

PERFIS DOS AMBIENTES DE INOVAÇÃO E SEUS EMPREENDIMENTOS

1. INTRODUÇÃO

CONSIDERAÇÕES SOBRE A PESQUISA



CONTEXTO: Anprotec e Apex buscam compreender o estágio de internacionalização dos ambientes de inovação, mecanismos e empreendimentos brasileiros e embasar/direcionar políticas públicas de incentivo à internacionalização

O ESTUDO: Condução da Fundação Vanzolini - Revisão Bibliográfica e proposta metodológica

Coleta de dados: Ago a Out 2020

Contrato: 20 parques tecnológicos, 40 mecanismos, 100 empresas

Amostra: 27 parques tecnológicos, 41 mecanismos e 109 empresas

PRINCIPAIS RESULTADOS

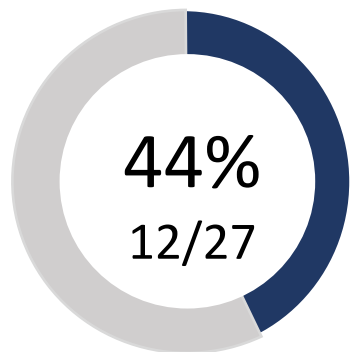
TÓPICOS



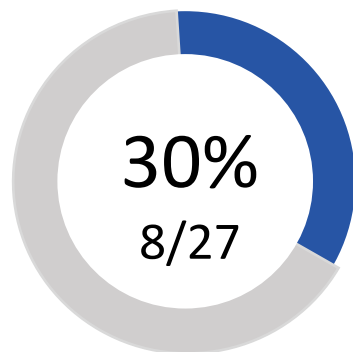
1. Introdução
2. Perfis dos Ambientes de Inovação e dos Empreendimentos
3. Oferecimento e Percepção sobre Internacionalização
4. Empresas e a Internacionalização
5. Jornada da Internacionalização

2. PERFIS DOS AMBIENTES DE INOVAÇÃO E DOS EMPREENDIMENTOS

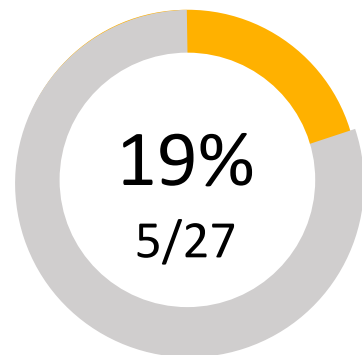
PERFIL DOS PARQUES LOCALIZAÇÃO



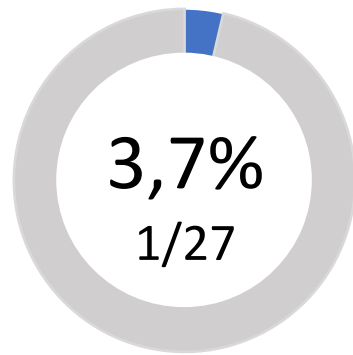
SUL



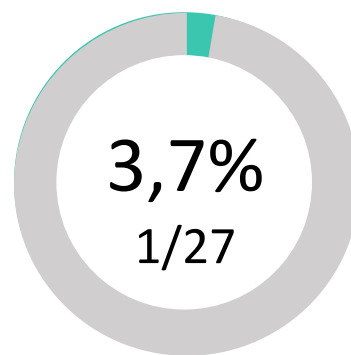
SUDESTE



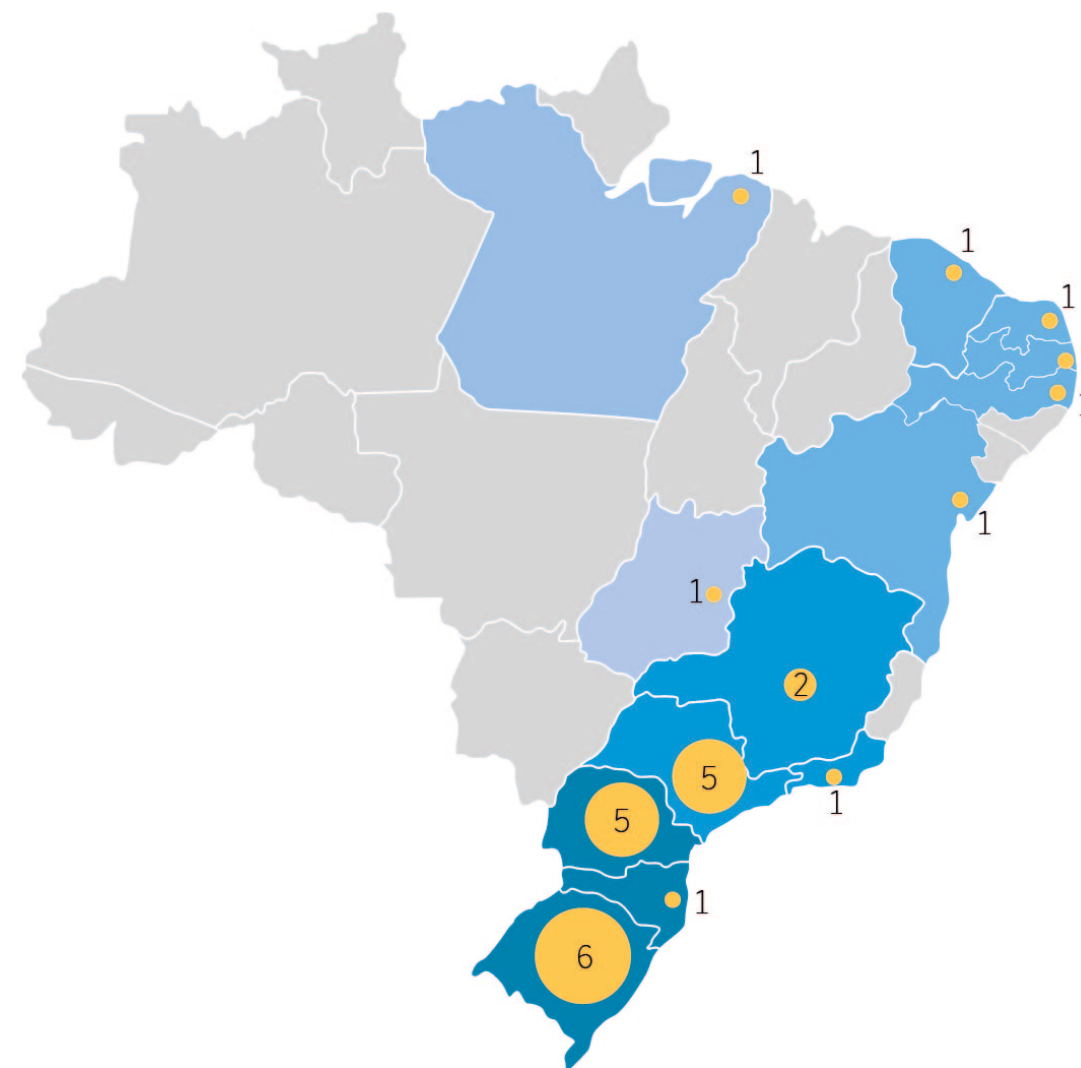
NORDESTE



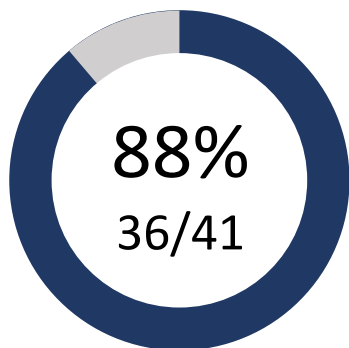
CENTRO-OESTE



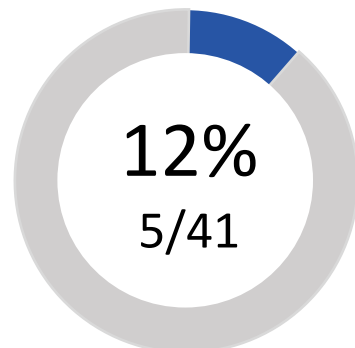
NORTE



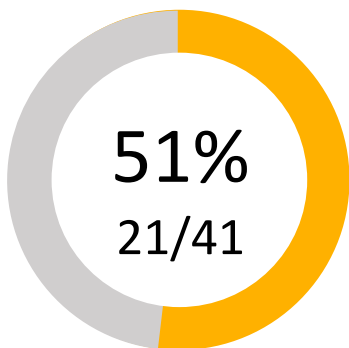
PERFIL DOS MECANISMOS TIPO E LOCALIZAÇÃO



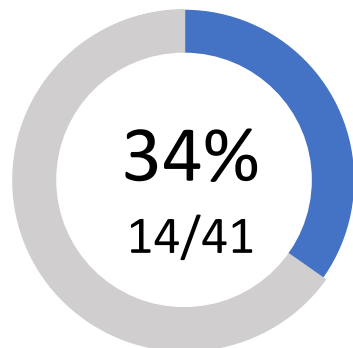
INCUBADORAS



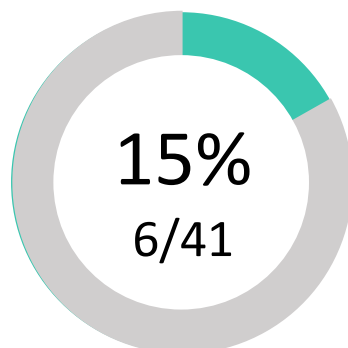
ACELERADORAS



SUL



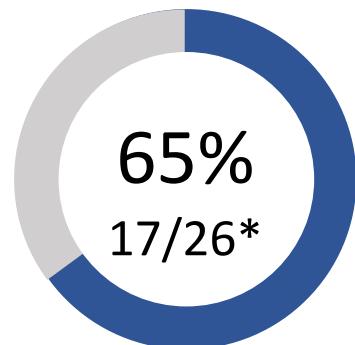
SUDESTE



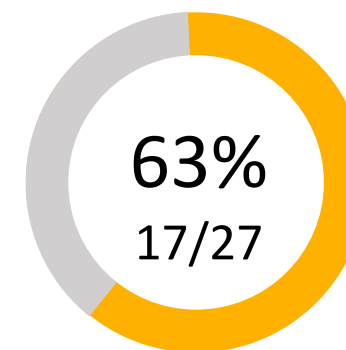
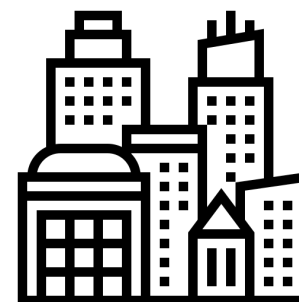
NORDESTE



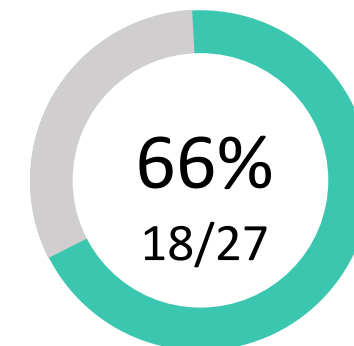
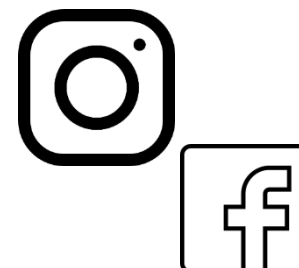
PERFIL DOS PARQUES LOCALIZAÇÃO



ATÉ 30KM
DE AEROPORTO
INTERNACIONAL



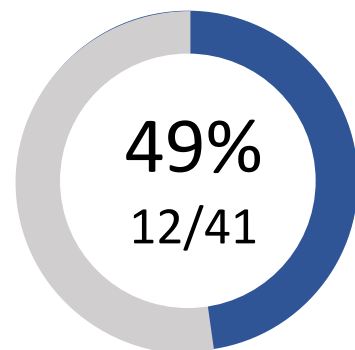
REGIÃO
METROPOLITANA DE
UF



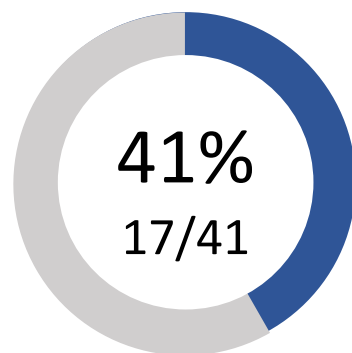
PRESENÇA ONLINE INSTAGRAM
(FACEBOOK – 62% OU 17/27)

**Número de Parques que responderam a pergunta*

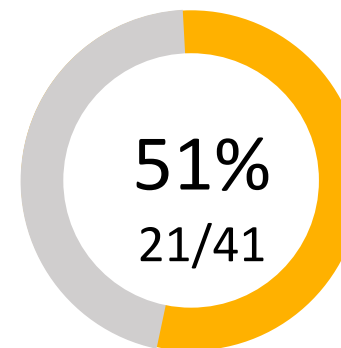
PERFIL DOS MECANISMOS LOCALIZAÇÃO



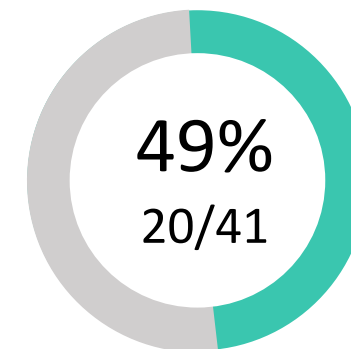
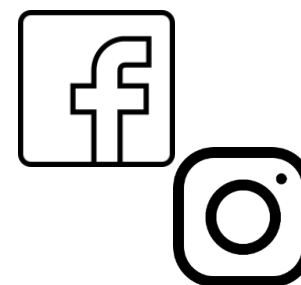
ATÉ 50KM



> 100KM

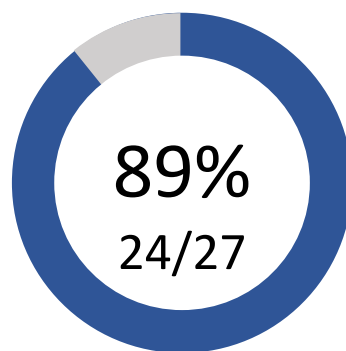
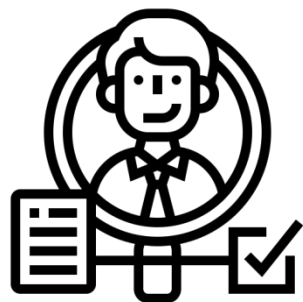


OUTROS CENTROS
URBANOS

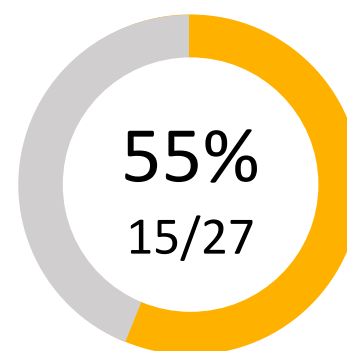


PRESENÇA ONLINE FACEBOOK
(INSTAGRAM – 44% OU 18/41)

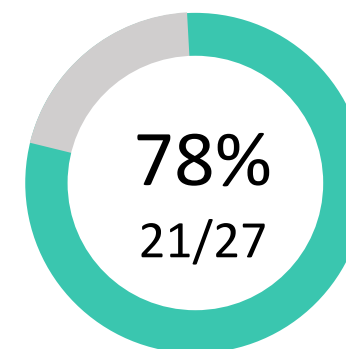
PERFIL DOS PARQUES PERFIL DO RESPONDENTE



DIRETOR(A), SÓCIO(A)
OU GESTOR(A)

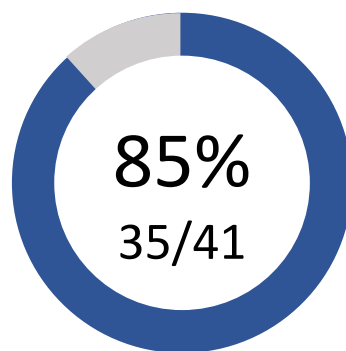
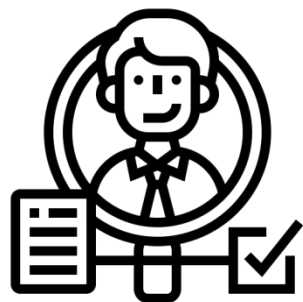


PÓS-GRADUADO(A)

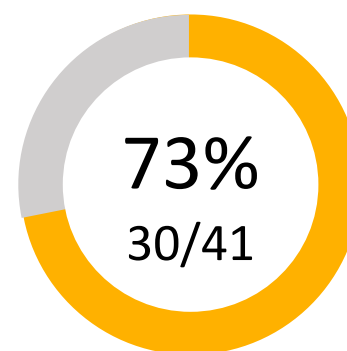


≤ 10 ANOS DE EXP. EM
GESTÃO DE
AMBIENTES DE
INOVAÇÃO

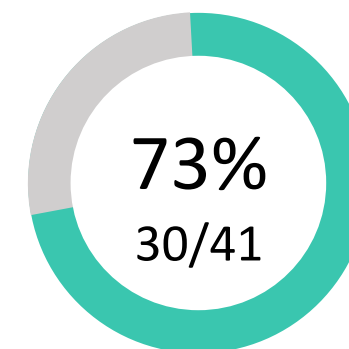
PERFIL DOS MECANISMOS PERFIL DO RESPONDENTE



DIRETOR(A), SÓCIO(A)
OU GESTOR(A)



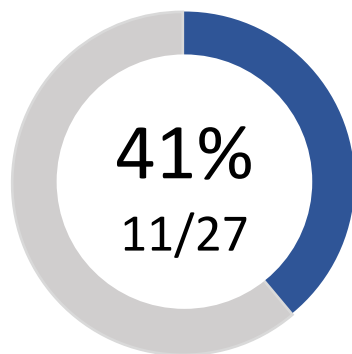
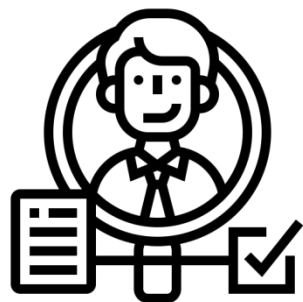
SUPERIOR COMPLETO



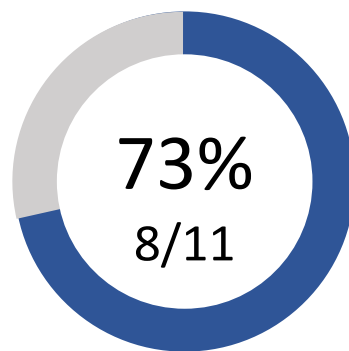
≤ 10 ANOS DE EXP. EM
GESTÃO DE
AMBIENTES DE
INOVAÇÃO

PERFIL DOS PARQUES

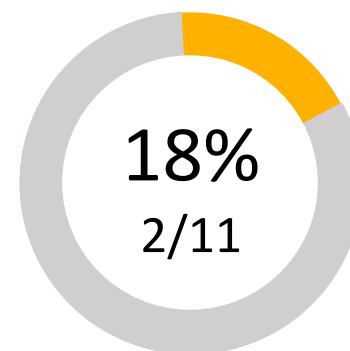
PERFIL DO RESPONDENTE



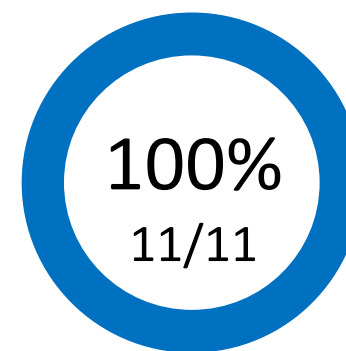
EXPERIÊNCIA
INTERNACIONAL



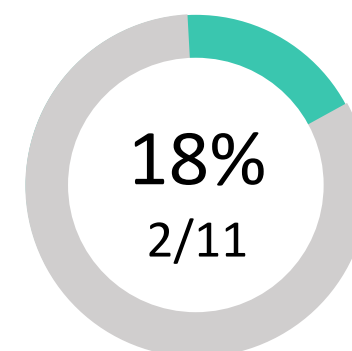
≤ ATÉ 10 ANOS
EXPERIÊNCIA
INTERNACIONAL



EUA/CANADÁ

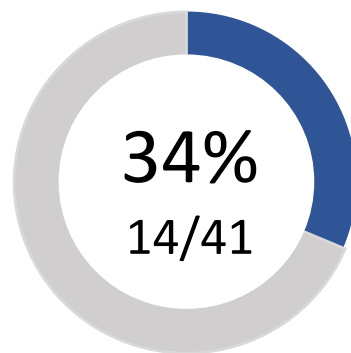
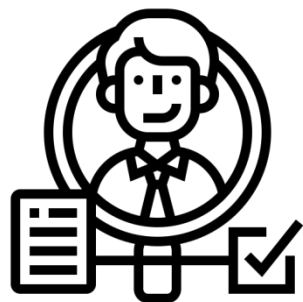


EUROPA

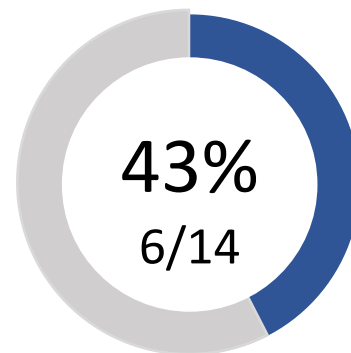


AMÉRICA LATINA

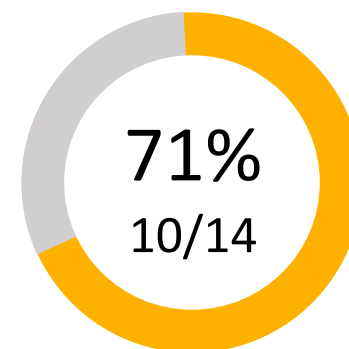
PERFIL DOS MECANISMOS PERFIL DO RESPONDENTE



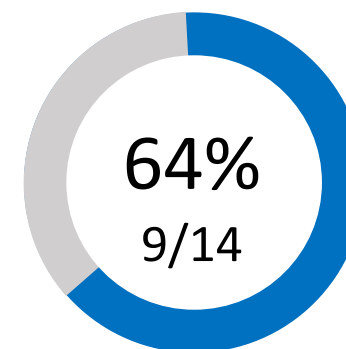
EXPERIÊNCIA
INTERNACIONAL



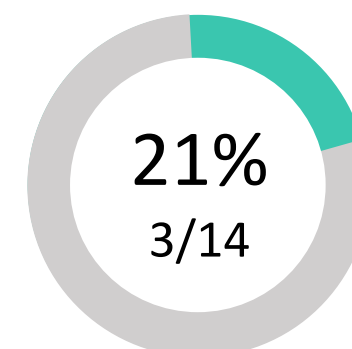
≤ ATÉ 5 ANOS
EXPERIÊNCIA
INTERNACIONAL



EUA/CANADÁ

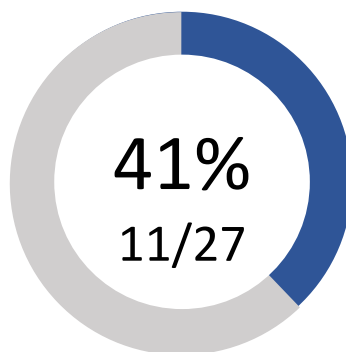
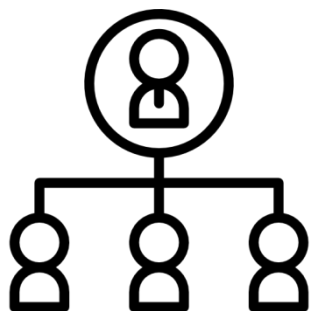


EUROPA

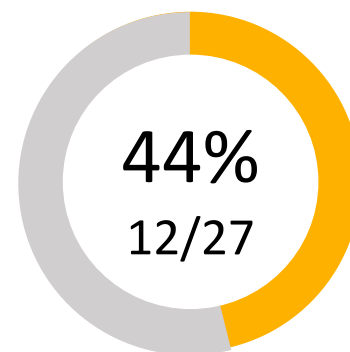


AMÉRICA LATINA

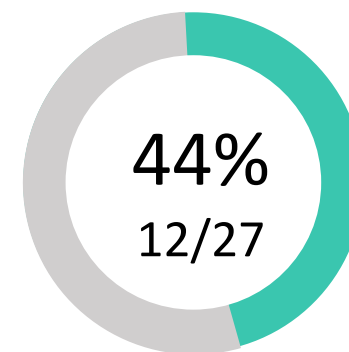
PERFIL DOS PARQUES ORGANIZAÇÃO



6-10 ANOS DE
FUNDAÇÃO

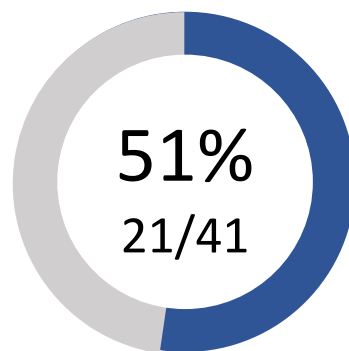
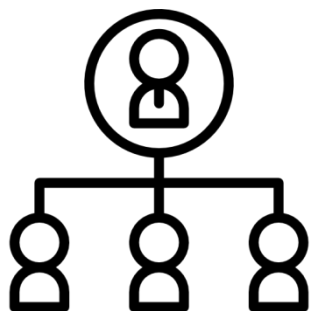


UNIVERSIDADES
PÚBLICAS OU
PRIVADAS

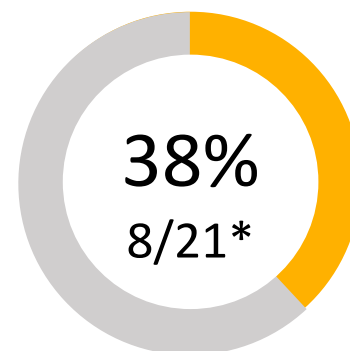


PROFISSIONAL
DEDICADO À
INTERNACIONALIZAÇÃO

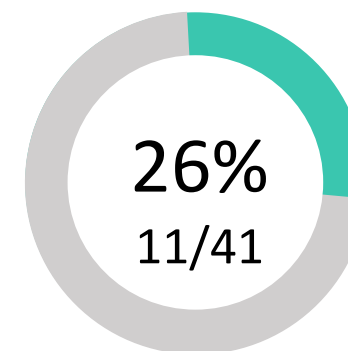
PERFIL DOS MECANISMOS ORGANIZAÇÃO



6-10 E 16-20ANOS DE FUNDAÇÃO



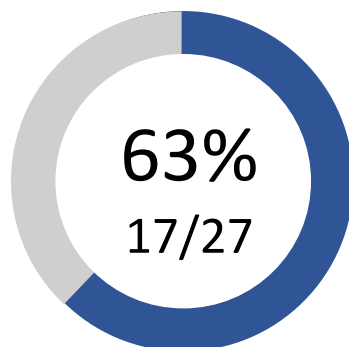
UNIVERSIDADES PÚBLICAS



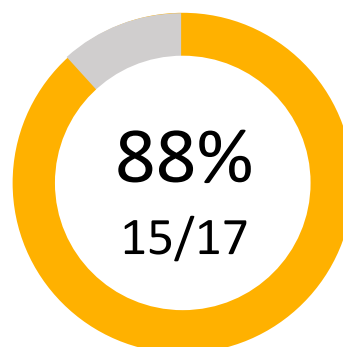
PROFISSIONAL DEDICADO À INTERNACIONALIZAÇÃO

**21/41 = quantidade de mecanismos sem identidade jurídica própria*

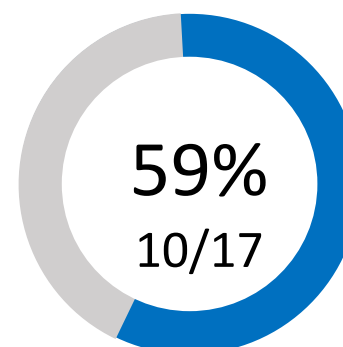
PERFIL DOS PARQUES EDITAIS



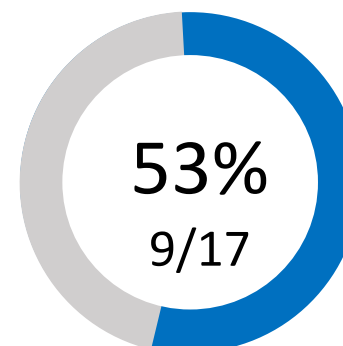
ENVIARAM EDITAIS



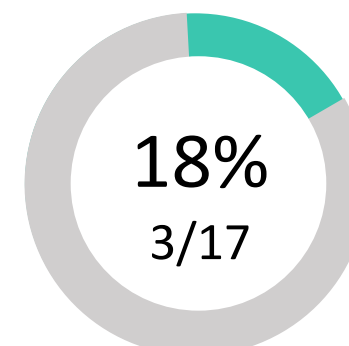
IMPACTO TECNOLÓGICO



IMPACTO AMBIENTAL

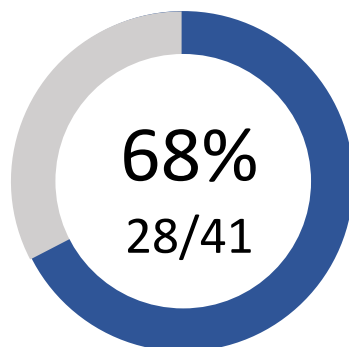


SETORIAL

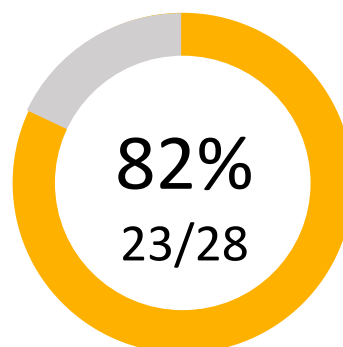


INTERNACIONALIZAÇÃO

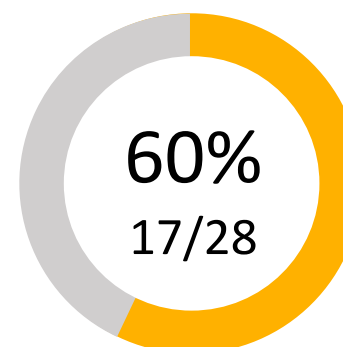
PERFIL DOS MECANISMOS EDITAIS



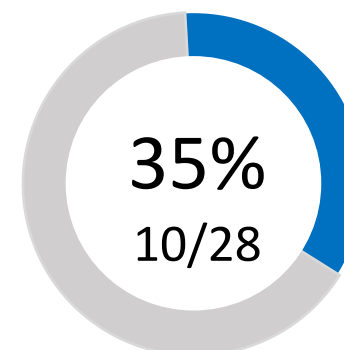
ENVIARAM EDITAIS



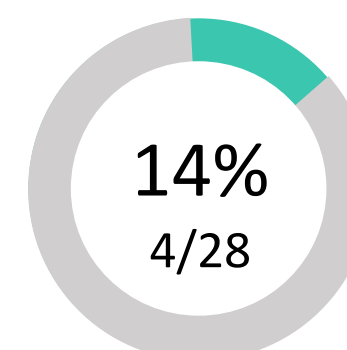
IMPACTO TECNOLÓGICO



IMPACTO SOCIAL

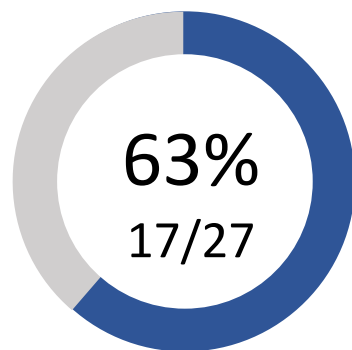


SETORIAL

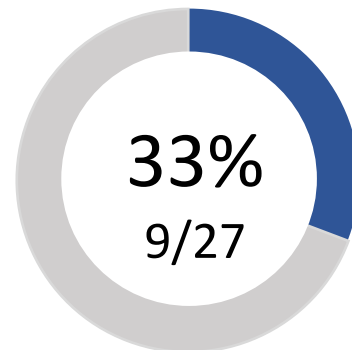


INTERNACIONALIZAÇÃO

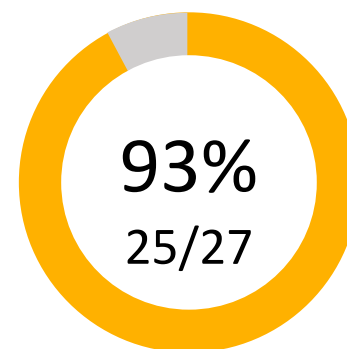
PERFIL DOS PARQUES INTENSIDADE DE CONHECIMENTO



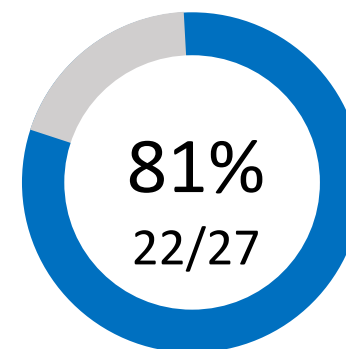
É UMA ICT



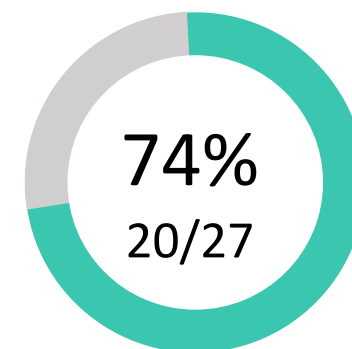
NÃO TEM RELAÇÃO COM
OUTRAS ICTs



TIC

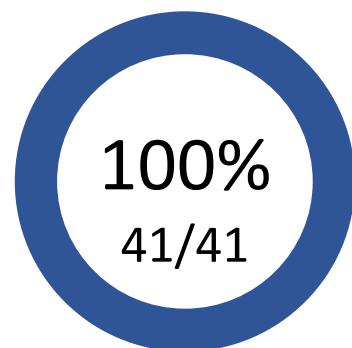


HEALTHTECH/BIOT
ECH

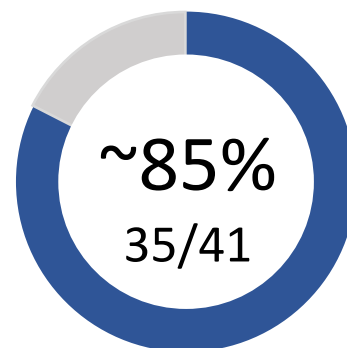


AGROTECH

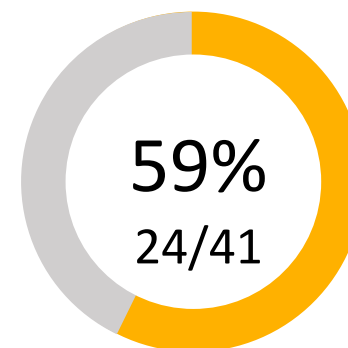
PERFIL DOS MECANISMOS INTENSIDADE DE CONHECIMENTO



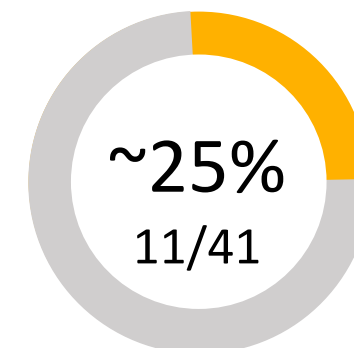
UNIVERSIDADES



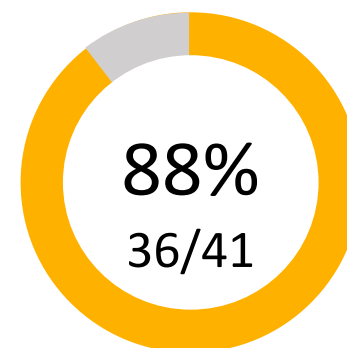
ICTs, MECANISMOS, ECOSSISTEMA, COMUNIDADES E REDES



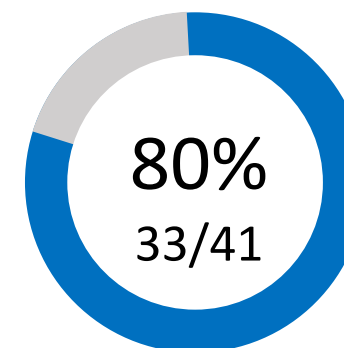
SISTEMA ECONÔMICO (FI)



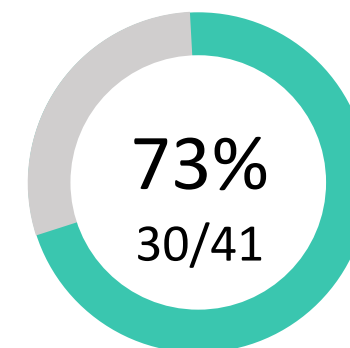
SOCIEDADE CIVIL



TIC

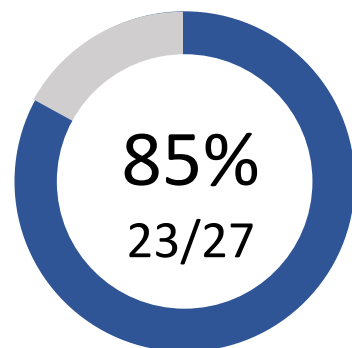


AGROTECH

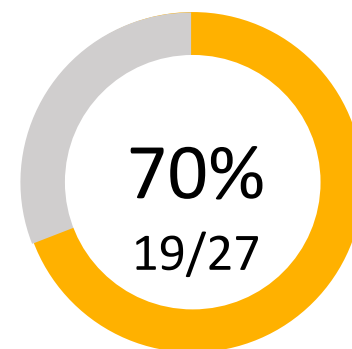
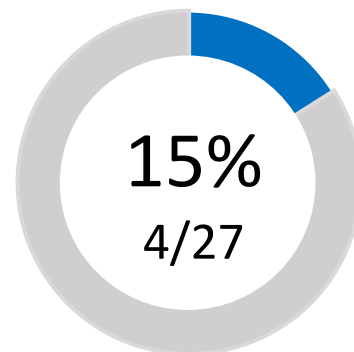


HEALTHTECH

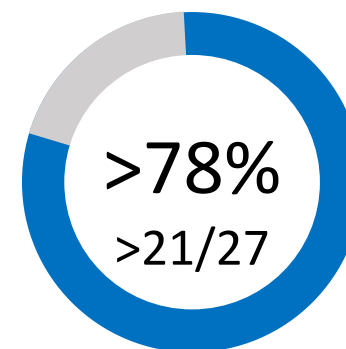
PERFIL DOS PARQUES ECOSSISTEMA NACIONAL



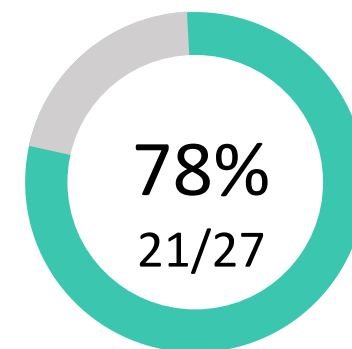
ASSOCIAÇÕES OU REDES ESCRITÓRIO DE CAPITAL DE RISCO
NACIONAIS
(ANPROTEC = 22)



EVENTOS COM INVESTIDORES E DE *MATCHMAKING*

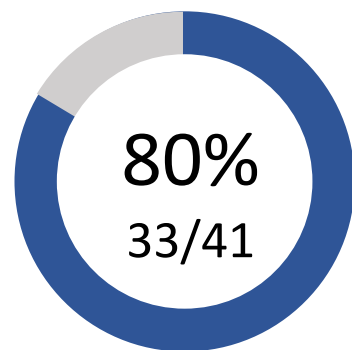


CURSOS NEGÓCIOS E TECNOLOGIA

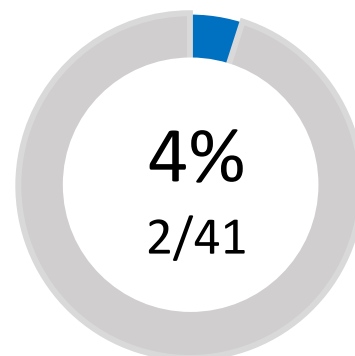


> ABERTOS AO PÚBLICO

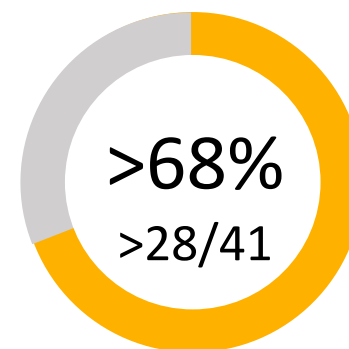
PERFIL DOS MECANISMOS ECOSSISTEMA NACIONAL



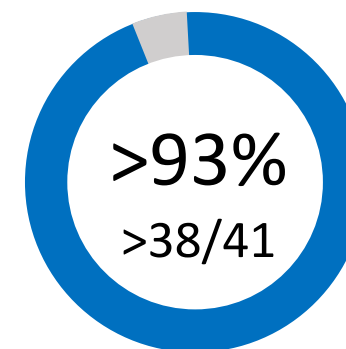
ASSOCIAÇÕES OU REDES NACIONAIS
(ANPROTEC = 58% 19/33)



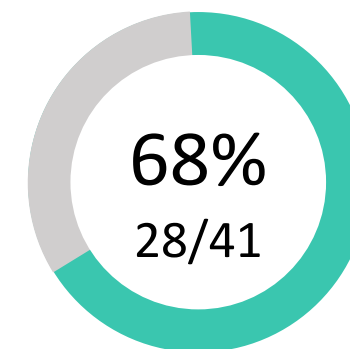
ESCRITÓRIO DE CAPITAL DE RISCO



EVENTOS COM INVESTIDORES E DE *MATCHMAKING*

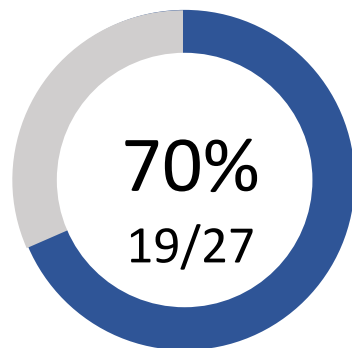


CURSOS NEGÓCIOS E TECNOLOGIA

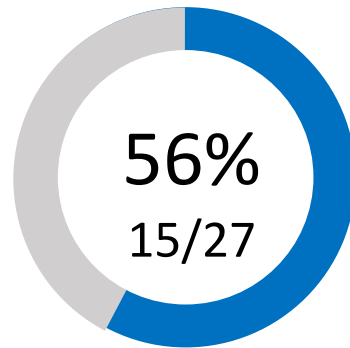


> ABERTOS AO PÚBLICO

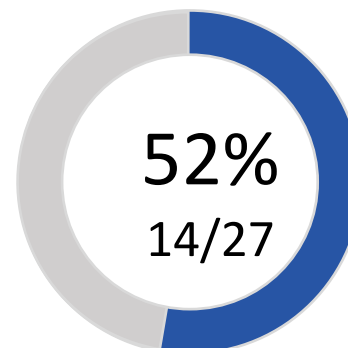
PERFIL DOS PARQUES ECOSSISTEMA INTERNACIONAL



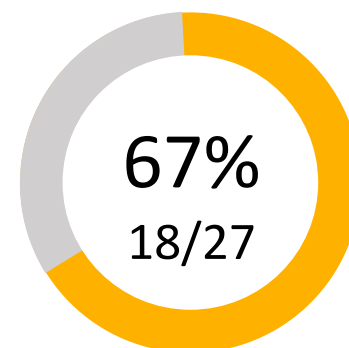
ASSOCIAÇÕES OU REDES INTERNACIONAIS



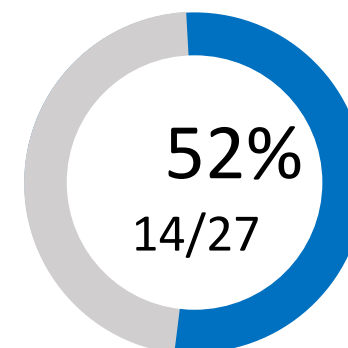
CONVÊNIOS COM PARQUES NO EXTERIOR



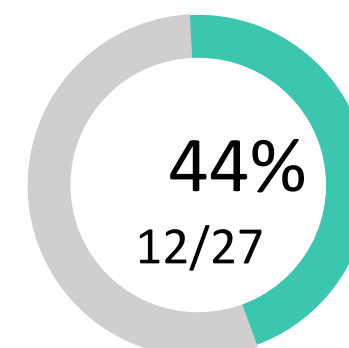
PROMOVE/APOIA EVENTOS DE NEGÓCIOS INTERNAC.



EUA/CANADÁ

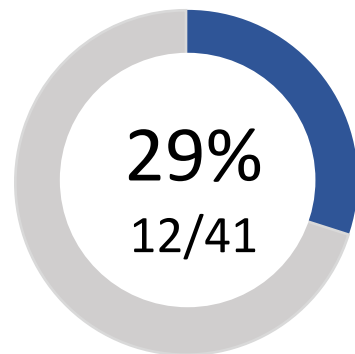


EUROPA

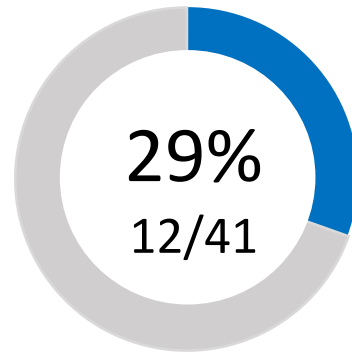


AMÉRICA LATINA

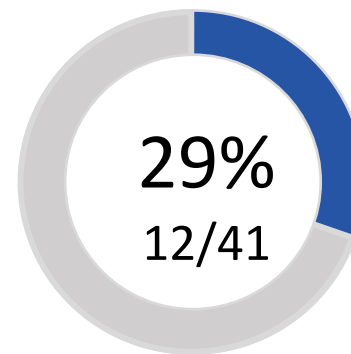
PERFIL DOS MECANISMOS ECOSSISTEMA INTERNACIONAL



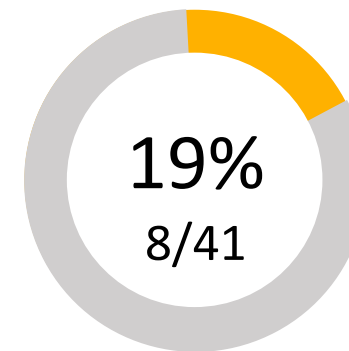
ASSOCIAÇÕES OU
REDES
INTERNACIONAIS



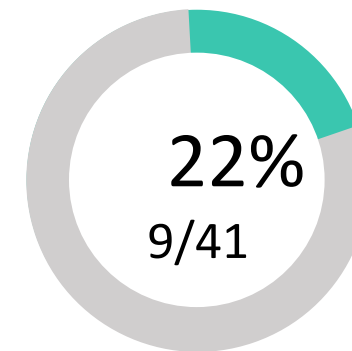
CONVÊNIOS COM PARQUES
/ MECANISMOS
NO EXTERIOR



PROMOVE/APOIA
EVENTOS DE NEGÓCIOS
INTERNAC.

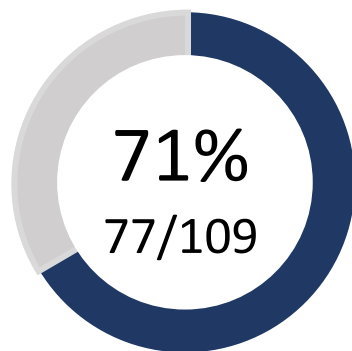


EUA/CANADÁ

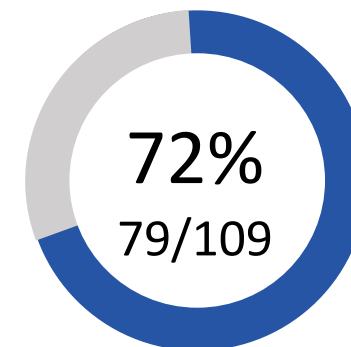


PORTUGAL

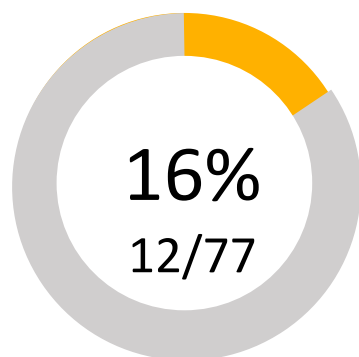
PERFIL DAS EMPRESAS LOCALIZAÇÃO



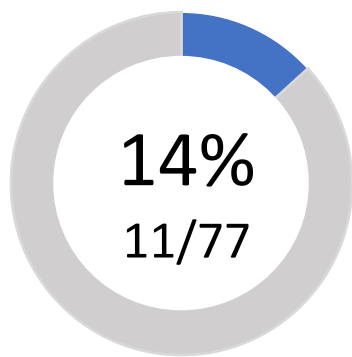
PARQUES
TECNOLÓGICOS



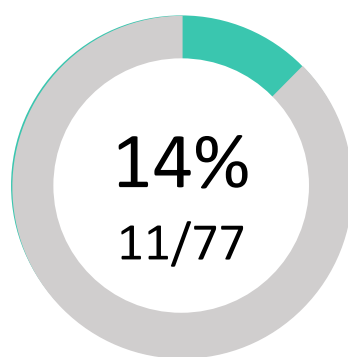
ACELERADORAS/
INCUBADORAS



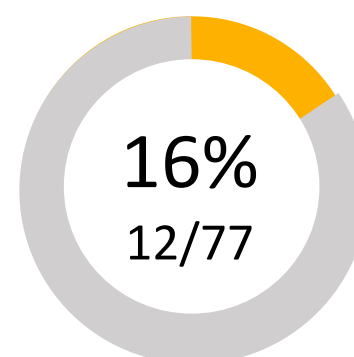
PT RIBEIRÃO PRETO



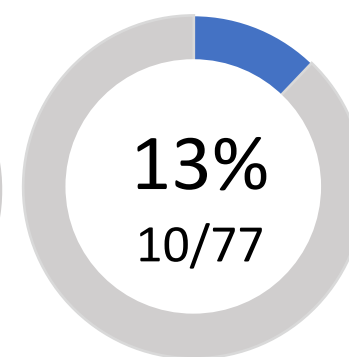
PT SÃO JOSÉ
DOS CAMPOS



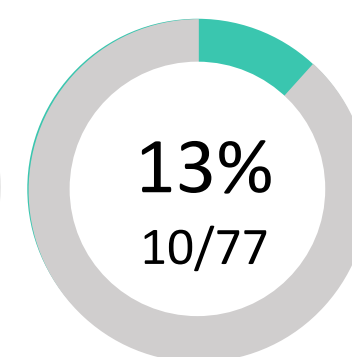
PUCPR
TECNOPARQUE
(HOTMILK)



SUPERA



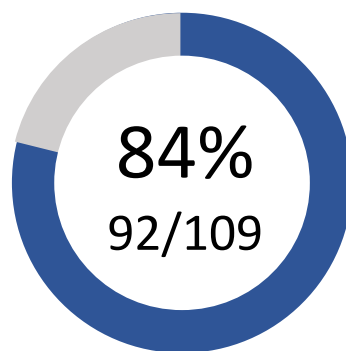
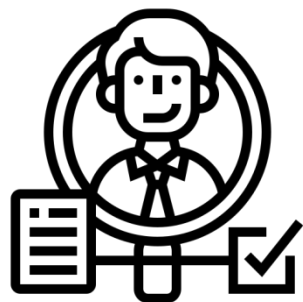
CELTA/CERTI



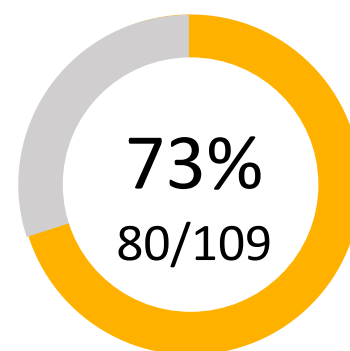
NEXUS HUB

PERFIL DAS EMPRESAS

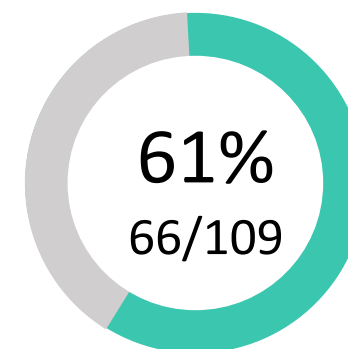
PERFIL DO RESPONDENTE



DIRETOR(A) OU
SÓCIO(A)



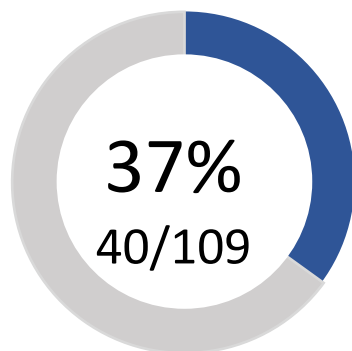
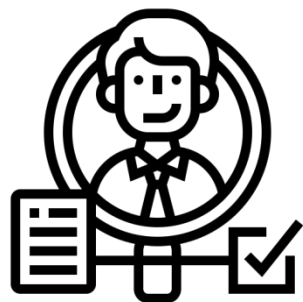
PÓS-GRADUADO(A)



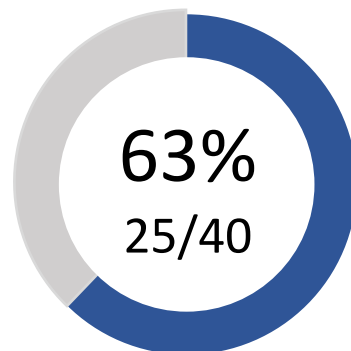
≤ 5 ANOS DE EXP. NA
EMPRESA

PERFIL DAS EMPRESAS

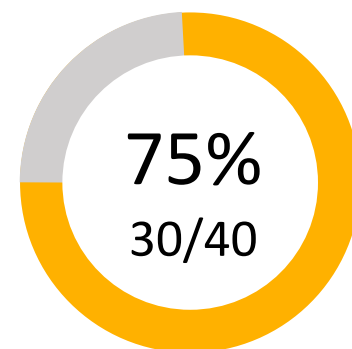
PERFIL DO RESPONDENTE



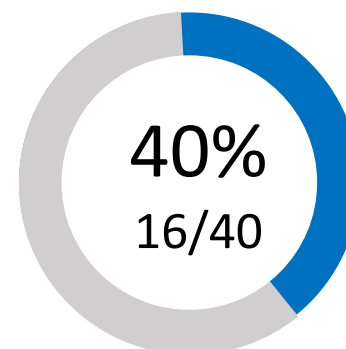
EXPERIÊNCIA
INTERNACIONAL



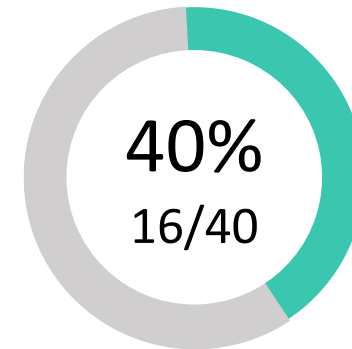
≤ ATÉ 5 ANOS
EXPERIÊNCIA
INTERNACIONAL



EUROPA



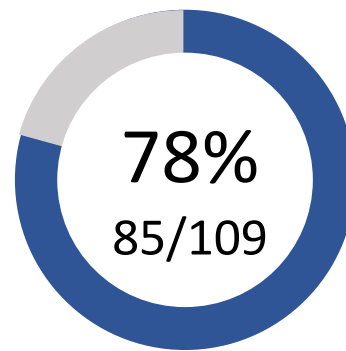
EUA



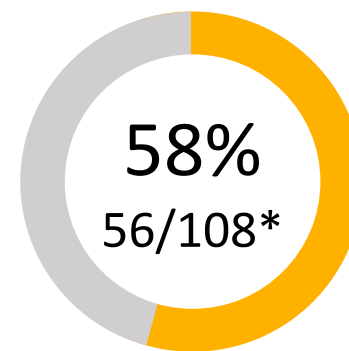
AMÉRICA LATINA

PERFIL DAS EMPRESAS

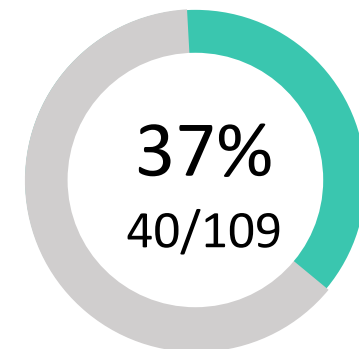
CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA



MICRO OU PEQUENA
EMPRESA



≤ 5 ANOS

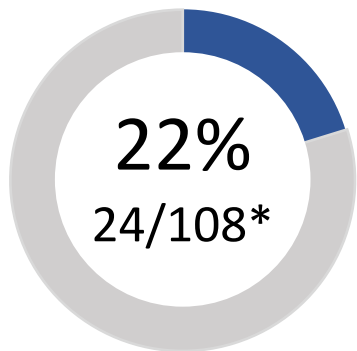


MERCADO
DOMÉSTICO E
INTERNACIONAL

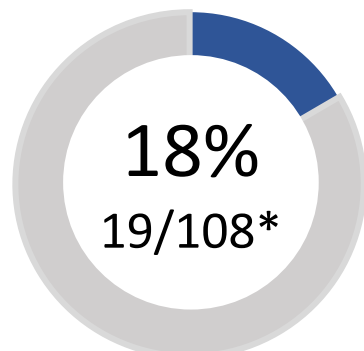
*Quantidade de empresas que responderam essa questão

PERFIL DAS EMPRESAS

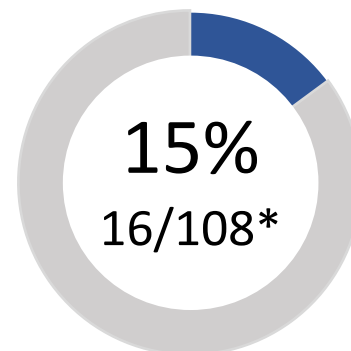
CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA



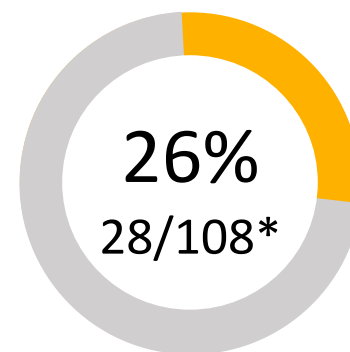
GESTÃO EMPRESARIAL



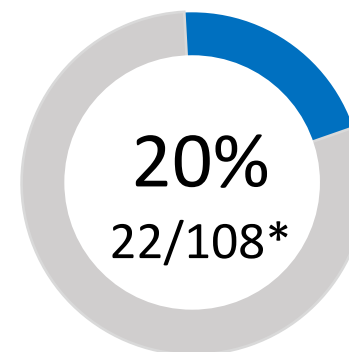
PRODUTOS AGREGADOS À SAÚDE



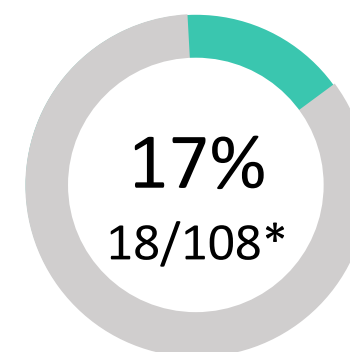
APPS



HEALTHTECH/
SAÚDE E CV
(13% cada)



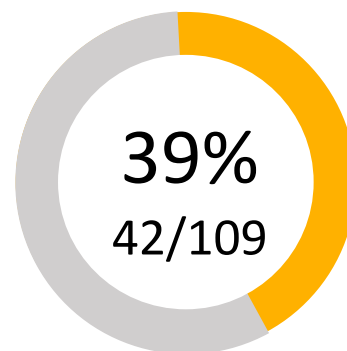
AGROTECH E TICs
(10% cada)



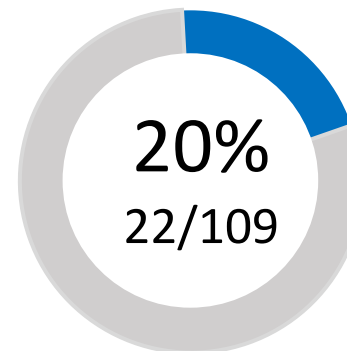
COMÉRCIO E ENSINO
(8% cada)

*Quantidade de empresas que responderam essa questão

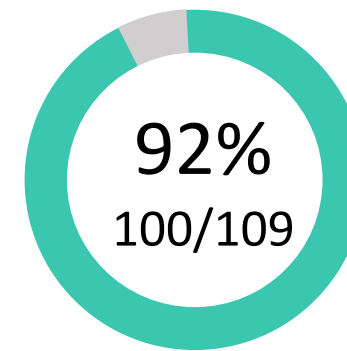
PERFIL DAS EMPRESAS PRÉ-CONDIÇÕES PARA INTERNACIONALIZAÇÃO



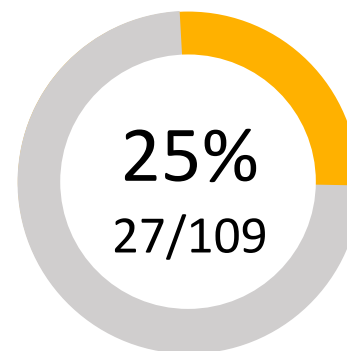
ATIVIDADES PRÉ-INTERNACIONALIZAÇÃO



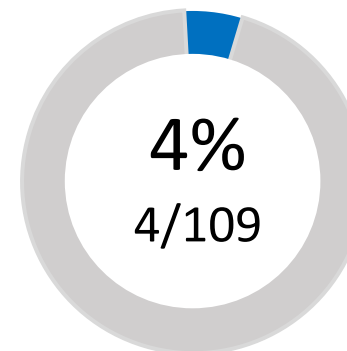
PARCERIAS COMERCIAIS INTERNACIONAIS



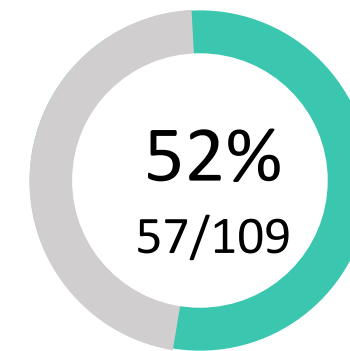
E-MAIL PRINCIPAL CONTATO CLIENTES



CONTRATA/JÁ CONTRATOU ESTRANGEIROS



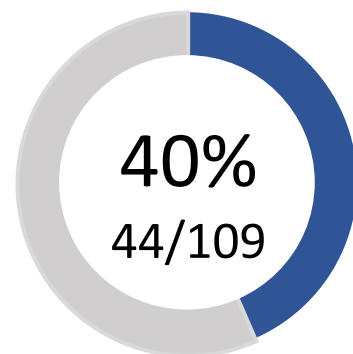
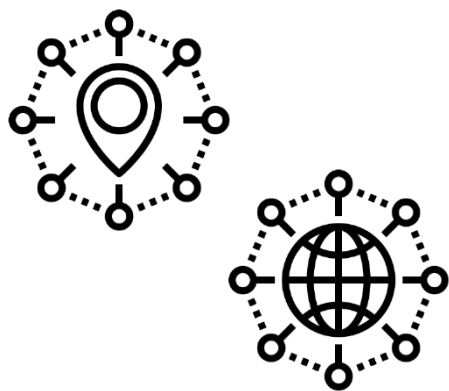
RECEBEU INVESTIMENTO DO EXTERIOR



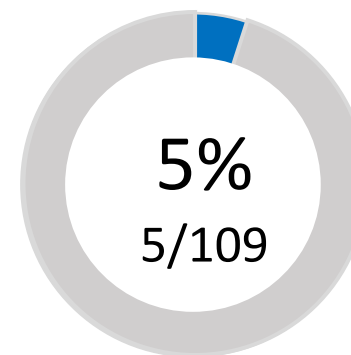
REGISTRO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL

PERFIL DAS EMPRESAS

ECOSSISTEMA NACIONAL E INTERNACIONAL

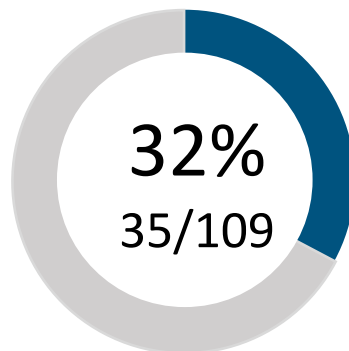


ASSOCIAÇÕES
OU REDES NACIONAIS

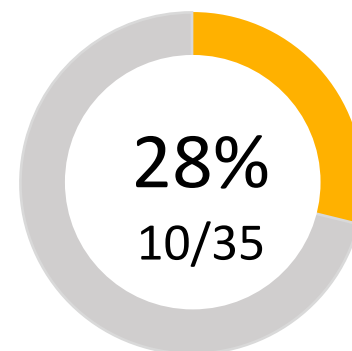


ASSOCIAÇÕES
OU REDES E
INTERNACIONAIS

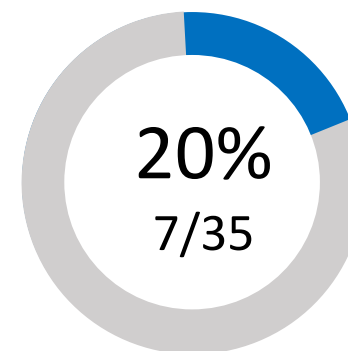
PERFIL DAS EMPRESAS INTERNACIONALIZADAS



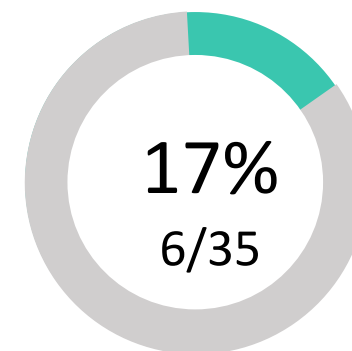
JÁ REALIZARAM
TRANSAÇÕES
INTERNACIONAIS



EUA



ARGENTINA



ESPAÑA

3. DIMENSÕES DA INTERNACIONALIZAÇÃO

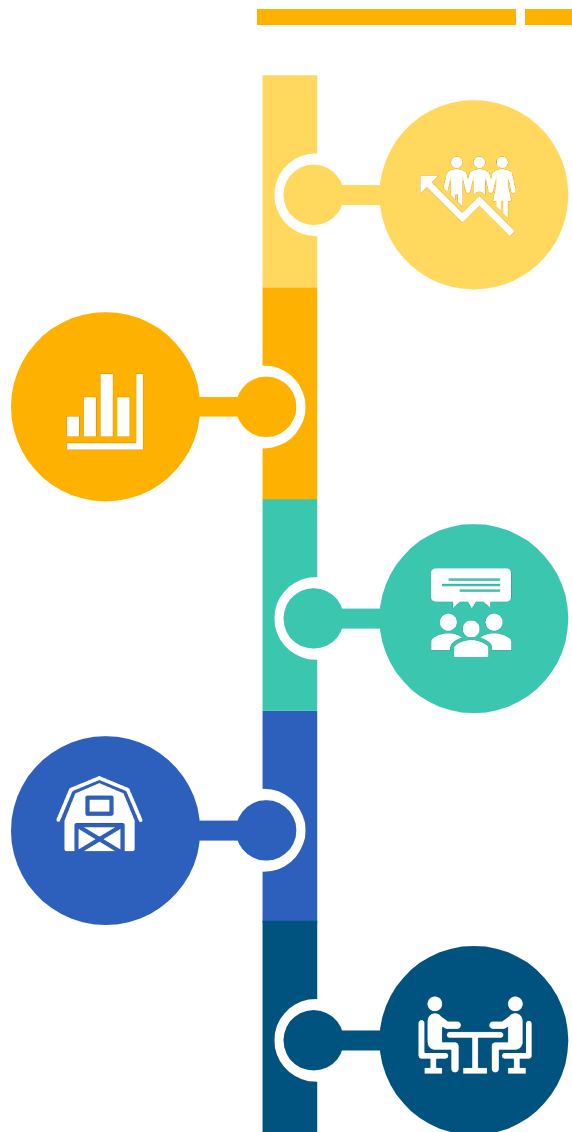
DIMENSÕES DA INTERNACIONALIZAÇÃO

PROSPECÇÃO

Coleta e análise de informações sobre o mercado externo antes de iniciar exportações

FAMILIARIDADE INSTITUCIONAL

Conhecimento de Leis e Regras para exportação e do mercado internacional e suas práticas financeiras



EXPOSIÇÃO

Exposição a novos segmentos, forças de mercado e a preferências de clientes no mercado externo

INTERAÇÃO

Interação com Clientes & Fornecedores e parceiros no mercado externo

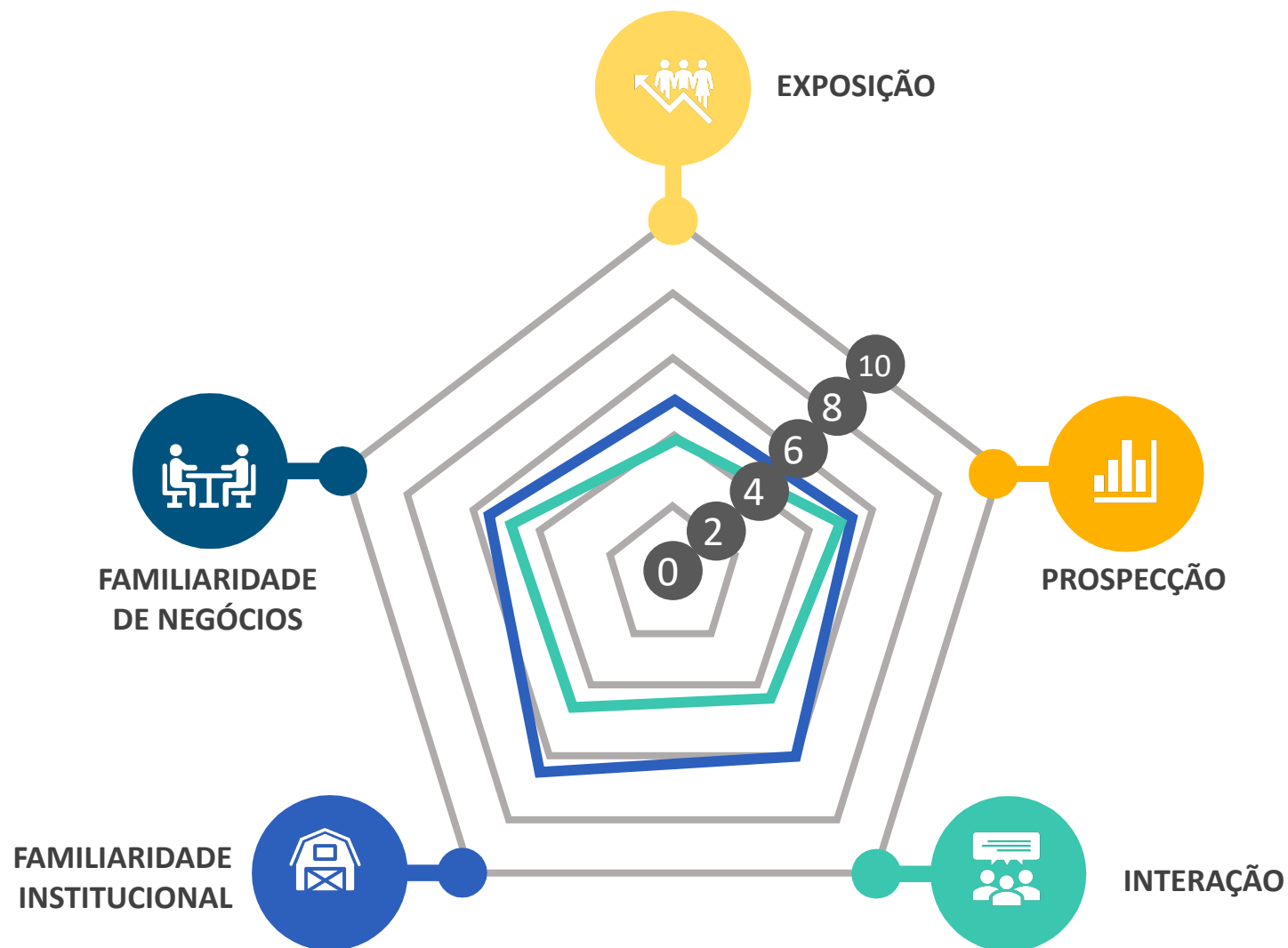
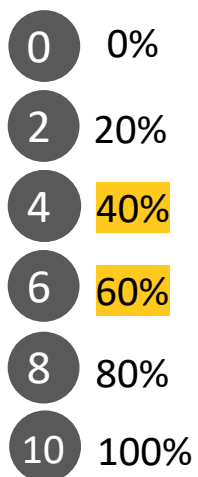
FAMILIARIDADE DE NEGÓCIOS

Conhecimento de Clientes & Fornecedores; Tendências & Tecnologias no mercado externo

OFERECIMENTO

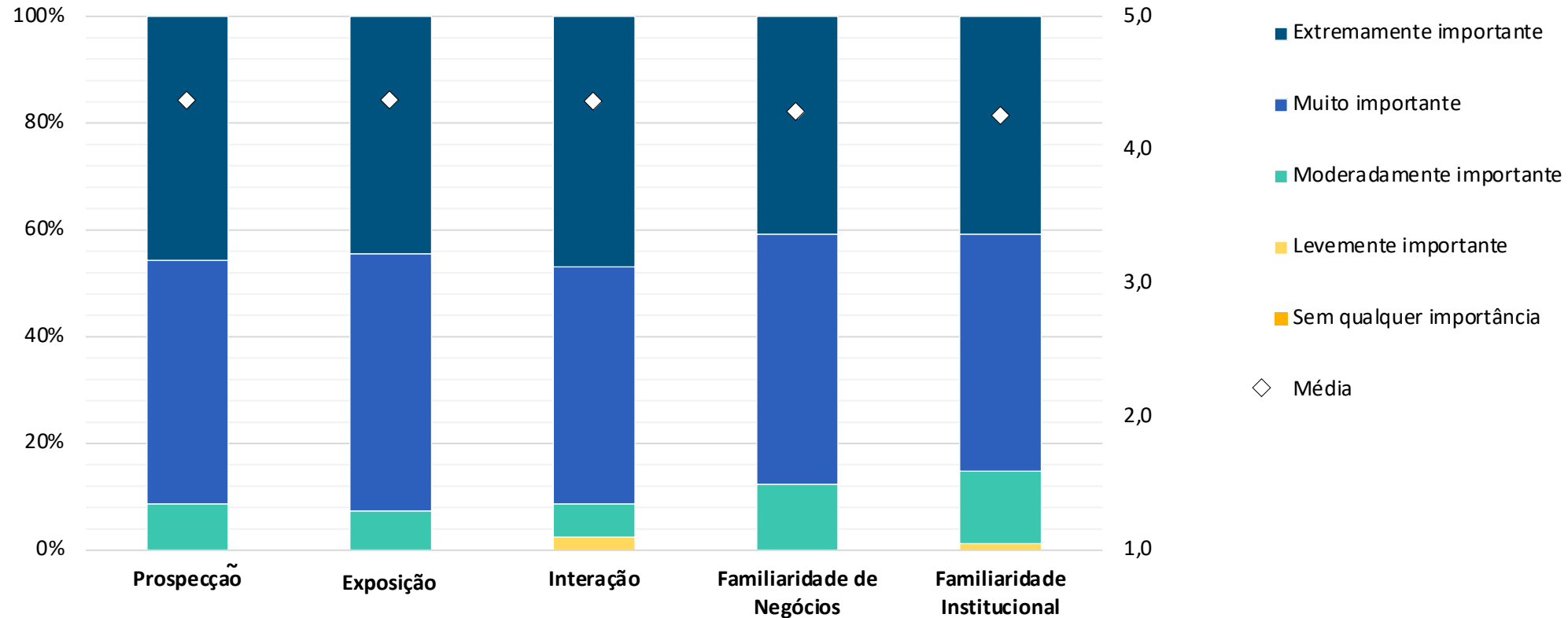
PARQUES X MECANISMOS

— PARQUES
— MECANISMOS

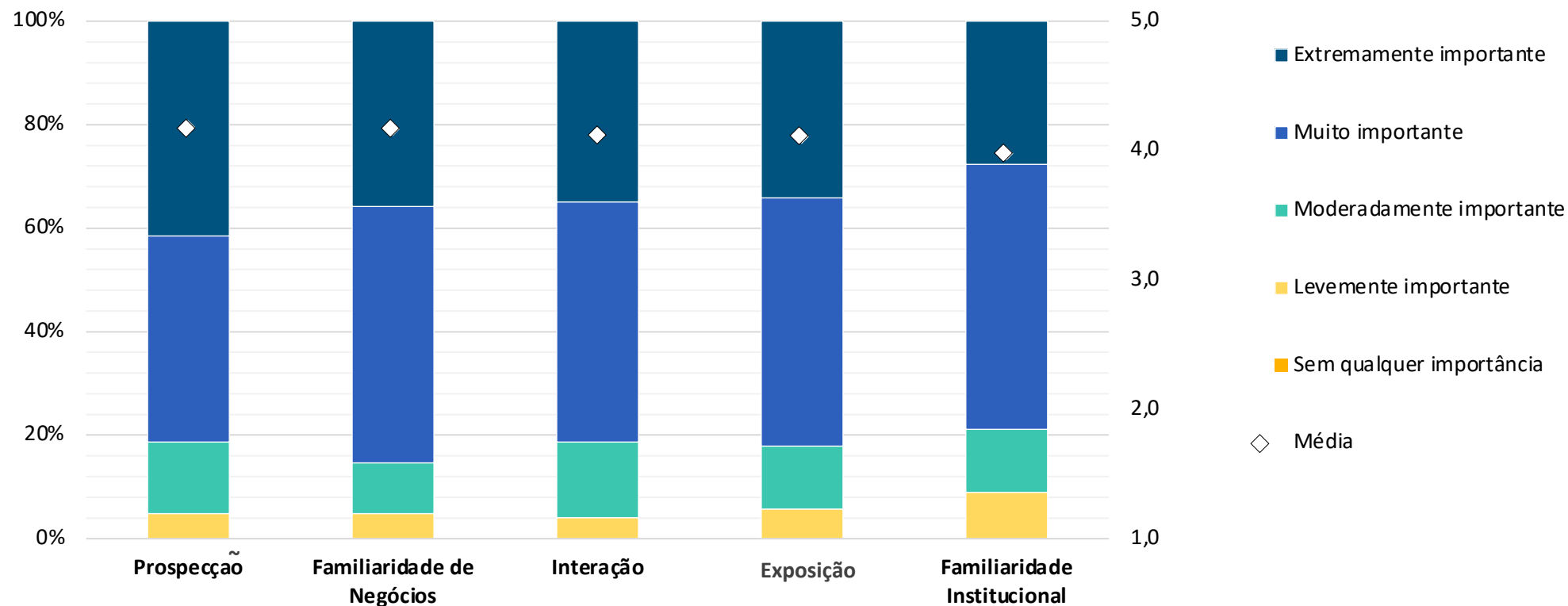


PERCEPÇÃO SOBRE A RELEVÂNCIA DO OFERECIMENTO

PARQUES



PERCEPÇÃO SOBRE A RELEVÂNCIA DO OFERECIMENTO MECANISMOS



PERCEÇÃO SOBRE A RELEVÂNCIA DO OFERECIMENTO

PARQUES X MECANISMOS

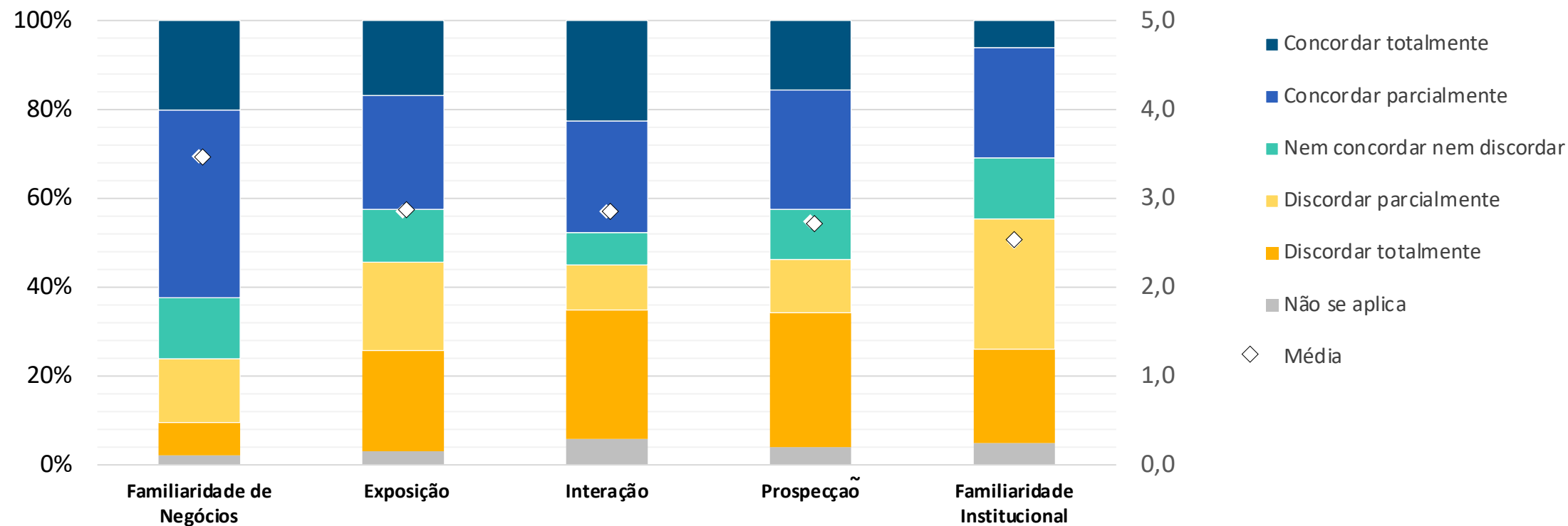
— PARQUES

— MECANISMOS

- 1 SEM QUALQUER IMPORTÂNCIA
- 2 LEVEMENTE IMPORTANTE
- 3 MODERADAMENTE IMPORTANTE
- 4 **MUITO IMPORTANTE**
- 5 EXTREMAMENTE IMPORTANTE

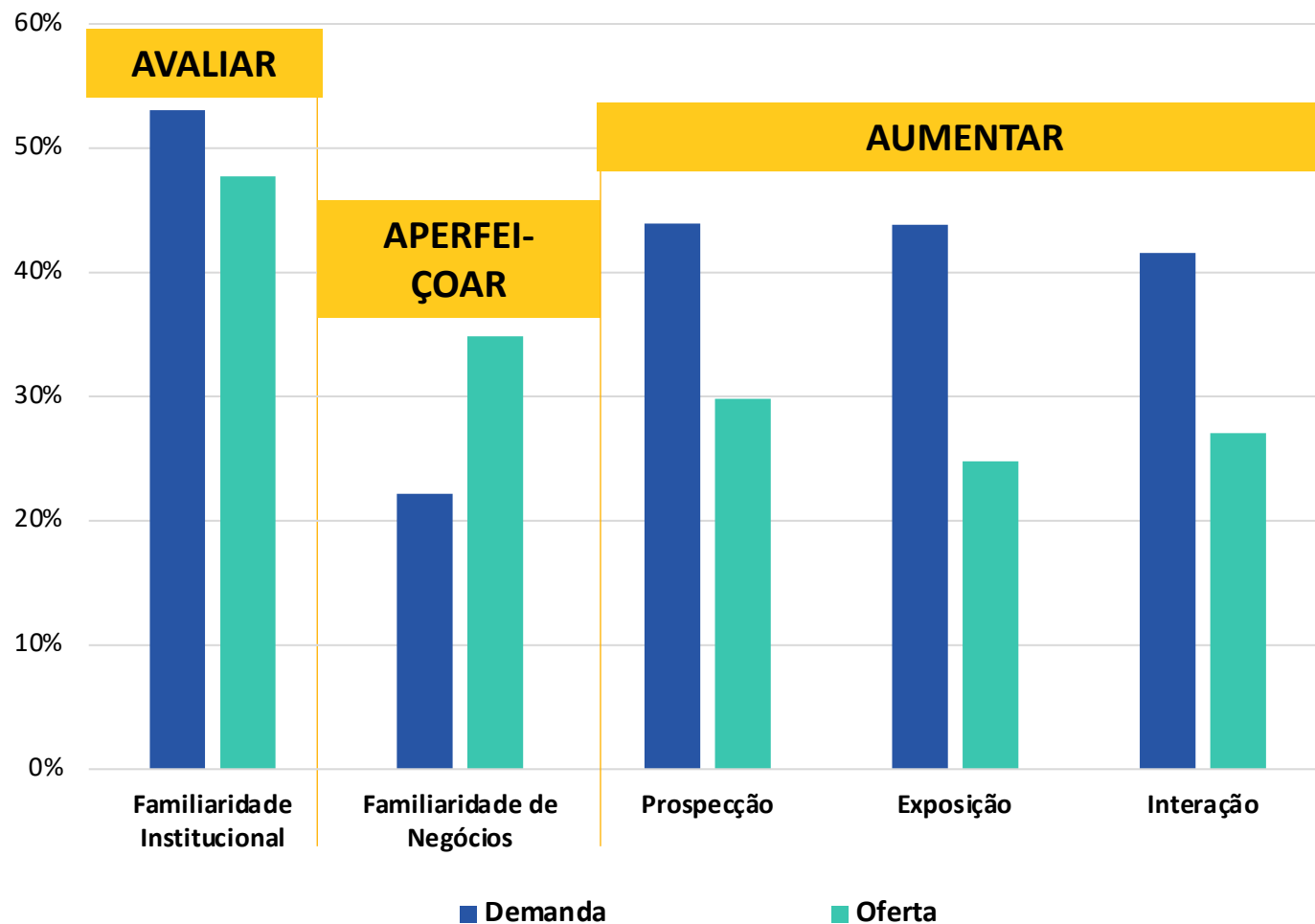


PERCEÇÃO DE KNOW HOW EMPRESAS



OFERTA E DEMANDA

QUAL O ESTÁGIO ATUAL?



AVALIAR

A oferta de capacitação atual é adequada?

APERFEIÇOAR

Pode-se oferecer conhecimentos mais avançados?

AUMENTAR

Oferecer mais oportunidades de desenvolvimento e capacitação

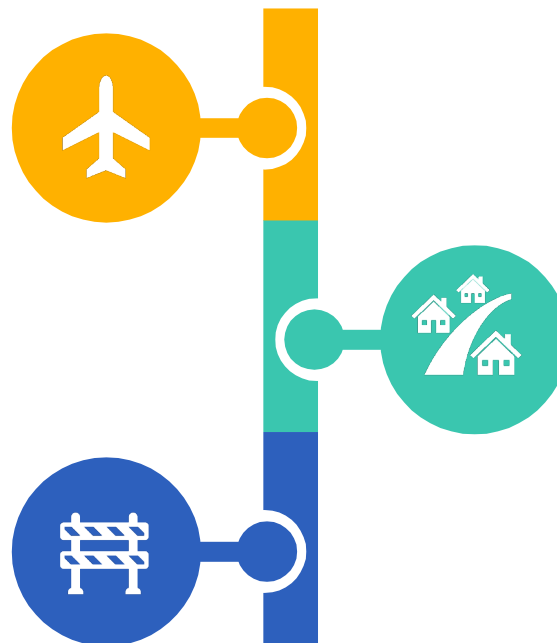
OUTRAS DIMENSÕES DA INTERNACIONALIZAÇÃO

NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

Percepção de quais oportunidades os mercados internacionais podem trazer

BARREIRAS

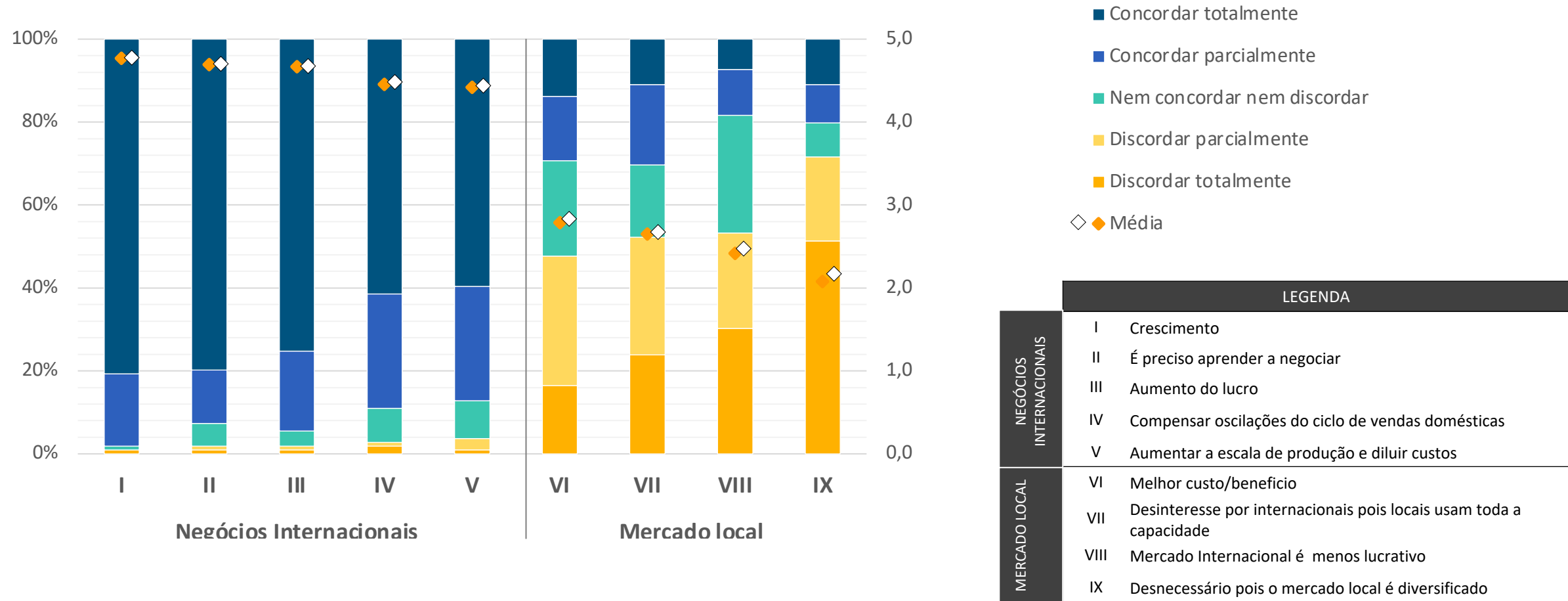
Percepção de quais são as barreiras do mercado internacional



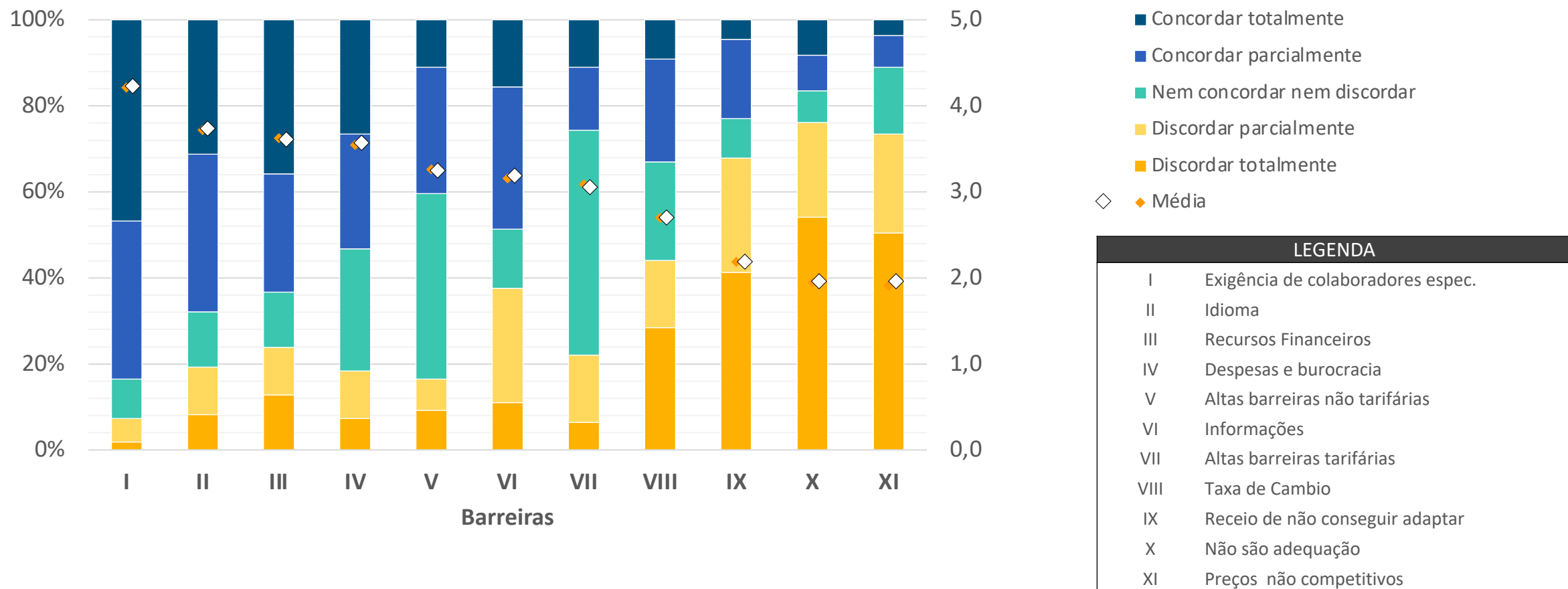
MERCADO LOCAL

Percepção do mercado local frente ao internacional

PERCEPÇÃO EMPRESAS



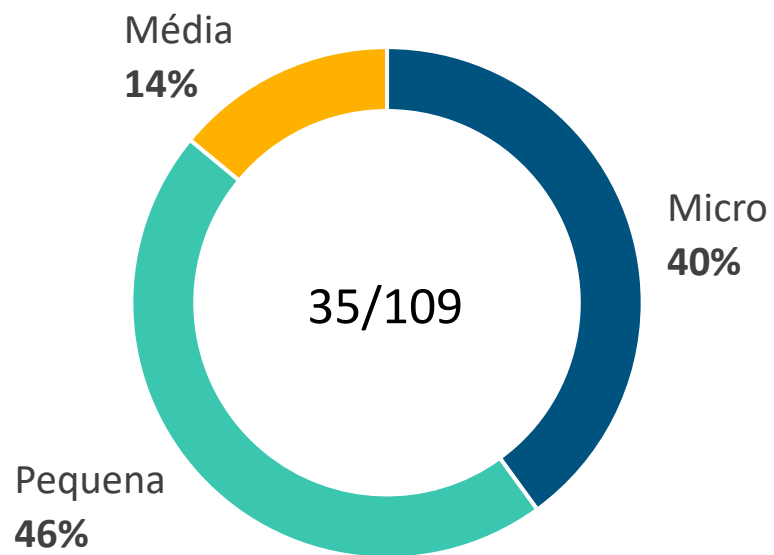
PERCEPÇÃO EMPRESAS



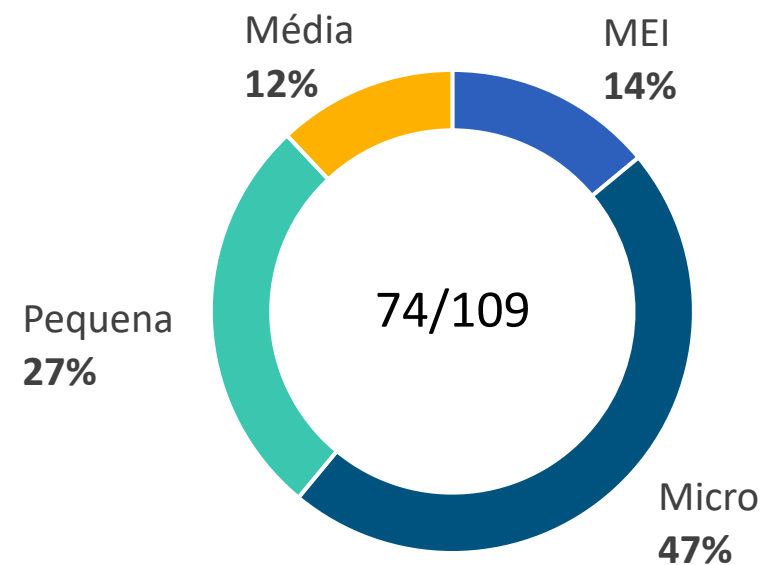
4. EMPRESAS E A INTERNACIONALIZAÇÃO

QUEM SÃO AS EMPRESAS INTERNACIONALIZADAS?

INTERNACIONALIZADAS

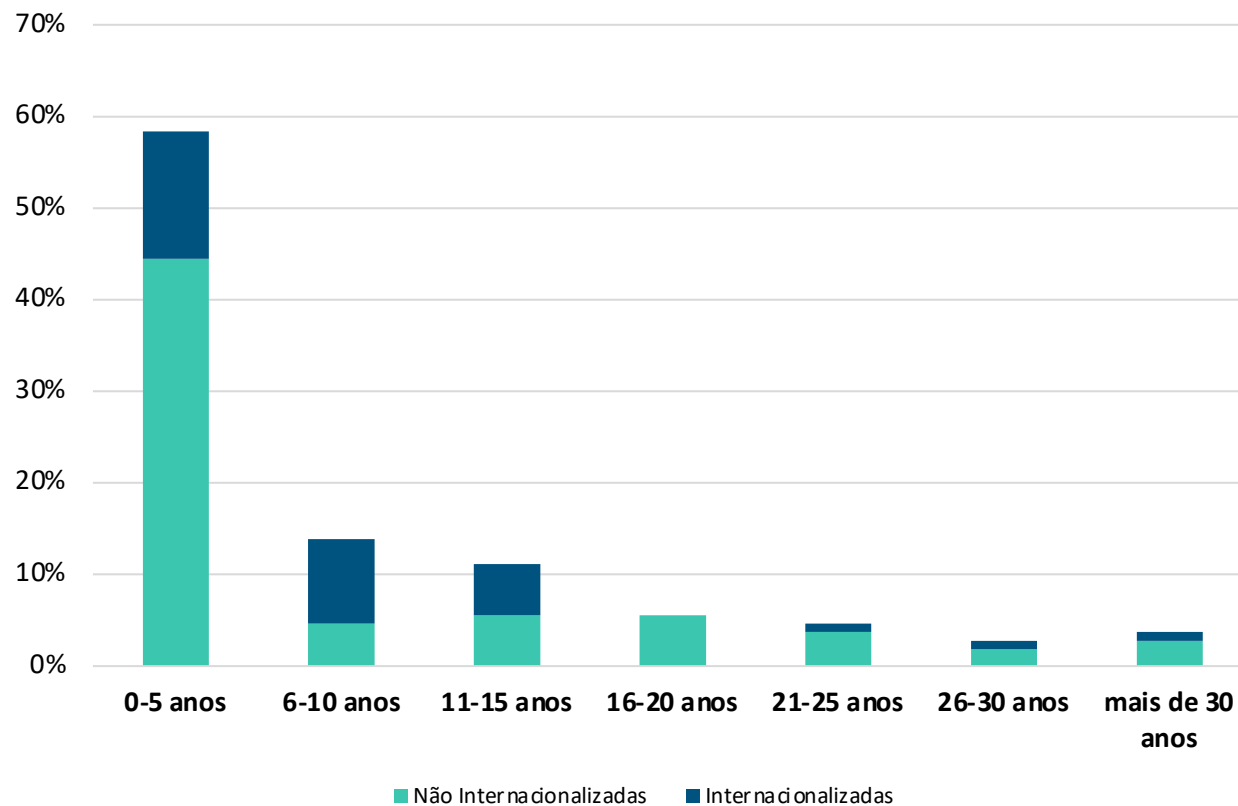


NÃO-INTERNACIONALIZADAS

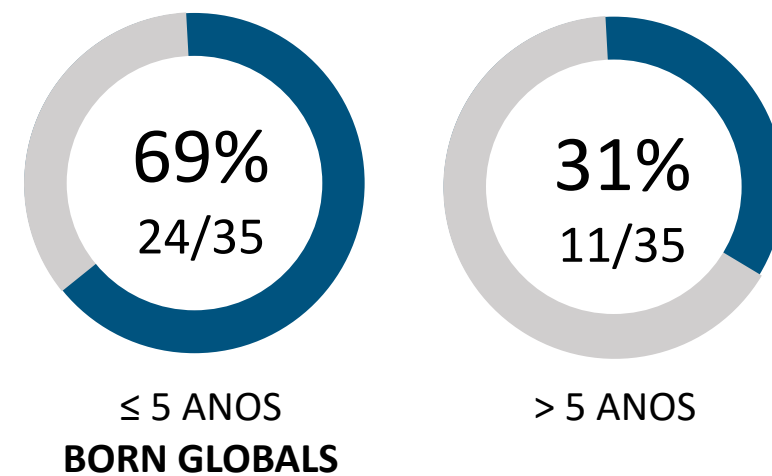


QUEM SÃO AS EMPRESAS INTERNACIONALIZADAS?

FUNDAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO

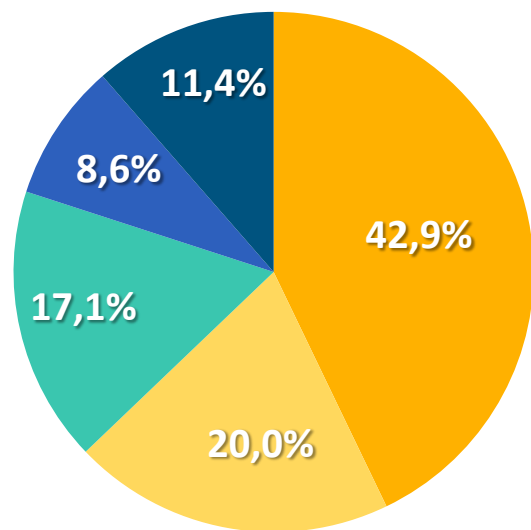


QUANDO INTERNACIONALIZOU



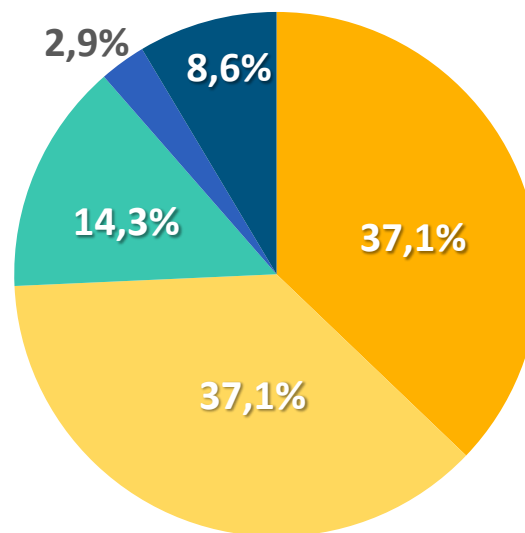
QUEM SÃO AS EMPRESAS INTERNACIONALIZADAS? ESTÃO INICIANDO O PROCESSO

FREQUÊNCIA DE NEGÓCIOS



- Poucas vezes, sem frequência
- Apenas uma vez
- Entre 1 e 6 vezes por ano
- Uma vez por mês
- Mais de uma vez por mês

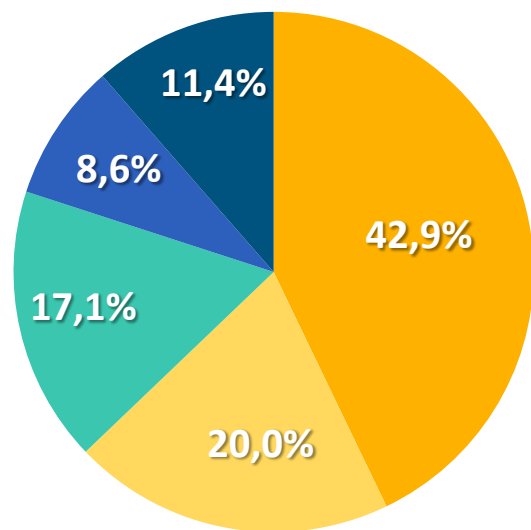
PARTICIPAÇÃO NAS VENDAS



- Menos de 1%
- Entre 1 e 10%
- Entre 11 e 51%
- Entre 51 e 95%
- Acima de 95%

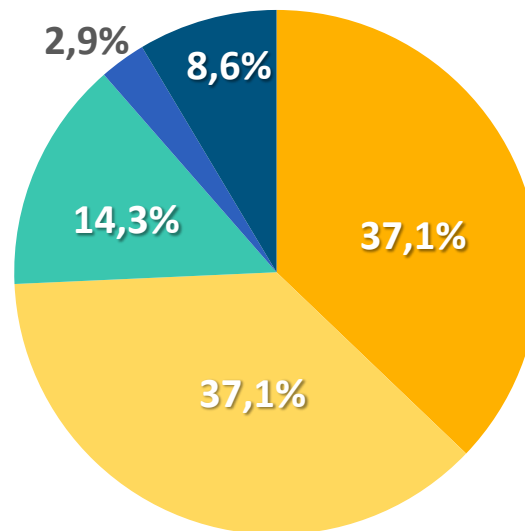
QUEM SÃO AS EMPRESAS INTERNACIONALIZADAS? ESTÃO INICIANDO O PROCESSO

FREQUÊNCIA DE NEGÓCIOS



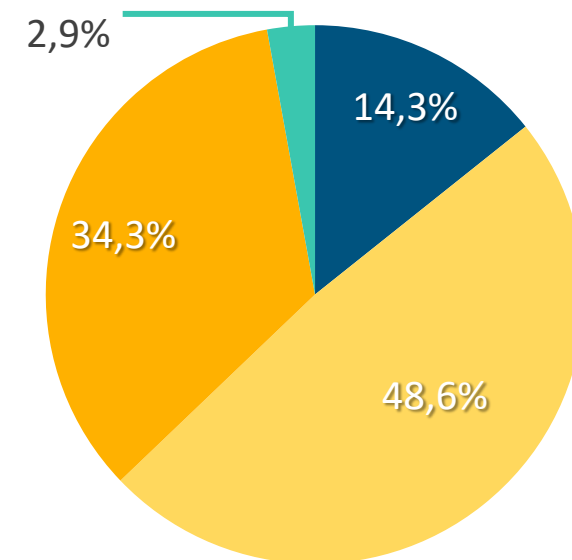
- Poucas vezes, sem frequência
- Apenas uma vez
- Entre 1 e 6 vezes por ano
- Uma vez por mês
- Mais de uma vez por mês

PARTICIPAÇÃO NAS VENDAS



- Menos de 1%
- Entre 1 e 10%
- Entre 11 e 51%
- Entre 51 e 95%
- Acima de 95%

TENDÊNCIA DOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

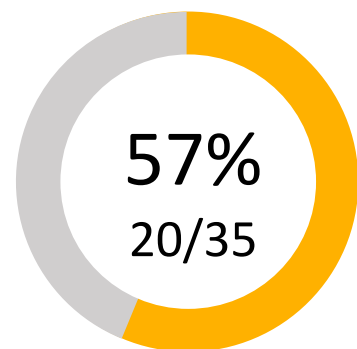


- diminuindo
- estáveis
- subindo
- não respondeu

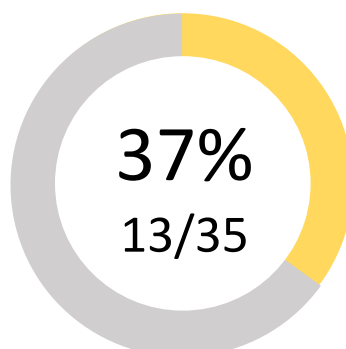
QUEM SÃO AS EMPRESAS INTERNACIONALIZADAS? PRECISAM EVOLUIR



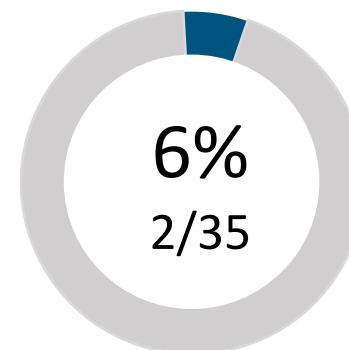
AVALIAÇÃO DA ESTRATÉGIA



NECESSITA MUDANÇA
PROFUNDA



NECESSITA MELHORIA



ADEQUADA

EMPRESAS INTERNACIONALIZADAS X NÃO INTERNACIONALIZADAS

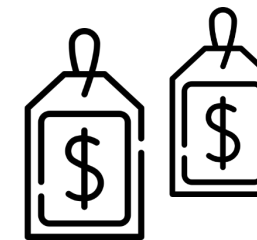
TÊM MAIS



CONSIDERAM



SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS SÃO ADEQUADOS

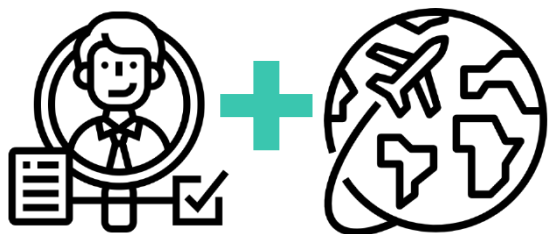


SEUS PREÇOS SÃO COMPETITIVOS

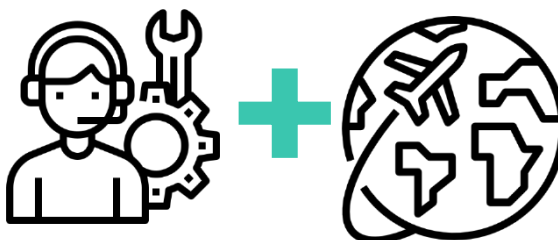
MERCADO INTERNACIONAL

QUEM SÃO AS EMPRESAS INTERNACIONALIZADAS?

O QUE FAVORECE A INTERNACIONALIZAÇÃO



GESTOR COM EXPERIÊNCIA
INTERNACIONAL

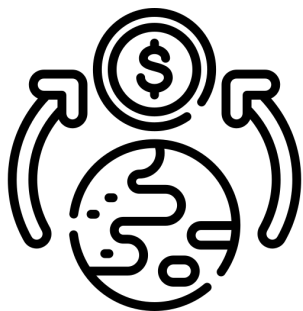


CONTRATAÇÃO DE
ESTRANGEIROS

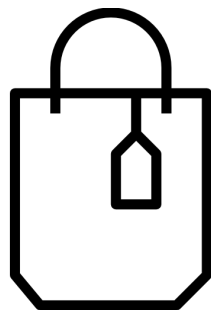


PORTE

O QUE PENSAM AS INTERNACIONALIZADAS



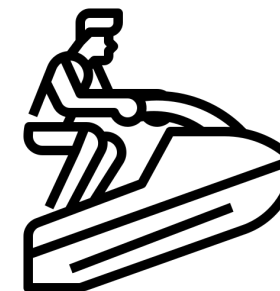
OS NEGÓCIOS HOJE
SÃO GLOBAIS



O MERCADO LOCAL NÃO
BASTA

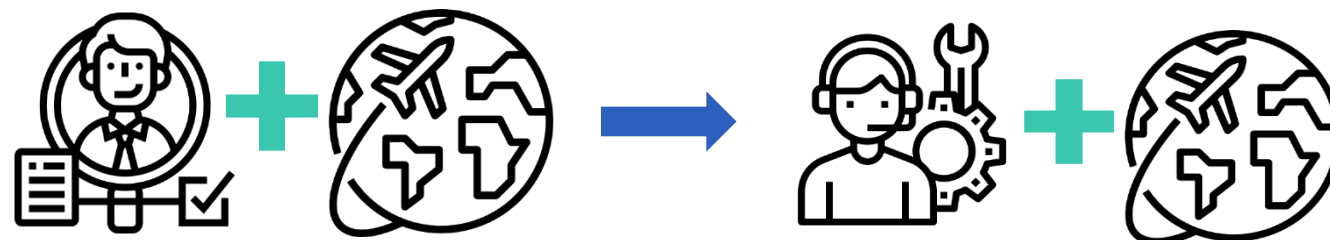


O MERCADO INTERNACIONAL É
BASTANTE ATRATIVO



BARREIRAS EXISTEM, MAS
SÃO SUPERÁVEIS

O QUE IMPULSIONA A INTERNACIONALIZAÇÃO?



GESTOR COM EXPERIÊNCIA INTERNACIONAL

CONTRATAÇÃO DE ESTRANGEIROS

CULTURA (*MINDSET*) DE INTERNACIONALIZAÇÃO



NEGÓCIOS SÃO GLOBAIS



MERCADO LOCAL NÃO BASTA



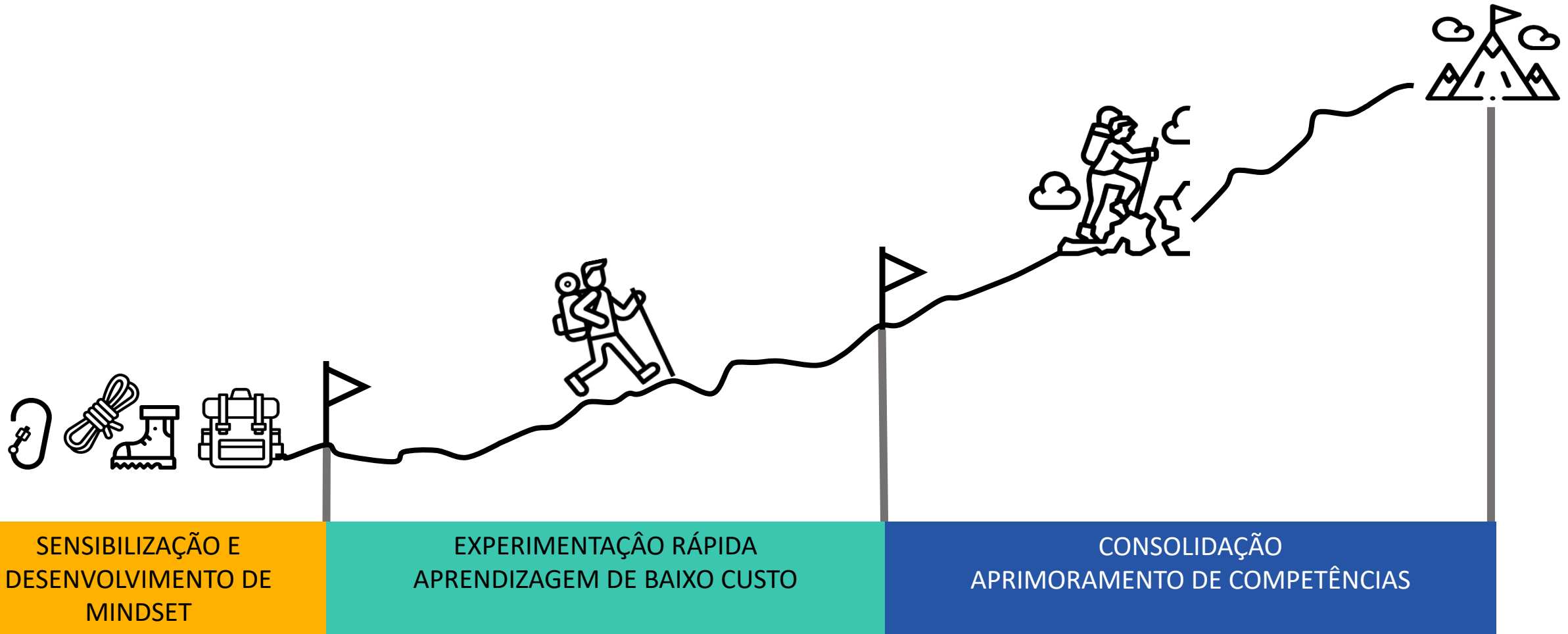
MERCADO INTERNACIONAL É ATRATIVO



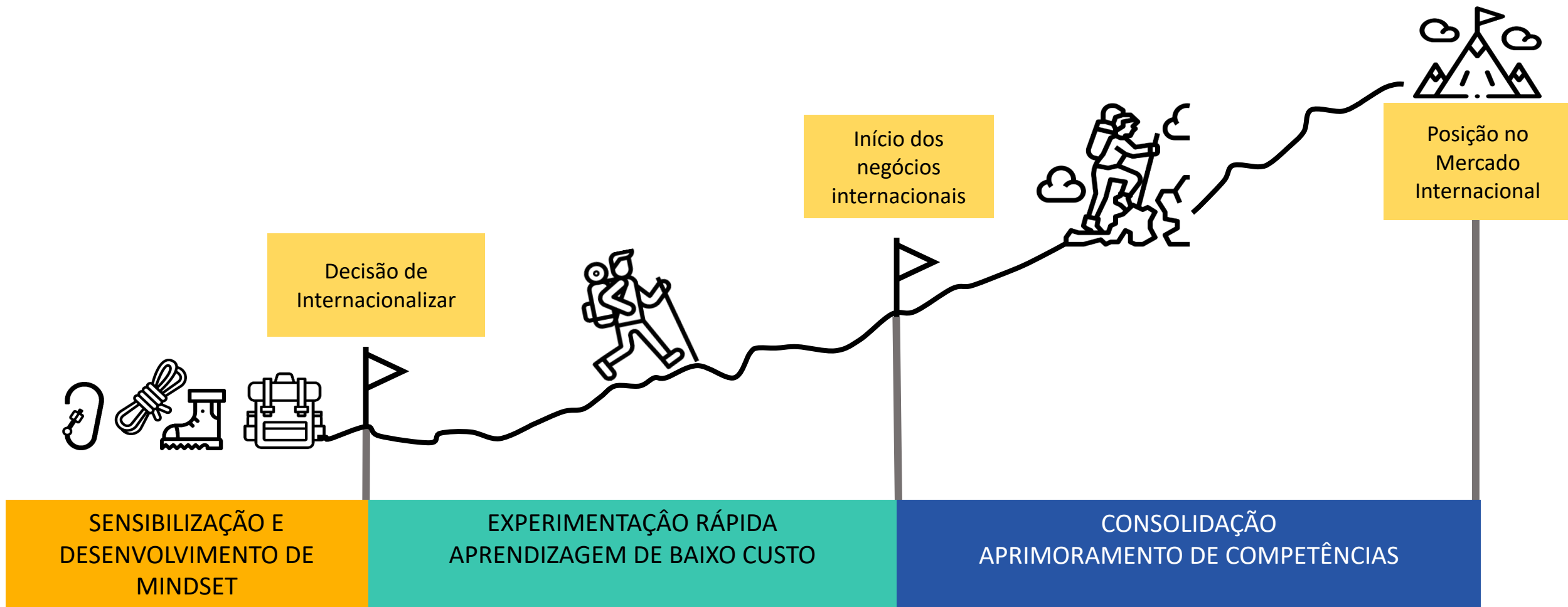
BARREIRAS SÃO SUPERÁVEIS

5. JORNADA DA INTERNACIONALIZAÇÃO

INTERNACIONALIZAÇÃO ENXUTA UMA JORNADA, 3 ETAPAS



INTERNACIONALIZAÇÃO ENXUTA UMA JORNADA, 3 ETAPAS



ETAPA 1: SENSIBILIZAÇÃO E MINDSET

O QUE FAZER?



EMPRESAS

AMBIENTES



Buscar informação
Conhecer mercados e experiências bem
sucedidas
Capacitar

Facilitar acessos

Criar plataforma para Internacionalização enxuta

Incentivar a internacionalização dos ambientes de Inovação

ETAPA 1: SENSIBILIZAÇÃO E MINDSET

O QUE FAZER?

EMPRESAS	AMBIENTES
Desenvolver domínio de idiomas	Incentivar ao aprendizado de idiomas estrangeiros
Buscar dados e informações sobre negócios internacionais	Prover acesso a depoimentos de profissionais que atuaram em outros países e casos de sucesso de internacionalização
Participar de eventos e programas sobre internacionalização.	Oferecer assistência na participação de eventos de internacionalização (facilitação dos procedimentos de inscrição, logística de transporte e hospedagem, modelos para a apresentação no evento específico, e agenda de algumas ações de network já estabelecidas.
	Facilitar o entendimento de regulamentação via inteligência artificial, entre outros aspectos.
	Facilitar a interpretação e formulação de contratos comerciais

ETAPA 2: EXPERIMENTAÇÃO E APRENDIZAGEM

O QUE FAZER?



EMPRESAS

Fazer experimentos no mercado internacional

Interagir no mercado internacional

AMBIENTES

Facilitar a exposição ao mercado internacional e a prospecção de negócios

Incentivar a Internacionalização Enxuta

Desenvolver e ampliar as funções da plataforma Internacionalização Enxuta

Avaliar o alcance das iniciativas existentes da Anprotec e APEX

ETAPA 2: EXPERIMENTAÇÃO E APRENDIZAGEM

O QUE FAZER?

	EMPRESAS	AMBIENTES
EXPOSIÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> Buscar contato com empresas internacionais Participar em <i>Open Innovation Calls</i> Participar em intercâmbios de empresas entre ambientes de inovação Conhecer casos de empresas internacionais de sucesso 	<ul style="list-style-type: none"> Estabelecer parcerias que promovam intercâmbios Estabelecer parcerias com escolas de negócios para realizar programas conjuntos, e <i>summer jobs</i> em <i>startups</i>
PROSPECÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> Buscar fontes de <i>Business Intelligence</i>, coletar informações do mercado internacional, características culturais e de negócios Realizar análises e traçar cenários do mercado internacional Participar em programas de apoio, rodadas de negócios, feiras Executar missões exploratórias a mercados alvo 	<ul style="list-style-type: none"> Estabelecer convênios de cooperação e programas de Intercâmbio Promover ações para desenvolver habilidades necessárias para a internacionalização Apoiar Missões Exploratórias Incentivar contatos com mercados de língua portuguesa e espanhola
INTERAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> Interagir com empresas de sucesso internacional Interagir com universidades estrangeiras 	<ul style="list-style-type: none"> Intermediar contatos com parceiros institucionais (outros ambientes, universidades estrangeiras, órgãos reguladores e organismos multilaterais)
FAMILIARIDADE INSTITUCIONAL	<ul style="list-style-type: none"> Estudar leis e regras para importação e exportação Estudar as práticas financeiras e contábeis para exportação Estudar os tributos para exportação 	<ul style="list-style-type: none"> Divulgar de leis e regras para Exportação e Transações Internacionais
FAMILIARIDADE DE NEGÓCIOS	<ul style="list-style-type: none"> Conhecer e interagir com clientes e fornecedores estrangeiros Estudar as características da demanda internacional Acompanhar as tendências tecnológicas no mercado internacional 	<ul style="list-style-type: none"> Oferecer informações sobre demanda e fornecedores no mercado externo Acrescentar ao portal as melhores práticas para internacionalização segundo o mercado/país

ETAPA 3: CONSOLIDAÇÃO E APRIMORAMENTO

O QUE FAZER?



EMPRESAS

Continuar experimentos
Estruturar para ganhar escala

AMBIENTES

Facilitar e a prospecção e a interação com o mercado internacional

Apoiar empresas para organização para a captação de recursos

ETAPA 3: CONSOLIDAÇÃO E APRIMORAMENTO

O QUE FAZER?



		EMPRESAS	AMBIENTES
ESTRUTURA INTERNA		<ul style="list-style-type: none"> Estruturar-se para ter acesso a financiamento Ter pelo menos um colaborador que fale outros idiomas Adequar produção para atender o mercado interno e externo 	<ul style="list-style-type: none"> Ter pelo menos um colaborador que fale outro idioma e conheça sobre internacionalização. Oferecer treinamento e divulgação dos processos e conhecimentos necessários para uma empresa internacionalizar. Apoiar congressos para expor casos de sucesso de empresas internacionalizadas
EXPOSIÇÃO		<ul style="list-style-type: none"> Considerar possibilidade de sócios ou diretores de outros países 	<ul style="list-style-type: none"> Facilitar a exposição a fornecedores e novos segmentos de Negócio Facilitar a exposição às preferências dos clientes estrangeiros
PROSPECÇÃO		<ul style="list-style-type: none"> Continuar busca por fontes de <i>Business Intelligence</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar convênios de cooperação e programas de Intercâmbio
INTERAÇÃO		<ul style="list-style-type: none"> Interagir com empresas de sucesso internacional Interagir com fornecedores estrangeiros 	<ul style="list-style-type: none"> Estabelecer relações com parceiros institucionais: universidades, órgãos reguladores, etc. Estabelecer relações com parceiros comerciais internacionais
FAMILIARIDADE INSTITUCIONAL		<ul style="list-style-type: none"> Utilizar sistemas inteligentes de análise de contratos 	
FAMILIARIDADE DE NEGÓCIOS		<ul style="list-style-type: none"> Ter plano de negócios para atuação no mercado internacional 	<ul style="list-style-type: none"> Divulgar por rede própria ou de parceiros as melhores estratégias para atuar no mercado externo

COLOCANDO EM PERSPECTIVA
NEM TODOS VÃO AO (PRECISAM DO)
MERCADO INTERNACIONAL

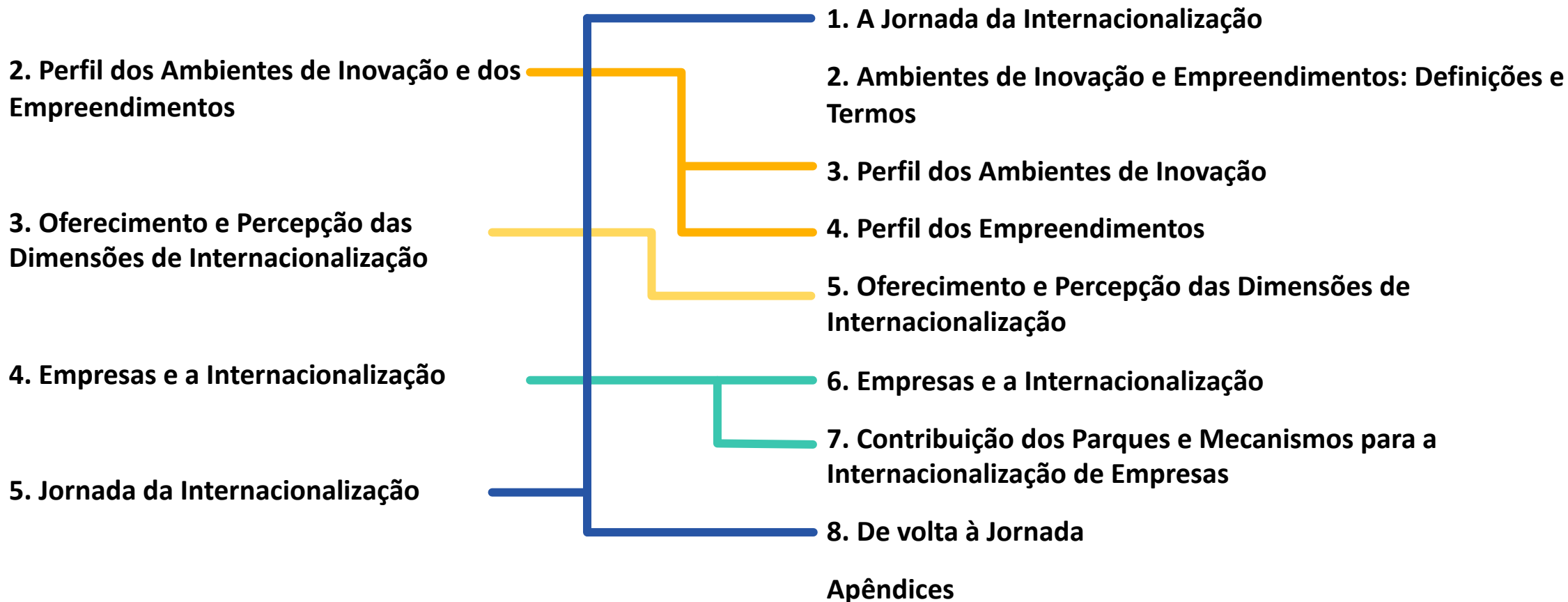


PRODUTOS FINAIS

APRESENTAÇÃO

RELATÓRIO

1. Agenda





OBRIGADO!

Antônio Marcon
Davi Nakano (Coord.)
Carla Carderelli Minozzo
Emerson G. dos Santos
Guila Calheiros
Rafaela F. Maniçoba
Rosana Vasques
Suelene Mascarini

CONSULTORES

Claudia Pavani (PGT USP)
Leonardo de Vasconcellos Gomes (FEA USP)
Guilherme Ary Plonski (PGT USP)