



REMIT
Research on Economics,
Management and Information Technologies



IECPBI
Interactive Ecosystem for Portuguese
Business Internationalization

Os fatores potenciadores da estratégia de internacionalização e o desempenho internacional das empresas portuguesas

Natércia Durão¹, Carla Santos Pereira^{1,2}, Carla Azevedo Lobo³

¹Universidade Portucalense; REMIT- Research on Economics, Management and Information Technologies; IJP- Instituto Jurídico Portucalense, Porto, Portugal; ²CEMAT-Instituto Superior Técnico de Lisboa, Lisboa, Portugal

³Universidade Portucalense; REMIT- Research on Economics, Management and Information Technologies; IJP- Instituto Jurídico Portucalense, Porto, Portugal; GOVCOPP, Aveiro, Portugal

natercia@upt.pt

carlasantos@upt.pt

cadsa@upt.pt

A remoção progressiva das barreiras ao comércio internacional abriu portas e criou oportunidades tanto para as grandes como para as pequenas empresas, não se restringindo apenas às empresas mais ousadas ou às especialmente vocacionadas para atividades externas.

As modalidades de internacionalização também deixaram de ser apenas a tradicional exportação para um cliente distante ou a abertura de uma filial no exterior, para passarem a incorporar as mais variadas formas de internacionalização, desde o comércio intraempresa, investimentos cruzados entre empresas de diversos países e sobretudo variados tipos de acordos de cooperação em que participam empresas de diversas dimensões, empresas financeiras, governos, instituições supranacionais, entre outras. Pode acontecer, inclusive, que a internacionalização por parte de certa empresa se inicie não pela exportação de bens ou serviços, mas logo pela criação de uma unidade produtiva no exterior ou que simplesmente nasça já global, as chamadas *born globals*.

A justificar algumas destas mudanças ocorridas nas últimas décadas estiveram algumas alterações que têm repercussões nas estratégias de internacionalização das empresas: o protagonismo adquirido pelas empresas de pequena e média dimensão que, através de métodos muito diversos, estendem a sua atividade além-fronteiras, mostrando que a atividade externa não é um exclusivo das grandes multinacionais; toda a evolução das tecnologias de informação e comunicação exerceu também um efeito muito positivo nesta nova era da internacionalização.

Para as empresas portuguesas tornou-se obviamente imperativo entrar no mercado global, não só numa ótica de sobrevivência, mas como parte da sua estratégia de crescimento pois, face à globalização económica, a internacionalização verificou-se uma das estratégias mais importantes para as empresas que pretendessem potenciar o seu crescimento.

Estas mudanças, bem como o seu impacto nas estratégias de internacionalização das empresas, nomeadamente das Pequenas e Médias Empresas (PME), justificam a necessidade de estudar o tema da internacionalização empresarial e dos desafios que os empresários encontram no processo de entrada em novos mercados.

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional



REMIT
Research on Economics,
Management and Information Technologies



IEcPBI
Interactive Ecosystem for Portuguese
Business Internationalization

Todas estas manifestações de internacionalização permitem-nos perceber os desafios que as empresas têm de enfrentar para desenvolverem uma abordagem inovadora em termos de recursos, competências e capacidades empresariais. A forma como estes fatores são organizados e dirigidos depende do papel desempenhado pelo empresário dentro da empresa. Por outras palavras, o papel do empresário pode definir a capacidade da empresa adquirir e operacionalizar os seus recursos, sendo capaz de criar e aproveitar oportunidades no mercado externo e assim influenciar o desempenho do negócio, especialmente do negócio internacional.

É nesta abordagem que pretendemos assentar o nosso estudo, tentando perceber as relações que se estabelecem entre os fatores potenciadores da internacionalização empresarial (experiência internacional, competências específicas dos colaboradores, entre outros) e o desempenho da empresa além-fronteiras.

Para analisarmos a existência de uma possível associação entre o desempenho do negócio internacional e os fatores que atuam, na perspetiva do empreendedor, como potenciadores da estratégia de internacionalização, realizamos um questionário *online* a empresas portuguesas internacionalizadas e obtivemos 311 respostas válidas.

As análises estatísticas foram realizadas usando o IBM SPSS v. 24 e dada a natureza das questões presentes no questionário recorremos a métodos de análise de dados multivariados apropriadas ao tratamento de variáveis qualitativas (em escala de medida ordinal e nominal) e que permitem a abordagem simultânea de múltiplos indicadores (fatores potenciadores).

Palavras-chave: Internacionalização; Fatores potenciadores; Análise multivariada; Dados qualitativos

Agradecimentos:

Este trabalho é financiado pelo FEDER no âmbito do programa COMPETE 2020 e por fundos nacionais - PORTUGAL 2020. Projeto IEcPBI – Ecosystema Interativo para a Internacionalização das Empresas Portuguesas - POCI-01-0145-FEDER-032139

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional