantou inovação de: (Produtos novos para a empresa)
Seção 4	V124	4.1	Nominal	Internacionalizadas	Sua empresa implantou inovação de: (Produtos novos para o mercado nacional)
Seção 4	V125	4.1	Nominal	Internacionalizadas	Sua empresa implantou inovação de: (Produtos novos para o mercado mundial)
Seção 4	V126	4.1	Nominal	Internacionalizadas	Sua empresa implantou inovação de: (Processos novos para a empresa)
Seção 4	V127	4.1	Nominal	Internacionalizadas	Sua empresa implantou inovação de: (Processos novos

					para o mercado nacional)
Seção 4	V128	4.1	Nominal	Internacionalizadas	Sua empresa implantou inovação de: (Processos novos para o mercado mundial)
Seção 4	V129	4.1	Nominal	Internacionalizadas	Sua empresa implantou inovação de: (Minha empresa não implantou produtos ou processos novos)
Seção 4	V130	4.2	Nominal	Internacionalizadas	Como classificaria sua empresa quanto à inovação?
Seção 4	V131	4.3	Nominal	Internacionalizadas	Quando se iniciou o processo de inovação? (antes da fundação da empresa)
Seção 4	V132	4.3	Nominal	Internacionalizadas	Quando se iniciou o processo de inovação? (na constituição da empresa)
Seção 4	V133	4.3	Nominal	Internacionalizadas	Quando se iniciou o processo de inovação? (após a fundação da empresa)
Seção 4	V134	4.4	Nominal	Internacionalizadas	Sua empresa transferiu tecnologia?
Seção 4	V135	4.5	Nominal	Internacionalizadas	A transferência de tecnologia deu-se para empresa/parceiro em outro país?
Seção 4	V136	4.6	Nominal	Internacionalizadas	Sua empresa utiliza tecnologia desenvolvida fora de sua empresa?
Seção 4	V137	4.7	Nominal	Internacionalizadas	Esta tecnologia é proveniente de outro país?
Seção 4	V138	4.7.1	Nominal	Internacionalizadas	De qual(is) país(es)?
Seção 4	V139	4.8	Nominal	Internacionalizadas	Em relação à solicitação de patentes, possui: (Patentes requeridas)
Seção 4	V140	4.8	Nominal	Internacionalizadas	Em relação à solicitação de patentes, possui: (Não possuo solicitações de patentes)
Seção 4	V141	4.8	Nominal	Internacionalizadas	Em relação à solicitação de patentes, possui: (Não possuo solicitações de patentes)
Seção 4	V142	4.9	Razão	Internacionalizadas	Quantas patentes solicitadas ou concedidas possui para os mercados abaixo? (Brasil)
Seção 4	V143	4.9	Razão	Internacionalizadas	Quantas patentes solicitadas ou concedidas possui para os mercados abaixo? (EUA)
Seção 4	V144	4.9	Razão	Internacionalizadas	Quantas patentes solicitadas ou concedidas possui para os mercados abaixo? (União Européia)
Seção 4	V145	4.9	Razão	Internacionalizadas	Quantas patentes solicitadas ou concedidas possui para os mercados abaixo? (Japão)
Seção 4	V146	4.9	Razão	Internacionalizadas	Quantas patentes solicitadas ou concedidas possui para os mercados abaixo? (Outros mercados)
Seção 4	V147	4.10	Nominal	Internacionalizadas	Em relação à outro método de proteção (registro de marcas, registro de programas de computador, registro de franquia empresarial, registro de desenho industrial), possui: (Método de proteção requerido)
Seção 4	V148	4.10	Nominal	Internacionalizadas	Em relação à outro método de proteção (registro de marcas, registro de programas de computador, registro de franquia empresarial, registro de desenho industrial), possui: (Método de proteção concedido)
Seção 4	V149	4.10	Nominal	Internacionalizadas	Em relação à outro método de proteção (registro de marcas, registro de programas de computador, registro de franquia empresarial, registro de desenho industrial), possui: (Não possuo solicitações de outros métodos de proteção)
Seção 4	V150	4.11	Razão	Internacionalizadas	Quais métodos de proteção (registro de marcas, registro de programas de computador, registro de franquia empresarial, registro de desenho industrial) possui para os mercados abaixo? (Brasil)
Seção 4	V151	4.11	Razão	Internacionalizadas	Quais métodos de proteção (registro de marcas, registro de programas de computador, registro de franquia empresarial, registro de desenho industrial) possui para os mercados abaixo? (EUA)
Seção 4	V152	4.11	Razão	Internacionalizadas	Quais métodos de proteção (registro de marcas, registro de programas de computador, registro de franquia empresarial, registro de desenho industrial) possui para os mercados abaixo? (União Européia)
Seção 4	V153	4.11	Razão	Internacionalizadas	Quais métodos de proteção (registro de marcas, registro de programas de computador, registro de franquia empresarial, registro de desenho industrial) possui para os mercados abaixo? (Japão)

Seção 4	V154	4.11	Razão	Internacionalizadas	Quais métodos de proteção (registro de marcas, registro de programas de computador, registro de franquia empresarial, registro de desenho industrial) possui para os mercados abaixo? (Outros mercados)
Seção 4	V155	4.12	Nominal	Internacionalizadas	Sua empresa possui parcerias?
Seção 4	V156	4.13	Nominal	Internacionalizadas	Sua empresa possui parcerias com universidades/centros de pesquisa?
Seção 4	V157	4.14	Nominal	Internacionalizadas	Sua empresa possui parcerias no exterior?
Seção 4	V158	4.15	Nominal	Internacionalizadas	Sua empresa possui parcerias com universidades/centros de pesquisa no exterior?
Seção 4	V159	4.13	Ordinal	Internacionalizadas	A inovação em produtos/processos contribui para a inserção internacional
Seção 4	V160	4.13	Ordinal	Internacionalizadas	A inovação em produtos/processos é necessária para a inserção internacional
Seção 4	V161	4.13	Ordinal	Internacionalizadas	Meus produtos são adequados ao mercado internacional
Seção 4	V162	4.13	Ordinal	Internacionalizadas	Meus produtos seguem normas internacionais
Seção 4	V163	4.13	Ordinal	Internacionalizadas	A transferência de tecnologia contribui para a inserção internacional
Seção 4	V164	4.13	Ordinal	Internacionalizadas	A transferência de tecnologia é necessária para a inserção internacional
Seção 4	V165	4.13	Ordinal	Internacionalizadas	Conheço formas de transferir tecnologia
Seção 4	V166	4.13	Ordinal	Internacionalizadas	Conheço formas de utilizar tecnologias desenvolvidas por terceiros
Seção 4	V167	4.13	Ordinal	Internacionalizadas	A proteção intelectual contribui para a inserção internacional
Seção 4	V168	4.13	Ordinal	Internacionalizadas	A proteção intelectual é necessária para a inserção internacional
Seção 4	V169	4.13	Ordinal	Internacionalizadas	Conheço os métodos de proteção intelectual
Seção 4	V170	4.13	Ordinal	Internacionalizadas	Possuir parcerias contribui para a inserção internacional
Seção 4	V171	4.13	Ordinal	Internacionalizadas	Possuir parcerias é necessário para a inserção internacional
Seção 4	V172	4.13	Ordinal	Internacionalizadas	Conheço formas de estabelecer parcerias
Seção 4	V173	4.1b	Nominal	Não	Sua empresa implantou inovação de: (Produtos novos para a empresa)
Seção 4	V174	4.1b	Nominal	Não	Sua empresa implantou inovação de: (Produtos novos para o mercado nacional)
Seção 4	V175	4.1b	Nominal	Não	Sua empresa implantou inovação de: (Produtos novos para o mercado mundial)
Seção 4	V176	4.1b	Nominal	Não	Sua empresa implantou inovação de: (Processos novos para a empresa)
Seção 4	V177	4.1b	Nominal	Não	Sua empresa implantou inovação de: (Processos novos para o mercado nacional)
Seção 4	V178	4.1b	Nominal	Não	Sua empresa implantou inovação de: (Processos novos para o mercado mundial)
Seção 4	V179	4.1b	Nominal	Não	Sua empresa implantou inovação de: (Minha empresa não implantou produtos ou processos novos)
Seção 4	V180	4.14b	Ordinal	Não	Minha empresa é inovadora
Seção 4	V181	4.14b	Ordinal	Não	Minha empresa é especializada em produto ou processo padronizado
Seção 4	V182	4.14b	Ordinal	Não	Minha empresa não possui diferenciação de produtos ou processos
Seção 4	V183	4.14b	Ordinal	Não	Minha empresa inova desde sua fundação
Seção 4	V184	4.14b	Ordinal	Não	Minha empresa inova desde antes de sua fundação
Seção 4	V185	4.14b	Ordinal	Não	Minha empresa transferiu tecnologia
Seção 4	V186	4.14b	Ordinal	Não	Minha empresa utiliza tecnologia desenvolvida por terceiros
Seção 4	V187	4.14b	Ordinal	Não	Minha empresa transferiu tecnologia para o exterior
Seção 4	V188	4.14b	Ordinal	Não	Minha empresa utiliza tecnologia desenvolvida no exterior
Seção 4	V189	4.14b	Ordinal	Não	Penso em transferir tecnologia

Seção 4	V190	4.14b	Ordinal	Não	Penso em utilizar tecnologia desenvolvida por terceiros
Seção 4	V191	4.14b	Ordinal	Não	Minha empresa possui patentes
Seção 4	V192	4.14b	Ordinal	Não	Minha empresa tem patentes em desenvolvimento/aprovação
Seção 4	V193	4.14b	Ordinal	Não	As patentes de minha empresa foram obtidas no Brasil e em outros países
Seção 4	V194	4.14b	Ordinal	Não	Minha empresa possui proteção (registro) no INPI
Seção 4	V195	4.14b	Ordinal	Não	Minha empresa possui proteção (registro) fora do país
Seção 4	V196	4.14b	Ordinal	Não	Conheço os procedimentos para dar entrada em processos de proteção industrial e patentes
Seção 4	V197	4.14b	Ordinal	Não	Possuo parcerias para o desenvolvimento de meus produtos/serviços
Seção 4	V198	4.14b	Ordinal	Não	Preciso desenvolver parcerias para o desenvolvimento de meus produtos/serviços
Seção 4	V199	4.14b	Ordinal	Não	Possuo parcerias internacionais para o desenvolvimento de meus produtos/serviços
Seção 4	V200	4.14b	Ordinal	Não	Preciso desenvolver parcerias internacionais para o desenvolvimento de meus produtos/serviços
Seção 5	V201	5.1	Nominal	Geral	Empresa
Seção 5	V202	5.2	Nominal	Geral	E-mail

APÊNDICE C – Relação de Incubadoras e Empresas do Estado de São Paulo objetos de estudo

INCUBADORA	EMPRESA
1 INTEC-MOGI	Atelie Especiarias
2 INTEC-MOGI	Bartos Automação Industrial
3 INTEC-MOGI	Conserv
4 INTEC-MOGI	DNA Performance
5 INTEC-MOGI	Exa-M
6 INTEC-MOGI	Hydropremier
7 INTEC-MOGI	Infomark
8 INTEC-MOGI	ITSPRO
9 INTEC-MOGI	RCM Medical
10 INTEC-MOGI	SEPIA
11 INTEC-MOGI	Tríade
12 INTEC-MOGI	Dimape
13 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	Acquest
14 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	Branqs
15 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	Digi Training
16 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	Engenho Criativo
17 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	ICS
18 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	Tuiluxo
19 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	Natcomp
20 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	Infostats
21 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	Cotatudo
22 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	Sistema 5
23 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	VQV Brasil
24 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	Inteligência Ambiental
25 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	Walkmed
26 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	KBRTec
27 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	IT&D
28 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	Enterdata
29 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	Make
30 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	Meta
31 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	Santos Telecom
32 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	Powder Mix
33 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	UBITEC
34 Núcleo de Desenvolvimento Empresarial de Santos	MBM Systems
35 Incubadora de Empresas de Bebedouro	The Wave TIC
36 Incubadora de Empresas de Bebedouro	LimeWeb
37 Incubadora de Empresas de Bebedouro	Sipvox
38 Incubadora de Empresas de Bebedouro	NETI
39 Incubadora Tecnológica de Botucatu	BIOATIVA - Pesquisas e Compostos Bioativos
40 Incubadora Tecnológica de Botucatu	BMA
41 Incubadora Tecnológica de Botucatu	BR4SCIENCE

42 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 43 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 44 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 45 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 46 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 47 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 48 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 49 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 50 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 51 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 52 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 53 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 54 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 55 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 56 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 57 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 58 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 59 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 60 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 61 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 62 Incubadora Tecnológica de Botucatu
 63 CIETEC
 64 CIETEC
 65 CIETEC
 66 CIETEC
 67 CIETEC
 68 CIETEC
 69 CIETEC
 70 CIETEC
 71 CIETEC
 72 CIETEC
 73 CIETEC
 74 CIETEC
 75 CIETEC
 76 CIETEC
 77 CIETEC
 78 CIETEC
 79 CIETEC
 80 CIETEC
 81 CIETEC
 82 CIETEC
 83 CIETEC
 84 CIETEC
 85 CIETEC
 86 CIETEC
 87 CIETEC

CUESTA Aquicultura
 DSS - Empresa de Avaliação Ambientais
 ECOBIOTECH
 EKOPORÃ – Florestas Ltda.
 FARMAGNOSE
 GENOTYPING - Biotecnologia
 Hidrológica
 LJR – Gerenciamento Ambiental
 META AMBIENTE
 MIRÍADE
 MultiGene -
 PRIME EMBRYO
 QualiCert – Gerenciamento Ambiental
 Realize - Consultoria Agropecuária
 SGA - Gestão Pecuária
 SIVICONTROL
 TechField
 VetDNA
 AEQUALIS
 Estação13 - Profissionais de Ti
 GNOSIS
 123 Site
 Adtmobile
 Agroffício
 Analytics
 AOKA
 ATIVA
 ATP Tecnologia e Produtos S/A
 AZTEK
 Berian
 Berrocal & Associados
 BHS - Brasil Health Service
 Bioactive
 Bonavision
 BYMK
 C. Rogerio – Mikrobiologika EPP.
 C.Regina
 Care-Electric
 CEMSA
 Certsys
 Cetre
 CHEM4U
 Choate Carbon
 CIALLYX
 Comaltech
 D.Buim

88	CIETEC	Dankia
89	CIETEC	E – Comprando
90	CIETEC	E.Lucas
91	CIETEC	ECCAPLAN
92	CIETEC	Ecomedical
93	CIETEC	Enlil
94	CIETEC	ETECH
95	CIETEC	ExcelChip
96	CIETEC	FAIRPLACE
97	CIETEC	Fleximedical
98	CIETEC	FMF
99	CIETEC	Freire e Zaini
100	CIETEC	Grinover
101	CIETEC	HGS
102	CIETEC	Hirata & Leifert Tecnologia Ltda-ME
103	CIETEC	HPC - High Performance Consulting
104	CIETEC	IC-BR
105	CIETEC	Integral Media
106	CIETEC	Inteligentech – Tecnologia da Informação
107	CIETEC	Interdidactic
108	CIETEC	José Helio
109	CIETEC	KMA2
110	CIETEC	Kompass
111	CIETEC	L M Laboratórios
112	CIETEC	Laboratório Panizza
113	CIETEC	LAS Químicos
114	CIETEC	Líbera
115	CIETEC	Lincolntech
116	CIETEC	Luminar
117	CIETEC	Lumintech
118	CIETEC	Mauricio Tanisaki
119	CIETEC	Medgene
120	CIETEC	Metasynesis
121	CIETEC	Modclima Pesquisa e Desenvolvimento Ltda.
122	CIETEC	Mowa
123	CIETEC	MProjects
124	CIETEC	MS Soluções
125	CIETEC	Net Cockpit
126	CIETEC	Novareciclagem
127	CIETEC	Novo Mel
128	CIETEC	ON DEQUANDO.COM
129	CIETEC	Ondinas
130	CIETEC	Op2B
131	CIETEC	OTIMED
132	CIETEC	Overmedia
133	CIETEC	PELKOR

134	CIETEC	QINova
135	CIETEC	RMS Laboratório
136	CIETEC	Scitech
137	CIETEC	SIMA
138	CIETEC	Sintesoftware
139	CIETEC	SJR P&D
140	CIETEC	SOLLIS
141	CIETEC	Tamoios
142	CIETEC	TDB
143	CIETEC	Testmat
144	CIETEC	The Link
145	CIETEC	Tridskin
146	CIETEC	V. Company do Brasil
147	CIETEC	VENBION
148	CIETEC	Visionaltech
149	CIETEC	Vitex
150	CIETEC	W.Luizetto
151	CIETEC	XMOBOTS
152	CIETEC	Yago Lascane
153	CEDIN - São Carlos	ALG brasil
154	CEDIN - São Carlos	ASR Labs
155	CEDIN - São Carlos	Biotech
156	CEDIN - São Carlos	Capi Regina's
157	CEDIN - São Carlos	Damázio & Bernardelli Químicos
158	CEDIN - São Carlos	Direct Light
159	CEDIN - São Carlos	Elux Eletro
160	CEDIN - São Carlos	Face filtros
161	CEDIN - São Carlos	Hidrolisis
162	CEDIN - São Carlos	Imax Games
163	CEDIN - São Carlos	Instrueng
164	CEDIN - São Carlos	Intecmat
165	CEDIN - São Carlos	Intellegentia
166	CEDIN - São Carlos	Itera
167	CEDIN - São Carlos	Linkway
168	CEDIN - São Carlos	Lupetec
169	CEDIN - São Carlos	Mhnano
170	CEDIN - São Carlos	N3E
171	CEDIN - São Carlos	Pentagro
172	CEDIN - São Carlos	Polycarbon
173	CEDIN - São Carlos	Quantum – Biotecnologia
174	CEDIN - São Carlos	Sencer
175	CINET - ParqTec - São Carlos	Accure
176	CINET - ParqTec - São Carlos	Accert
177	CINET - ParqTec - São Carlos	Aliança Orgânica
178	CINET - ParqTec - São Carlos	Alvnet
179	CINET - ParqTec - São Carlos	Cientistas Associados

180	CINET - ParqTec - São Carlos	Editora Riane
181	CINET - ParqTec - São Carlos	Natureza Ativa
182	CINET - ParqTec - São Carlos	Nexmed
183	CINET - ParqTec - São Carlos	Nanox
184	CINET - ParqTec - São Carlos	Vitrovita
185	CINET - ParqTec - São Carlos	WaveTec
186	SOFTNET - ParqTec - São Carlos	ENJOY
187	SOFTNET - ParqTec - São Carlos	GUARDIAN
188	SOFTNET - ParqTec - São Carlos	SENSOFT
189	SOFTNET - ParqTec - São Carlos	YU LIREN
190	INNOVA Incubadora Tecnológica de Santo André	Wavekey
191	INNOVA Incubadora Tecnológica de Santo André	Veramiti
192	INNOVA Incubadora Tecnológica de Santo André	Netz
193	INNOVA Incubadora Tecnológica de Santo André	Easylux
194	INNOVA Incubadora Tecnológica de Santo André	Core
195	INNOVA Incubadora Tecnológica de Santo André	Organobras
196	INNOVA Incubadora Tecnológica de Santo André	Seiva Brasilis
197	Centro Incubador de Empresas de Marília - CIEM	Recicla
198	Centro Incubador de Empresas de Marília - CIEM	SeteQuatro
199	Centro Incubador de Empresas de Marília - CIEM	DSIN
200	Centro Incubador de Empresas de Marília - CIEM	JPTrends
201	Centro Incubador de Empresas de Marília - CIEM	PALG
202	Centro Incubador de Empresas de Marília - CIEM	Rogiori
203	Centro Incubador de Empresas de Marília - CIEM	SPQuality
204	Centro Incubador de Empresas de Marília - CIEM	Tray
205	IMESP - Incubadora Municipal de Santana de Parnaíba	AFS
206	IMESP - Incubadora Municipal de Santana de Parnaíba	Family Design
207	IMESP - Incubadora Municipal de Santana de Parnaíba	KNG
208	IMESP - Incubadora Municipal de Santana de Parnaíba	Luxmart
209	IMESP - Incubadora Municipal de Santana de Parnaíba	Multi Serv
210	IMESP - Incubadora Municipal de Santana de Parnaíba	Pro-desing System
211	IMESP - Incubadora Municipal de Santana de Parnaíba	USI HOFFMAN
212	ESALQTEC	Chimtec Biodiesel
213	ESALQTEC	Chácara Catavento
214	ESALQTEC	AgroSafety
215	ESALQTEC	Notox
216	ESALQTEC	DeltaCO2
217	ESALQTEC	Promip
218	ESALQTEC	AgroPrecisa
219	ESALQTEC	Scan
220	ESALQTEC	Banco de Prenhez
221	SUPERA	Bioted
222	SUPERA	Ceramis
223	SUPERA	CG Brasil
224	SUPERA	CPDP
225	SUPERA	Dfiori

226	SUPERA	Essentii
227	SUPERA	Farmacore
228	SUPERA	FigLabs
229	SUPERA	Innolution
230	SUPERA	Invent
231	SUPERA	Labtools
232	SUPERA	Lychnoflora
233	SUPERA	Narcissus
234	SUPERA	ProBio
235	SUPERA	TZ Epigentech
236	SUPERA	Verdartis
237	SUPERA	Veritas
238	SUPERA	Viológica
239	CIERIOPRETO	Anny
240	CIERIOPRETO	CCS Technology
241	CIERIOPRETO	Dnapta – Biotecnologia
242	CIERIOPRETO	Ecolumens
243	CIERIOPRETO	Embrati - Soluções em T.I.
244	CIERIOPRETO	Ergo & Cia
245	CIERIOPRETO	Octeto
246	Incubadora Jacareí	PSEN
247	Incubadora Jacareí	PlayMack
248	Incubadora Jacareí	SUNNOVA
249	Incubadora Jacareí	SOLLETEC
250	Incubadora Jacareí	EUROTEC
251	Incubadora Jacareí	FITHO THERM
252	Incubadora Jacareí	TPS
253	Incubadora Jacareí	Infomam Informática
254	INCUBAERO	Acrux Aerospace Technologies
255	INCUBAERO	GR Engenharia Eletrônica
256	INCUBAERO	Gyrofly Innovations
257	INCUBAERO	JJJ Air Software
258	INCUBAERO	Konatus Sistemas Inteligentes
259	INCUBAERO	NCB Sistemas Embarcados
260	INCUBAERO	Perimetro Security
261	INCUBAERO	TBX Motores Aeronáuticos
262	INCUBAERO	ZoomGeo Consultoria
263	INCUBAERO	3D Composites Technology
264	Incubadora Tecnológica UNIVAP	AIRMOD Consulting
265	Incubadora Tecnológica UNIVAP	AP INOVAÇÃO em Arquitetura
266	Incubadora Tecnológica UNIVAP	AQUAVAP - Aquacultura Vale do Paraíba
267	Incubadora Tecnológica UNIVAP	EMPRESAS VALE
268	Incubadora Tecnológica UNIVAP	EVEC
269	Incubadora Tecnológica UNIVAP	GEN SYSTEMS
270	Incubadora Tecnológica UNIVAP	GEO PIXEL
271	Incubadora Tecnológica UNIVAP	MIPTECH Automação Industrial

272	Incubadora Tecnológica UNIVAP	P2D - PATIENT TO DOCTOR
273	Incubadora Tecnológica UNIVAP	PHM
274	Incubadora Tecnológica UNIVAP	PIARAM - Produtos Nanotecnológicos
275	Incubadora Tecnológica UNIVAP	SER APIS
276	Incubadora Tecnológica UNIVAP	ZILICS VALE
277	Incubadora Tecnológica REVAP - PETROBRÁS	Auli Tecnologia
278	Incubadora Tecnológica REVAP - PETROBRÁS	Automalógica
279	Incubadora Tecnológica REVAP - PETROBRÁS	Canoas Eólica
280	Incubadora Tecnológica REVAP - PETROBRÁS	CoTec Tintas Serigráficas
281	Incubadora Tecnológica REVAP - PETROBRÁS	Floresta Brasil
282	Incubadora Tecnológica REVAP - PETROBRÁS	Kraüss Aeronáutica
283	Incubadora Tecnológica REVAP - PETROBRÁS	Megaplasma
284	Incubadora Tecnológica REVAP - PETROBRÁS	Multivácuo
285	Incubadora Tecnológica REVAP - PETROBRÁS	Polaris Engenharia
286	Incubadora Tecnológica REVAP - PETROBRÁS	Pultrutech
287	Incubadora Tecnológica REVAP - PETROBRÁS	Saturno
288	Incubadora Tecnológica REVAP - PETROBRÁS	Turbomachining
289	Incubadora Tecnológica REVAP - PETROBRÁS	Turbotronic - Equipamentos Eletromecânicos
290	Incubadora Tecnológica REVAP - PETROBRÁS	Vortex - Equipamentos Eletromecânicos
291	INCUBADORA DE EMPRESAS CECOMPI	BRASCOPTER
292	INCUBADORA DE EMPRESAS CECOMPI	CST – BIOTECNOLOGIA
293	INCUBADORA DE EMPRESAS CECOMPI	DELTA LIFE
294	INCUBADORA DE EMPRESAS CECOMPI	DUMONT
295	INCUBADORA DE EMPRESAS CECOMPI	NOXT TECNOLOGIA
296	INCUBADORA DE EMPRESAS CECOMPI	RASTREAL
297	INCUBADORA DE EMPRESAS CECOMPI	TIRANTE A - ADVENTURE INSTRUMENTS
298	INCUBADORA DE EMPRESAS CECOMPI	TUTUS
299	INTES - Incubadora	Abutua Tecnologia
300	INTES - Incubadora	FazSoft Engenharia de Software Ltda.
301	INTES - Incubadora	Dandelion
302	INTES - Incubadora	Jackie-O
303	INTES - Incubadora	Soroplasma
304	INTES - Incubadora	Protolab
305	INTES - Incubadora	Triunfo Ferramentaria - Ltda. ME
306	INTES - Incubadora	NGE
307	INTES - Incubadora	Pentagonal Ecowood
308	NADE - CIATEC	BR-Labs
309	NADE - CIATEC	Comfort House
310	NADE - CIATEC	Fractal Intelligence
311	NADE - CIATEC	Gentros
312	NADE - CIATEC	Greateye
313	NADE - CIATEC	Ibiguarim
314	NADE - CIATEC	Mapeus Ecologia Pneus
315	NADE - CIATEC	Pinuts
316	NADE - CIATEC	Projectum Água

317	NADE - CIATEC	Pronergy
318	NADE - CIATEC	R4F
319	NADE - CIATEC	Tezca
320	NADE - CIATEC	Top Hint Solutions - Consult. Tec. e Finanças
321	NADE - CIATEC	Vulcanet
322	INCAMP	DPR Engenharia
323	INCAMP	Immunocamp
324	INCAMP	Infinity Automação
325	INCAMP	IntegrSec
326	INCAMP	Meta material
327	INCAMP	Phacton Tecnologia
328	INCAMP	Rheabitech
329	INCAMP	Sdamed
330	INCAMP	Taggen
331	INCAMP	Veridis
332	Incubadora Softex de Campinas	Avaliativa
333	Incubadora Softex de Campinas	Decisus
334	Incubadora Softex de Campinas	ENGSYS
335	Incubadora Softex de Campinas	Flextom
336	Incubadora Softex de Campinas	I-Systems
337	Incubadora Softex de Campinas	Kinapsys
338	Incubadora Softex de Campinas	Macropower
339	Incubadora Softex de Campinas	MobWise
340	Incubadora Softex de Campinas	Odysci
341	Incubadora Softex de Campinas	Sofist
342	Incubadora Softex de Campinas	Ujima
343	Incubadora Softex de Campinas	Valemobi
344	Incubadora Agende Guarulhos	12 AM
345	Incubadora Agende Guarulhos	B2 Mídia
346	Incubadora Agende Guarulhos	Carpigiani Design
347	Incubadora Agende Guarulhos	Condopratic
348	Incubadora Agende Guarulhos	Davos
349	Incubadora Agende Guarulhos	Droit
350	Incubadora Agende Guarulhos	Eco Soluções
351	Incubadora Agende Guarulhos	Fabricando Web
352	Incubadora Agende Guarulhos	Fênix Grill
353	Incubadora Agende Guarulhos	Friotec
354	Incubadora Agende Guarulhos	Green Light
355	Incubadora Agende Guarulhos	Homtronik
356	Incubadora Agende Guarulhos	Inovatec
357	Incubadora Agende Guarulhos	Invect
358	Incubadora Agende Guarulhos	KVN
359	Incubadora Agende Guarulhos	Lancellete Ltda
360	Incubadora Agende Guarulhos	Lemonblue Internet
361	Incubadora Agende Guarulhos	Marton Componentes
362	Incubadora Agende Guarulhos	Nexo Tecnologia

363	Incubadora Agende Guarulhos	Oltek
364	Incubadora Agende Guarulhos	Planet Connection
365	Incubadora Agende Guarulhos	Procate
366	Incubadora Agende Guarulhos	Quinoa Orgânica
367	Incubadora Agende Guarulhos	RF Tecnologia
368	Incubadora Agende Guarulhos	Siciliano Balanças
369	Incubadora Agende Guarulhos	Sorrilha Technology
370	Incubadora Agende Guarulhos	Supereficiente!
371	Incubadora Agende Guarulhos	Tectiva
372	Incubadora Agende Guarulhos	Tibra Informática
373	Incubadora Agende Guarulhos	Versátil
374	Incubadora Agende Guarulhos	Vigia.com