



Comissão
Europeia

Coleção de Guias

Como apoiar a política
das PME através
dos fundos estruturais

Apoiar a internacionalização das PME

Empresas
e Indústria

7

Coleção de Guias

Como apoiar a política das PME através dos fundos estruturais

Apoiar a internacionalização das PME

Um guia para decisores políticos, partes interessadas e autoridades de gestão, especialmente a nível regional, que desejem ajudar as pequenas e médias empresas a tirar partido das oportunidades do mercado internacional — a nível da UE e a nível mundial — com o apoio dos fundos estruturais da UE.

Este guia foi compilado pela Comissão Europeia com base nas fontes enumeradas no anexo 2. Todavia, os pontos de vista expressos no presente documento não representam necessariamente o parecer da Comissão Europeia.

Para mais informações, contactar:

Comissão Europeia

Direção-Geral das Empresas e da Indústria

Unidade D.2: Acesso das PME ao mercado

Endereço de correio eletrónico: Entr-SME-Access-to-Markets@ec.europa.eu

URL: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/index_en.htm

Estão disponíveis traduções do presente guia em várias línguas europeias na Internet. <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/regional-sme-policies>.

Embora o presente guia tenha sido elaborado com a intenção de ajudar as partes interessadas a utilizar fundos estruturais da UE para auxiliar PME, as informações são fornecidas sem que se assumam qualquer responsabilidade legal pela sua exatidão ou exaustividade. Pedidos específicos para a utilização de Fundos Estruturais da UE serão sempre apreciados nos termos das normas em vigor nessa data e no país em que é feito o pedido.

O presente guia faz parte de uma coleção. Títulos publicados até à data:

- N.º 1 Promover um Espírito Empreendedor e Competências de Empreendedorismo na UE
- N.º 2 Utilizar normas para apoiar o crescimento, a competitividade e a inovação
- N.º 3 Facilitar a transmissão de empresas
- N.º 4 Guia Inteligente da Inovação nos Serviços
- N.º 5 Aplicação da iniciativa «Small Business Act» a nível regional
- N.º 6 Como utilizar os fundos estruturais para apoiar as políticas a favor das PME e do empreendedorismo
- N.º 7 Apoiar a internacionalização das PME

AVISO LEGAL

Nem a Comissão Europeia nem qualquer pessoa agindo em seu nome são responsáveis pelo uso que possa ser feito da informação contida na presente publicação, nem por quaisquer erros que possam surgir, apesar de uma preparação e verificação cuidadosas. A publicação não reflete necessariamente o parecer ou a posição da União Europeia. Luxemburgo, Serviço das Publicações Oficiais da União Europeia, 2014.

ISBN 978-92-79-36480-8

ISSN 1977-6829

DOI 10.2769/93961

© União Europeia, 2014

Impresso na Bélgica

Reprodução autorizada mediante indicação da fonte, salvo indicação em contrário. Para utilização/reprodução de material com direitos de autor de terceiros especificado como tal, é necessária permissão do(s) titular(es) dos direitos de autor.

Prefácio



Num mundo globalizado, é necessário que as pequenas e médias empresas (PME) consigam suportar o aumento da concorrência proveniente de economias desenvolvidas e emergentes e aproveitem as oportunidades de mercado que estes países proporcionam. Existe uma ligação direta entre a internacionalização e o aumento do desempenho das PME. As atividades internacionais reforçam o crescimento e o emprego, aumentam a competitividade e apoiam a sustentabilidade a longo prazo das empresas. Todavia, as PME europeias ainda dependem em grande medida dos seus mercados internos, apesar das oportunidades oferecidas pelo mercado único da UE mais abrangente e pela globalização em geral.

A estratégia da UE para as PME, definida na Lei das pequenas empresas (Small Business Act) para a Europa, lançada pela Comissão em junho de 2008 e revista em 2011, apelou à UE e aos Estados-Membros para que apoiassem as PME e as incentivassem a tirar partido do crescimento dos mercados fora da UE, nomeadamente através de um apoio específico de abordagens ao mercado e atividades de formação empresarial.

Ao fazê-lo, podem beneficiar do crescente destaque na competitividade e inovação das PME nos fundos estruturais e de investimento da UE e, nomeadamente, do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional, que é, de longe, a maior fonte de financiamento da UE de apoio às PME.

Em 2007-2013, os fundos estruturais concederam cerca de 70 mil milhões de euros de apoio a empresas, predominantemente a PME. Quase 200 000 projetos financiados pelo FEDER prestaram assistência especificamente a PME (muitos projetos apoiando várias PME em simultâneo). Estes projetos resultaram em 78 000 novas empresas e na criação de pelo menos 268 000 postos de trabalho permanentes em PME (com um número muito superior de postos de trabalho preservados). Estes resultados continuarão a crescer à medida que os projetos prosseguem até ao final de 2015.

Recomenda-se este guia a decisores políticos, partes interessadas e autoridades de gestão, especialmente a nível regional, com a esperança de que os inspire a tomar medidas práticas para utilizar os fundos estruturais, a fim de ajudar as PME europeias a crescer e a expandir-se além-fronteiras.

Antonio Tajani

Antonio TAJANI

Vice-Presidente da Comissão Europeia
Responsável pela Indústria e Empreendedorismo

Johannes Hahn

Johannes HAHN

Membro da Comissão Europeia
Responsável pela Política Regional

Índice

Acrónimos	8	4. Como podem os fundos europeus estruturais e de investimento ser utilizados para projetos de internacionalização	25
1. Resumo	9	5. Exemplos de boas práticas	29
2. Por que motivo devem as PME «internacionalizar-se»?	13	5.1. Projetos de apoio, grupo 1.....	31
2.1. Introdução	13	5.2. Projeto de apoio, grupo 2: cofinanciado pelos fundos estruturais da UE.....	39
2.2. A situação atual.....	14	5.3. Projeto de apoio, grupo 3: projetos avaliados	48
2.3. Motores da internacionalização das PME	15	Annex I — Medidas e ações de apoio ao nível da UE	55
2.4. Principais entraves à internacionalização das PME	16	Annex II — Fontes	61
3. Apoio público à internacionalização das PME	19	Annex III — Outras publicações úteis	61
3.1. O papel do apoio público	19		
3.2. Sensibilização e utilização de programas de apoio público entre as PME.....	20		
3.3. Como apoiar a internacionalização das PME	22		

Acrónimos

APEC	Cooperação Económica Ásia-Pacífico
ASEAN	Associação das Nações do Sudeste Asiático
BRIC	Brasil, Rússia, Índia, China.
BSR-CBP	Região do Mar Báltico — Programa de Desenvolvimento de Capacidades
CNBC	Cooperação de Polos e Redes para o Sucesso Empresarial na Europa Central RDC
RDC	Regulamento Disposições Comuns
OEE	Organizações empresariais europeias
CE	Comissão Europeia
FEDER	Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional
FEEI	Fundos Europeus Estruturais e de Investimento
UE	União Europeia
IDE	Investimento direto estrangeiro
ETI	Equivalente a tempo inteiro
PI	Propriedade intelectual
DPI	Direitos de propriedade intelectual
TI	Tecnologias da informação
JOSEFIN	Joint SME Finance for Innovation (Financiamento Conjunto de PME para a Inovação)
OCDE	Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Económicos
SBA	Small Business Act
PME	Pequenas e médias empresas

RESUMO

Helping EU SMEs to internationalise

As pequenas e médias empresas (PME) são a coluna vertebral da economia europeia. Na UE, representam 99 % de todas as empresas, 67 % de todos os postos de trabalho no setor privado, cerca de 85 % de todos os novos empregos criados e aproximadamente 59 % do valor acrescentado pela economia. O estabelecimento de contactos internacionais abre novos mercados às PME e tem o potencial de fomentar consideravelmente a competitividade e o crescimento das PME.

No presente guia, o termo «internacionalização» refere-se a todas as atividades que colocam as PME numa relação empresarial significativa com um parceiro estrangeiro: exportação, importação, investimento direto estrangeiro (IDE — deslocalização ou externalização), subcontratação internacional e cooperação técnica internacional. Pode ocorrer a nível transfronteiriço, a nível transnacional na UE ou a nível internacional fora da UE.

A internacionalização pode resultar em ganhos de competitividade a nível da empresa que podem, em última análise, traduzir-se num melhor desempenho económico a nível nacional e europeu:

- A atividade internacional está fortemente relacionada com um crescimento mais elevado do volume de negócios.
- As PME que se encontram ativas internacionalmente apresentam, regra geral, um maior crescimento do emprego do que as restantes PME.
- A relação entre a internacionalização e a inovação é forte.

Não obstante este facto, poucas PME da UE realizam atividades a nível internacional, quer dentro ou fora da UE. De acordo com um estudo realizado em 2010, apenas 25 % das PME da UE tinham participado em atividades de exportação (dentro e fora da Europa) nos três anos anteriores. Apenas 13 % das PME da UE abordaram mercados em crescimento fora da UE.

Motores e entraves à internacionalização

A dimensão, idade e experiência das PME influenciam a sua disposição e capacidade para a internacionalização:

- Quanto maior for a empresa, mais tende para a internacionalização.
- As exportações e importações tendem a aumentar à medida que uma empresa amadurece.
- Um número muito reduzido de PME inativas internacionalmente prevê de facto iniciar atividades internacionais no futuro previsível.

Alguns setores tendem a ser mais adequados para a internacionalização do que outros:

- O comércio, a indústria transformadora, o transporte e comunicação e a investigação são os setores mais internacionais.
- As empresas que participam em comércio eletrónico são mais ativas internacionalmente dos que os seus homólogos tradicionais.

Se o objetivo é ajudar mais PME a trabalhar com parceiros internacionais, o primeiro passo a tomar deve consistir em compreender o que as impede de o fazer. São os seguintes os principais entraves comunicados pelas PME:

- inexistência de fundo de maneio suficiente para financiar exportações;
- dificuldade em identificar oportunidades comerciais no estrangeiro;
- inexistência de informações suficientes de apoio à localização/análise de mercados;
- incapacidade de contactar potenciais clientes no estrangeiro;
- dificuldade em conseguir uma representação fiável no estrangeiro;
- falta de tempo dos quadros dirigentes;
- inexistência de pessoal suficiente e/ou de pessoal qualificado.

O apoio público pode desempenhar um papel importante

O apoio público pode desempenhar um papel importante na promoção de uma maior internacionalização. Um estudo da Comissão realizado em 2011 demonstrou que, em média, os programas de apoio público a PME (financeiros e não financeiros, a nível nacional e da UE) permitiram:

- aumentar o volume de negócios das PME no mercado-alvo em 28 %;
- aumentar o volume de negócios total das empresas em 11 %;
- criar ou preservar três postos de trabalho em cada PME;
- garantir aproximadamente 12 % do volume de negócios do ano seguinte.

O apoio bem-sucedido tem de basear-se, em primeiro lugar, no desenvolvimento de capacidades nas PME, com o acesso a formação e serviços de consultoria a desempenhar um papel central. É necessário que as empresas sejam classificadas, avaliadas e analisadas antes do ajuste do conjunto de programas de apoio (regra geral) normalizados, para criar um plano de apoio específico para a empresa. Além disso, para fomentar a competitividade e o crescimento, os programas devem apoiar todos os tipos de internacionalização, não apenas a exportação.

Embora já se encontrem em vigor muitos programas de apoio à internacionalização das PME, estes são, em grande medida, desconhecidos: a percentagem de PME da UE que conhece estas oportunidades varia entre 15 % para as microempresas e 27 % para as médias empresas, e entre apenas 10 % para as empresas sem atividades a nível internacional e 22 % das PME com atividades internacionais.

Utilização de Fundos Estruturais e de Investimento da UE para apoiar a internacionalização

Os fundos estruturais podem impulsionar projetos práticos para ajudar as PME a estabelecer contactos internacionais. Assim, o presente guia sugere ações que podem ser utilmente empreendidas em todos os Estados-Membros e regiões com o apoio dos fundos estruturais europeus.

O público-alvo consiste, principalmente, em decisores políticos, partes interessadas e autoridades de gestão a nível regional.

Como apoiar a internacionalização das PME

O anexo 1 enumera as medidas da UE que são de fácil acesso e que podem ajudar no aconselhamento de PME.

O capítulo 3.3 apresenta uma panorâmica de algumas abordagens que provaram ser muito bem-sucedidas nos Estados-Membros. Estes programas prestam apoio a PME individualmente ou trabalham através de redes e polos. Tendem a ser mais eficazes quando incidem em setores específicos.

O capítulo 4 descreve como utilizar os fundos estruturais da UE para projetos de internacionalização.

O capítulo 5 apresenta exemplos de boas práticas, a fim de proporcionar inspiração para ações práticas com o objetivo de incentivar as PME europeias a expandir-se internacionalmente e a fomentar o crescimento.

2

Por que motivo devem as PME «internacionalizar-se»?

2.1 Introdução

As pequenas e médias empresas (PME)¹ são a coluna vertebral da economia europeia. Representam 99 % de todas as empresas da UE, 67 % de todos os postos de trabalho no setor privado não financeiro, cerca de 85 % de todos os novos empregos criados (CE, 2011 (3), p. 5-6) e aproximadamente 59 % do valor acrescentado produzido pela economia².

A internacionalização abre novos mercados às PME e tem o potencial de fomentar consideravelmente a competitividade e o crescimento das PME.

No presente guia, o termo «internacionalização» refere-se a todas as atividades que colocam as PME numa relação empresarial significativa com um parceiro estrangeiro: exportação, importação, investimento direto estrangeiro (IDE — deslocalização ou externalização), subcontratação internacional e cooperação técnica internacional (CE, 2012, p. 5) — ou seja: atividades empre-

sariais que respondam às oportunidades e aos desafios da globalização (CE, 2007, p. 13). Pode ocorrer a nível transfronteiriço, a nível transnacional na UE ou a nível internacional fora da UE.

A internacionalização pode resultar em ganhos de competitividade a nível da empresa que podem, em última análise, traduzir-se num melhor desempenho económico e nível nacional e europeu (CE, 2010, p. 57). Um estudo publicado em 2010 e que abrange os anos de 2007 e 2008 apresentou os seguintes resultados (CE, 2010, p. 8):

- **A atividade internacional correlaciona-se fortemente com um crescimento mais elevado do volume de negócios.** Mais de 50 % das PME que investiram no estrangeiro ou participaram em subcontratação internacional comunicaram um aumento do volume de negócios, enquanto a média para as PME no seu conjunto foi de cerca de 33 %.

¹ A Comissão Europeia considera que uma empresa é uma PME se possuir uma força de trabalho até 250 empregados, um volume de negócios anual até 50 milhões de euros e um balanço total até 43 milhões de euros.

² http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Small_and_medium-sized_enterprises.

- **As PME que se encontram ativas internacionalmente apresentam, regra geral, um maior crescimento do emprego** do que as restantes PME. Por exemplo:
 - O crescimento do emprego dos exportadores foi 7 %, dos não exportadores foi 3 %.
 - O crescimento do emprego dos exportadores foi 8 %, dos não exportadores foi 2 %.
 - As PME que importam e exportam comunicaram 10 % de crescimento do emprego; as restantes apenas 3 %.
 - As PME com IDE comunicaram um crescimento do emprego de 16 %, as restantes apenas de 4 %.

- **A relação entre a internacionalização e a inovação é forte.**

26 % das PME ativas a nível internacional lançaram produtos ou serviços que eram novos no seu setor no respetivo país, ao passo que para as restantes PME a percentagem foi de apenas 8 %. As PME ativas a nível internacional tiveram também mais sucesso com inovações a nível de processos que eram novos no seu setor no respetivo país (11 % em oposição a 3 % para as restantes PME).

Portanto, as PME ativas a nível internacional são mais competitivas dos que os seus homólogos nacionais (CE, 2010, p. 70). Beneficiam de acesso a experiência e tecnologia, de uma maior eficiência e de economias de escala e do aumento da competência através da entrada em mercados difíceis e da exploração das vantagens da tecnologia de ponta (CE, 2007, p. 10). Com uma maior integração no mercado, as PME podem desempenhar um papel importante nas cadeias de valor mundiais.

Não obstante este facto, apenas uma pequena parte das PME da UE desenvolvem atividades a nível internacional dentro ou fora da UE.

2.2 A situação atual

As atividades internacionais ajudam as empresas a competir, crescer e a sobreviver a longo prazo. Todavia, um estudo realizado em 2010 demonstrou que apenas 25 % das PME comunitárias tinham realizado exportações (dentro e fora da Europa) nos três anos anteriores³.

Apenas 13 % tinha como alvo mercados fora da UE.

Por conseguinte, para a grande maioria das PME europeias, a UE é o seu mercado principal. É igualmente um primeiro passo positivo e adequado para o lançamento das operações internacionais para além da UE. Na maior parte dos casos, o mercado interno da UE permite que as pequenas e microempresas cresçam até à fase em que conseguem competir de modo bem-sucedido além das fronteiras da UE. Assim, para a maioria das PME, a UE pode funcionar como uma rampa de lançamento para a participação mais bem-sucedida em mercados internacionais (CE, 2007, p. 5).

Os benefícios da internacionalização decorrem não apenas da exportação, mas de todos os tipos de atividade internacional. Importar, por exemplo, pode melhorar o desempenho ao possibilitar o acesso a novas tecnologias e capacidades, além de que existem mais empresas europeias ativas em atividades de importação do que de exportação. O investimento direto estrangeiro (relocalização ou externalização), as transferências de tecnologia, a participação em cadeias de valor internacionais e outras formas de cooperação entre PME estão igualmente a ganhar terreno. Em todos os casos, as empresas procuram principalmente uma maior vantagem concorrencial: acesso a tecnologia e a materiais menos onerosos ou mais prontamente disponíveis é tão importante para as empresas quanto aceder a outros mercados, se não mais importante (CE, 2007, p. 8)

³ CE, 2010, p. 5: As estatísticas baseiam-se numa amostra de aproximadamente 1000 PME de 26 setores. Os dados foram recolhidos na primavera de 2009 (quando a UE tinha 27 Estados-Membros) e abrangem o período 2006-2008.

O quadro a seguir apresenta uma panorâmica das diferentes abordagens seguidas pelas PME da UE (CE 2010, p 16, 17, 33, 36).

Tipo de internacionalização	...% de todas as PME da UE	...% das que têm como alvo		...% de todas as PME da UE que têm como alvo mercados fora da UE
		uma região transfronteiriça (aprox.)	outros países da UE (aprox.)	
Importação	29 %	35 %	89 %	14 %
Exportação	25 %	47 %	80 %	13 %
Cooperação tecnológica com um parceiro estrangeiro	7 %	n.d.		
Subcontratação para um parceiro estrangeiro	7 %			
Utilização de subcontratação estrangeira	7 %			
Investimento direto estrangeiro	2 %			

No total, mais de 40 % das PME europeias participam em algum tipo de relação empresarial internacional. No entanto, poucas estão ativas fora da UE (CE, 2010, p 15).

Que mercados de crescimento fora da UE trazem mais vantagens às empresas europeias?

Um estudo de 2011 demonstrou que os seguintes sete mercados-alvo são cada vez mais importantes para as empresas europeias: Brasil, Rússia, Índia, China («os países BRIC»), Japão, Coreia do Sul e Ucrânia. A participação de PME da UE internacionalizadas com atividades empresariais nestes mercados de crescimento entre 2009 e 2010 foi a seguinte: Rússia: 13 %, China: 10 %, Ucrânia: 8 %, Japão: 7,5 %, Brasil: 6,5 %, Índia: 6 %, e Coreia do Sul: 4,5 % (CE, 2011 (1), p. 13).

2.3. Motores da internacionalização das PME

Os prestadores de serviços de apoio devem conhecer os fatores relativos ao ambiente empresarial que promovem ou prejudicam a internacionalização das PME: «motores» e «entraves». Não podem influenciá-los diretamente, mas ao terem conhecimento dos mesmos podem utilizar

da melhor forma os motores e reduzir os entraves tanto quanto possível.

Começemos pelos motores.

As principais características da atual vaga de globalização são as seguintes (CE, 2007, p. 6):

- uma diminuição sem precedentes dos entraves ao comércio a nível mundial;
- uma logística amplamente melhorada e sistemas de comunicação disponíveis para todas as empresas;
- a revolução da tecnologia da informação que abriu o caminho para maiores intercâmbios de tecnologia e conhecimento e o advento de novos tipos de transações económicas, tais como o comércio eletrónico.

Estas vantagens aplicam-se tanto às grandes empresas como às PME, mas parece ser menos óbvio para as PME como tomar partido das referidas vantagens. Criar PME mais internacionais significa criar empresários mais internacionais, com exposição precoce, preferencialmente no sistema de ensino, ao contexto internacional e às vantagens de uma perspetiva internacional (CE, 2007, p. 10).

Ao incidir nos diferentes mercados nacionais das PME, é possível verificar que quanto mais pequeno é o país, mais internacionais são as respetivas PME. Países como a Estónia, a Dinamarca, a Suécia, a República Checa ou a Eslovénia apresentam uma percentagem de exportadores entre 55 % e 35 %, enquanto a média da UE é 25 % e a Alemanha, a França e o Reino Unido apresentam cerca de 20 % (CE, 2010, p. 24).

Como é natural, as PME sediadas perto de uma fronteira são muito mais ativas nas zonas transfronteiriças que se lhe avizinham, mas não mais que isso (CE, 2010, p. 6).

A dimensão, idade e experiência das PME são fatores importantes na respetiva disposição e capacidade para a internacionalização:

- **Quanto maior for a empresa, maior é a tendência para a sua internacionalização, em geral:** 24 % das microempresas, 38 % das pequenas empresas e 53 % das médias empresas exportam; no que diz respeito às importações as respetivas percentagens são 28 %, 39 % e 55 % (CE, 2010, p. 5).
- **As atividades de importação e exportação aumentam à medida que uma empresa amadurece.** As percentagens de PME que exportam aumentam gradualmente de pouco mais de 15 % das empresas até 4 anos de idade para quase 30 % das empresas com 25 anos ou mais (CE, 2010, p. 6).
- No que se refere à **experiência**, poucas PME que não participam nos mercados internacionais tencionam iniciar atividades internacionais no futuro próximo. Apenas cerca de 4 % de todas as empresas não internacionalizadas afirmam alguma intenção de iniciar operações internacionais (CE, 2010, p. 6).

Existe algum tipo específico de internacionalização particularmente adequado para começar?

Mais frequentemente, as PME começam por importar. Das PME que importam e exportam, as que começaram por importar correspondem

a duas vezes mais (39 %) do que as que começaram por exportar (18 %). 42 % começaram por importar e exportar no mesmo ano (CE, 2010, p. 6).

Por último, alguns setores tendem a ser mais adequados para a internacionalização do que outros:

O comércio, a indústria extractiva e transformadora, o transporte e comunicação e a investigação são os setores mais internacionais. Os setores com a participação mais elevada de PME exportadoras são o setor mineiro (58 %), a indústria transformadora (56 %), o comércio por grosso (54 %), a investigação (54 %), as vendas de veículos automóveis (53 %), o aluguer (39 %) e os transportes e comunicações (39 %). Entre os serviços, o setor da investigação obtém uma classificação elevada (EC, 2010, p. 6).

As empresas que participam em comércio eletrónico são mais ativas internacionalmente. Dispor dos meios para vender produtos ou serviços na Internet tem uma correlação positiva com participar em mercados de importação ou exportação (mesmo quando controlados para outros factores tal como a dimensão da empresa). Uma conclusão possível é que a Internet facilitou o processo de superação de alguns entraves à internacionalização que as PME de todas as dimensões enfrentam. Com efeito, a relação entre determinados entraves e a dimensão das empresas diminuiu devido à Internet (CE, 2010, p. 7).

2.4. Principais entraves à internacionalização das PME

A perceção dos entraves à internacionalização das PME possibilita a orientação do apoio às necessidades específicas das PME (CE, 2010, p. 57).

Embora os mercados internacionais, tanto privados como públicos, ofereçam às empresas europeias oportunidades consideráveis, as PME enfrentam obstáculos particulares na exploração do mercado global, especialmente quando se trata de aceder às informações sobre os

⁴ Final background report of the OECD-APEC joint project on 'Removing barriers to SME access to international markets', Conferência Global OCDE-APEC, 6-8 de novembro de 2006, Atenas, Grécia.

mercados, de identificar possíveis clientes e de encontrar os parceiros certos. Também enfrentam problemas mais complexos, tais como o cumprimento da legislação estrangeira, por exemplo normas vinculativas em matéria de direito contratual, regulamentação aduaneira, normas e regulamentos técnicos, gestão da transferência de tecnologias e proteção dos direitos de propriedade intelectual ou industrial. Regra geral, as PME estão menos bem equipadas do que as empresas de maior dimensão, em termos de competências internas e de recursos financeiros ou humanos, para enfrentar tais desafios (CE, 2011 (2), p. 3).

Para serem bem-sucedidas, as políticas de apoio à expansão internacional das PME devem começar por compreender os principais problemas que estas enfrentam quando ponderam começar a operar com um parceiro estrangeiro. De acordo com a OCDE⁴, são os seguintes os principais entraves comunicados pelas PME (CE, 2007, p. 10-11):

- inexistência de fundo de maneio suficiente para financiar exportações;
- dificuldade em identificar oportunidades comerciais no estrangeiro;
- falta de informações suficientes para a localização/análise de mercados;
- incapacidade de contactar potenciais clientes no estrangeiro;
- dificuldade em conseguir uma representação fiável no estrangeiro;
- falta de tempo dos quadros dirigentes para lidar com a internacionalização;
- inexistência de pessoal suficiente e/ou de pessoal qualificado.

As empresas que ainda não participam no mercado internacional podem subestimar alguns entraves e sobrestimar outros, pelo que a experiência internacional das empresas, ou a falta dela, deve ser tomada em consideração na conceção e no desenvolvimento dos serviços de apoio às empresas (CE, 2010, p. 57).

Um inquérito realizado em 2010 (CE, 2010, p. 58-59) revelou os seguintes **entraves nas empresas**, tal como encarados pelas PME:

- o preço do respectivo produto ou serviço;

- o custo elevado da internacionalização;
- a qualidade do produto e a falta de pessoal qualificado;
- as especificações dos produtos da empresa;
- a língua.

O entrave mais importante segundo as PME é o preço dos produtos ou serviços da empresa. Este facto depende, evidentemente, dos preços gerais no mercado nacional e do nível de eficiência empresarial; portanto, não é provável que as medidas específicas de apoio à internacionalização resolvam esta questão. Contudo, integrar medidas destinadas a aumentar a eficiência empresarial, quer através da combinação das políticas de internacionalização e inovação ou através do incentivo do abastecimento eficiente de materiais, talvez por meio de importações diretas, pode ser eficaz.

O segundo entrave mais importante é «o custo elevado da internacionalização». Compete à UE trabalhar na perspetiva do estabelecimento de regras do comércio internacional que satisfaçam as necessidades específicas das PME europeias. A Comissão Europeia tenciona diminuir os entraves pautais e não pautais ao comércio através da negociação de acordos de comércio livre com países terceiros. Procura ainda a aproximação regulamentar por meio de vários diálogos, por exemplo no âmbito da Política Europeia de Vizinhança, designadamente, a Parceria Oriental e a cooperação industrial UE-MED.

Contudo, é possível prestar apoio técnico directo às PME, por exemplo, tornando as informações sobre mercados internacionais facilmente acessíveis, ajudando as PME a estabelecer parcerias internacionais de comércio, investigação ou tecnologia (por exemplo, através da Enterprise Europe Network, ver anexo 1) ou subsidiando a participação em feiras comerciais internacionais.

A dimensão das empresas tem pouca influência nos entraves internos exceto no que diz respeito à ausência de pessoal suficientemente qualificado: quanto mais pequena for a empresa, maior parece ser este entrave.

O estudo analisou ainda os **entraves externos** no contexto empresarial (CE, 2010, p. 59-60). Os fatores que a maioria das PME considerou prejudiciais à internacionalização são os seguintes:

- falta de capital;
- falta de apoio público adequado;
- falta de informação adequada;
- o custo da documentação necessária para o transporte os as dificuldades que lhe estão associadas;
- diferentes leis e regulamentos nos países estrangeiros;
- entraves pautais ou outros entraves comerciais no mercado externo;
- diferenças culturais (incluindo a cultura empresarial).

Os padrões dos entraves externos sentidos na UE e no mundo em geral são bastante semelhantes, embora os «entraves pautais e outros entraves ao comércio em mercados externos», as «diferentes leis e regulamentos nos países estrangeiros», os «entraves pautais ou outros entraves no país de origem» e as «diferenças culturais» sejam referidos consideravelmente menos em relação à UE. Surpreendentemente, as PME mencionaram a «falta de capital» e «falta de apoio público adequado» com mais frequência em relação à UE do que aos mercados globais. É possível que tal se deva, regra geral, ao facto de as PME ativas em mercados terceiros tenderem a ser maiores e mais experientes. As PME de maior dimensão consideram as «diferentes leis e regulamentos nos países estrangeiros» mais importantes, ao passo que as microempresas referiram mais frequentemente a «falta de capital».

3

Apoio público à internacionalização das PME

© tfoxfoto/Stock/Thinkstock

3.1. O papel do apoio público

Verificou-se que as PME desempenham um papel fundamental na estabilidade e no potencial de qualquer economia nacional em termos de emprego e valor acrescentado. Uma vez que a maior parte das PME enfrenta limitações em termos de recursos, necessitam de apoio para adquirir as capacidades necessárias para competir no mercado internacional (CE, 2007, p. 17).

É por este motivo que a estratégia da UE para as PME, definida na Lei das pequenas empresas para a Europa (LPE), lançada pela Comissão em junho de 2008⁵ e revista em 2011⁶, apelou à UE e aos Estados-Membros para que apoiassem as PME e incentivou-as a tirar partido do crescimento dos mercados fora da UE, nomeadamente através de apoio específico e de atividades de formação empresarial (CE, 2011 (2), p. 5). Este tema foi mais aprofundado na comunicação de 2011 da Comissão *Pequenas empresas, grande mundo — uma nova parceria para ajudar as PME a aproveitar as oportunidades à escala mundial*⁷.

As PME valorizam claramente o apoio público: 11 % das que utilizam medidas de apoio público concedidas pelos respetivos governos afirmam que não teriam realizado atividades a nível internacional sem elas. No total, 55 % das PME ativas a nível internacional concordam com pelo menos uma das seguintes quatro afirmações (CE, 2010, p. 70):

- Sem apoio não se teriam internacionalizado.
- Com o apoio internacionalizaram-se mais cedo do que o teriam feito de outro modo.
- Com o apoio participaram em atividades adicionais de internacionalização.
- Com o apoio adquiriram mais conhecimentos sobre as oportunidades nos mercados estrangeiros.

O apoio público pode igualmente fornecer um contributo valioso ao resolver problemas que são considerados os principais entraves à internacionalização, como o acesso à informação e o acesso ao apoio financeiro (CE, 2010, p. 70).

⁵ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:PT:PDF>.

⁶ http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/files/sba_review_en.pdf.

⁷ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0702:FIN:PT:PDF>.

O estudo de 2011 da Comissão demonstrou que, em média, a utilização de programas de apoio público (financeiros e não financeiros, a nível nacional e da UE) (EC, 2011 (1), p. 8) permitiu.

- aumentar o volume de negócios das PME no mercado-alvo em 28 %;
- aumentar o volume de negócios total das empresas em 11 %;
- criar ou preservar três postos de trabalho em cada PME;
- garantir aproximadamente 12 % do volume de negócios do ano seguinte.

3.2. Sensibilização e utilização de programas de apoio público entre as PME

Embora já existam muitos programas de apoio à internacionalização das PME, estes são, em grande medida, desconhecidos: a percentagem de PME da UE que conhece estas possibilidades varia entre 15 % para as microempresas e 27 % para as médias empresas e entre apenas 10 % para as empresas que não são ativas a nível internacional e 22 % para as empresas com atividades internacionais (CE, 2010, p. 7).

Existem diferenças entre os setores: 20 % a 25 % das PME no setor grossista e na indústria transformadora conhecem os programas de apoio, ao passo que no setor retalhista, dos transportes e dos serviços pessoais apenas 10 % a 13 % das empresas conhecem o apoio público disponível. O primeiro passo para apoiar adequadamente o acesso das PME às oportunidades dos mercados internacionais consiste, portanto, em aumentar a sensibilização consideravelmente baixa relativamente aos programas de apoio às empresas entre as PME (CE, 2010, p. 7).

Embora as pequenas empresas estejam muito mais expostas aos entraves ao comércio do que as empresas maiores, as empresas de maior dimensão conhecem melhor as medidas de apoio disponíveis e, conseqüentemente, tiram melhor partido das mesmas (CE, 2010, p. 63, 64). Até agora, apenas um número muito reduzido de PME da UE utiliza medidas de apoio público. Segundo um estudo de 2010, o apoio não financeiro é mais utilizado pelas empresas mais pequenas que operam ao nível internacional: 10 % das microempresas, em comparação com 8 % das pequenas empresas e 6 % das médias empresas. O apoio financeiro, por outro lado, é mais utilizado pelas PME de maior dimensão entre as que operam ao nível internacional: 10 % das microempresas, 13 % das pequenas empresas e 16 % das médias empresas (CE, 2010, p. 7).

No entanto, existem grandes diferenças entre os países. Uma grande percentagem de PME na Áustria (47 %) comunicou utilizar apoio financeiro, ao passo que em países como Portugal, Dinamarca e os Países Baixos, o valor é 1 % ou inferior. A utilização de apoio não financeiro é mais elevada na Eslovénia (23 %), em Chipre (19 %) e na Letónia (16 %), mas bastante inferior em todos os restantes Estados-Membros (CE, 2010, p. 7, 67). O quadro infra apresenta a utilização de medidas de apoio público financeiras e não financeiras à internacionalização em 2009 repartidas por país, em percentagem das PME com atividades à escala internacional:

Percentagem de PME ativas internacionalmente que utilizam apoio financeiro ou não financeiro

Classificação	País	% que utiliza apoio financeiro	Classificação	País	% que utiliza apoio não financeiro
1	Áustria	47 %	1	Eslovénia	23 %
2	Turquia	32 %	2	Chipre	19 %
3	Grécia	17 %	3	Letónia	16 %
4	Letónia	17 %	4	Lituânia	12 %
5	Noruega	14 %	5	Luxemburgo	11 %
6	Alemanha	14 %	6	Itália	11 %
7	Espanha	10 %	7	Noruega	11 %
8	Itália	9 %	8	Grécia	11 %
9	Eslováquia	9 %	9	França	9 %
10	França	7 %	10	Espanha	9 %
11	Roménia	6 %	11	Alemanha	7 %
12	Hungria	5 %	12	Dinamarca	5 %
13	Suécia	5 %	13	Reino Unido	5 %
14	Chipre	5 %	14	Irlanda	4 %
15	Reino Unido	5 %	15	Áustria	3 %
16	Eslovénia	4 %	16	Polónia	3 %
17	Luxemburgo	4 %	17	ARJM	2 %
18	Listenstaine	4 %	18	Finlândia	2 %
19	Bélgica	4 %	19	Bélgica	1 %
20	Finlândia	3 %	20	Eslováquia	1 %
21	Estónia	3 %	21	Países Baixos	0 %
22	Lituânia	3 %	22	Estónia	0 %
23	Polónia	3 %	23	Malta	0 %
24	Irlanda	3 %	24	Croácia	0 %
25	Malta	2 %	25	Portugal	0 %
26	Bulgária	2 %	26	Suécia	0 %
27	Croácia	2 %	27	República Checa	0 %
28	República Checa	2 %	28	Bulgária	0 %
29	Portugal	1 %	29	Hungria	0 %
30	Dinamarca	1 %	30	Islândia	0 %
31	Países Baixos	1 %	31	Listenstaine	0 %
32	ARJM	0 %	32	Roménia	0 %
33	Islândia	0 %	33	Turquia	0 %

Que tipo de apoio público utilizam as PME com mais frequência?

Entre os serviços financeiros, os «subsídios e subvenções» são, de longe, os mais utilizados e são igualmente considerados os mais úteis pelas PME que realizam atividades internacionais. De entre os serviços de apoio não financeiros disponíveis, os seis que são principalmente utilizados pelas PME e, portanto, em que se deve incidir (CE, 2011 (1), p. 51) são os seguintes:

- informações sobre regras e regulamentações;
- informações sobre oportunidades de mercado;
- exposições em feiras comerciais internacionais;
- identificação de potenciais parceiros comerciais estrangeiros;
- cooperação empresarial e trabalho em rede;
- encontros combinados (*match-making*).

3.3. Como apoiar a internacionalização das PME

A ajuda bem-sucedida à internacionalização depende principalmente do desenvolvimento de capacidades na PME; sendo que o apoio individual e o acesso a formação e serviços de consultoria desempenham um papel central. Tal exige a classificação, seleção e análise das empresas antes do ajuste do conjunto de programas de apoio (regra geral) normalizados, para criar um plano de apoio específico para a empresa. Além disso, para fomentar a competitividade e o crescimento, os programas devem apoiar todos os tipos de internacionalização, não apenas a exportação (CE, 2007, p. 32).

Os principais programas de internacionalização devem atrair o maior número possível de PME (CE, 2007, p. 32). Recomenda-se que se preste especial atenção às microempresas e às pequenas empresas, ou seja, as PME com uma força de trabalho inferior a 50 empregados, um volume de negócios inferior a 10 milhões de euros e um balanço total inferior a 10 milhões de euros. Estas empresas constituem o

grosso de todas as PME e são especialmente vulneráveis. Devem orientar-se esforços para a expansão da capacidade para atividades simultaneamente inovadoras e internacionais, uma vez que ambas tendem a estar associadas (ver capítulos anteriores). O comércio eletrónico é outro componente em que se deve incidir: com a Internet prontamente disponível enquanto canal de distribuição mesmo para as PME de menor dimensão, o comércio eletrónico transfronteiras proporciona um enorme potencial de crescimento para estas empresas (CE, 2010, p. 71-75).

No que se refere aos sete mercados-alvo Brasil, Rússia, Índia, China, Japão, Coreia do Sul e Ucrânia, os tipos de apoio público a partir dos quais as PME europeias esperam maiores efeitos relacionam-se, regra geral, com (CE, 2011 (1), p. 7):

- assistência na identificação de parceiros empresariais nestes países;
- prestação de informações adequadas sobre oportunidades de mercado;
- prestação de informações adequadas sobre regras e regulamentações.

Todavia, nem todo o apoio público é igualmente eficaz.

Em primeiro lugar, o apoio deve incidir nas áreas em que existe uma deficiência no mercado, evitando assim concorrência indevida com prestadores de serviços privados. Deve igualmente definir metas e objetivos quantitativos claros, com a introdução de acompanhamento e avaliação dos resultados. Tal serve para garantir que o apoio alcança os beneficiários pretendidos, obtém os resultados exigidos e não desperdiça recursos públicos (CE, 2010, p. 70).

Existem vários centros empresariais, serviços de assistência, sítios Web, bases de dados e outros serviços geridos ou apoiados pela Comissão Europeia que foram concebidos para ajudar as PME na sua internacionalização. Constituem também uma fonte de informação valiosa para as organizações de apoio às PME. Estas medidas e ações são enumeradas no anexo 1.

Além disso, é oferecida uma ampla gama de atividades de apoio empresarial nos mercados e para os mercados fora da UE por prestadores de serviços privados, semipúblicos e públicos nos Estados-Membros (por exemplo, câmaras de comércio nacionais, associações empresariais, consultores comerciais, agências de PME e organizações de promoção das trocas), sendo que todos dispõem de uma grande experiência na ajuda às PME para a realização de atividades internacionais⁸.

Estes programas podem prestar apoio individual ou apoio através de redes e polos.

Apoio individual

O apoio individual baseia-se numa análise das PME individualmente e dos domínios que carecem de assistência; o apoio é então adaptado aos seus recursos e capacidades específicos (CE, 2007, p. 22).

Estes programas começam, normalmente, por avaliar a «prontidão para a internacionalização» das PME e prosseguem com consultoria a longo prazo para ajudar as empresas a desenvolver as capacidades de gestão necessárias para atividades internacionais. São, em regra, complementados por um conjunto de medidas destinadas a cobrir os outros domínios que normalmente carecem de apoio: informação e, por vezes, apoio ao financiamento de atividades internacionais, acesso à informação, redes, etc.

Os programas de apoio individual são globais na sua perspetiva da empresa e enfrentam os entraves específicos que se colocam às PME individualmente na realização de atividades internacionais. São, com efeito, um «programa de programas» cujo ponto focal consiste em conceber uma estratégia de internacionalização sustentável para a PME individualmente (CE, 2007, p. 22).

Redes e Polos

As redes expandem a capacidade de cada PME para a internacionalização e continuam a ser um componente crucial de tal apoio. Existem dois tipos de redes: redes de apoio e redes de cooperação (CE, 2007, p. 24-5).

As **redes de apoio** tendem a ser geridas pelo governo (por exemplo, através de serviços comerciais no estrangeiro) ou grandes associações empresariais. Desempenham um papel fundamental no apoio a qualquer tipo de internacionalização, já que possibilitam o acesso a informações que são suscetíveis de ser diretamente utilizadas pela PME. Neste papel, abrangem um dos domínios de mais procura e necessidade em relação às PME (CE, 2007, p. 24-5).

As **redes de cooperação** incidem na promoção de cooperação direta entre empresas. Estudos indicam que as abordagens de cooperação, as alianças e as redes que envolvem PME aumentarão no futuro (CE, 2007, p. 24-5).

Os polos, as redes empresariais e os consórcios de exportação podem desempenhar um papel importante para que as PME adquiram uma perspetiva mais internacional. Os consórcios de exportação, em particular, desempenham um papel específico ao representarem grupos de empresas que trabalham em conjunto num projeto de desenvolvimento de exportações. Por exemplo, estudos recentes revelaram que PME recém-criadas que desenvolvem novos produtos e serviços no âmbito de um nicho específico operam desde o início em mercados internacionais e a participação num polo ou cluster empresarial aumenta a sua capacidade de exportação (CE, 2011 (2), p. 13).

As PME organizadas em **polos empresariais ou clusters e redes de empresas** podem beneficiar de contactos, relações empresariais e conhecimentos formais e informais no quadro do polo e da rede empresarial, bem como de serviços personalizados prestados por polos empresariais e organizações em rede. Tais vantagens facilitam, por exemplo, o desenvolvimento de parcerias no estrangeiro, de modo a que as PME tenham um acesso mais fácil a cadeias de valor globais, ao desenvolvimento de alianças estratégicas com organizações de investigação em polos ou redes empresariais homólogos, à expansão das suas atividades comerciais no estrangeiro, incluindo contratos públicos, e à obtenção de competências

⁸ O capítulo 5 apresenta alguns exemplos de boas práticas, que se destinam a inspirar medidas práticas com o objetivo de ajudar as PME europeias a realizar atividades a nível internacional e a crescer.

adequadas e de aconselhamento profissional personalizado (CE, 2011 (2), p. 13).

Os Estados-Membros devem reconhecer organizações de polos e redes como facilitadores importantes e incluí-las em regimes de apoio às empresas destinados a fomentar a internacionalização das PME (CE, 2011 (2), p. 13).

Programas setoriais

O setor em que uma empresa opera desempenha um papel importante na «exposição» a mercados

externos, uma vez que nem todas as indústrias são igualmente afetadas pela globalização. As indústrias de alta tecnologia e de tecnologia média a alta são, em média, geralmente mais internacionalizadas do que as indústrias de menor índice tecnológico. A este respeito, não existem diferenças fundamentais entre setores de produtos e setores de serviços. As empresas em setores de alta tecnologia devem ser particularmente especializadas e orientadas para um nicho a fim de conseguirem competir. Os programas de apoio individualizados são, portanto, fortemente recomendados (CE, 2007, p. 25-26).

4

Como podem os fundos europeus estruturais e de investimento ser utilizados para projetos de internacionalização

© monkeybusinessimages/iStock/Thinkstock

Das diferentes fontes de financiamento acessíveis aos programas de internacionalização, estes guias incidem na principal: Fundos Europeus Estruturais e de Investimento (FEEI). (Para outras oportunidades de financiamento, ver a edição mais recente da «Panorâmica das principais oportunidades de financiamento acessíveis às PME europeias»⁹ no sítio Web da Comissão Europeia.)

Os regulamentos relativos aos fundos europeus estruturais e de investimento enumeram objetivos temáticos e prioridades de investimento relacionados com os objetivos «Europa 2020» para fomentar o emprego e o crescimento na UE.

Os programas são formulados e geridos a nível nacional e/ou regional. Na formulação de programas, os Estados-Membros escolhem os objetivos que lhes são mais relevantes à luz das suas necessidades de desenvolvimento e das prioridades europeias, tais como recomendações específicas por país no âmbito da coordenação das políticas económicas do «Semestre Europeu» e princípios gerais tais como a neces-

sidade de concentração, incidência nos resultados e valor acrescentado (sem substituição de financiamento nacional).

A fim de assegurar o necessário nível de apropriação, empenho e eficácia na utilização dos recursos, os Estados-Membros fazem intervir todos as esferas administrativas e os agentes socioeconómicos relevantes.

Em termos práticos:

- Com base na estratégia «Europa 2020», está a ser acordado um contrato de parceria entre a Comissão e cada Estado-Membro para o período de 2014 a 2020. Este contrato reúne todos os compromissos individuais do respetivo Estado-Membro para a consecução dos objetivos e das metas que são estabelecidos ao nível europeu.
- Cada Estado-Membro traduzirá o seu contrato de parceria em vários programas operacionais que estipulam as prioridades de financiamento para 2014-2020. Estes programas são geridos por autoridades de gestão nomeadas a nível nacional ou regional pelos diferentes Estados-Membros.

⁹ http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=5778&tpa=0&tk=&lang=pt.

- Ao longo do período de programação (ou seja, de 2014 a 2020) cada autoridade de gestão publicará convites à apresentação de propostas para projetos a financiar a nível regional. Será também possível apresentar um novo projeto como parte de um programa em curso.

Dos instrumentos de financiamento instituídos para apoiar a política regional e de coesão da UE, o FEDER é, de longe, aquele de que as PME mais beneficiam. O seu objetivo consiste em reduzir as disparidades no desenvolvimento das regiões e apoiar a coesão económica e social na UE.

Para encorajar a criação de PME e fomentar a sua competitividade, o FEDER cofinancia atividades numa ampla gama de domínios (CE, 2012, p. 2, 10):

- empreendedorismo, inovação e competitividade para as PME (por exemplo, orientação empresarial, tecnologias inovadoras e sistemas de gestão em PME, eco-inovação e melhor utilização das tecnologias de informação e comunicação);
- melhoria da envolvente regional e local para as PME (por exemplo, acesso a capital na fase de arranque e crescimento, infraestrutura empresarial e serviços de apoio, investigação regional e local, desenvolvimento técnico e capacidade de inovação e cooperação empresarial e capacidade de inovação);
- cooperação interregional e transfronteiriça para PME;
- investimento em recursos humanos (em conjunto com financiamento do Fundo Social Europeu).

A competitividade das PME é um dos 11 objetivos temáticos da nova política de coesão. São as seguintes as suas prioridades de investimento para aumentar a competitividade das PME¹⁰:

- A promoção do espírito empresarial, nomeadamente facilitando a exploração económica de ideias novas e incentivando a criação de novas empresas, designadamente através de viveiros de empresas;

- O desenvolvimento e a aplicação de novos modelos empresariais para as PME, especialmente no que respeita à internacionalização;
- A concessão de apoio à criação e ao alargamento de capacidades avançadas de desenvolvimento de produtos e serviços;
- A concessão de apoio às capacidades das PME de crescerem em mercados regionais, nacionais e internacionais e de empreenderem processos de inovação.

Estão disponíveis informações adicionais no sítio Web da Direção-Geral da Política Regional da Comissão Europeia¹¹.

No separador «No seu país» encontrará:

- uma lista das autoridades gestoras dos fundos estruturais em todos os Estados-Membros;
- um resumo dos programas disponíveis em cada região.

No separador «O que fazemos/Os Fundos», encontrará:

- informações sobre como aceder aos fundos.

No separador «Fontes de informação/Publicações/Brochuras e Fichas» encontrará:

- um guia para as autoridades de gestão do FEDER sobre como conceber medidas de apoio adequadas para ajudar as PME a aproveitar ao máximo os benefícios das estratégias regionais de «especialização inteligente».

Como solicitar a assistência da UE?

Os projetos podem ser propostos para cofinanciamento pela UE por empresas, estabelecimentos de ensino, institutos de investigação, municípios e outras organizações ou combinações dos supracitados. Caso pertença a um destes grupos e tenha uma ideia para um projeto para ajudar as PME a tornarem-se mais competitivas através de atividades internacionais:

¹⁰ Ver Regulamento (UE) n.º 1303/2013 (Regulamento Disposições Comuns) e os regulamentos específicos dos fundos em: http://ec.europa.eu/regional_policy/information/legislation/index_pt.cfm.

¹¹ http://ec.europa.eu/regional_policy/index_pt.cfm.

1. Certifique-se de que o seu projeto é limitado no tempo e no âmbito de aplicação, se pretender obter fundos da UE. Será necessário um plano do projeto que inclua o conteúdo do projeto, os objetivos e fases, a divisão do trabalho, o orçamento e o plano de financiamento, bem como um calendário de execução.
2. Informa-se sobre os programas operacionais para a sua região e sobre quem é a sua autoridade de gestão. Regra geral, a autoridade de gestão dispõe de um sítio Web que define os procedimentos para as candidaturas a financiamento, os prazos e a taxa de cofinanciamento.
3. Apresente o seu projeto em resposta a um «convite à apresentação de propostas» adequado.

Para mais informações sobre o acesso aos fundos estruturais da UE, consultar o guia *How to use Structural Funds for SME and Entrepreneurship Policy*¹².

¹² http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/regional-sme-policies/index_en.htm.

5

Exemplos de boas práticas

© David Sacks/Photodisc/Thinkstock

Este capítulo visa inspirar ações futuras, através de exemplos de bons programas de internacionalização geridos por vários Estados-Membros e regiões. Importa salientar que as medidas propostas para financiamento pelos fundos estruturais e de investimento europeus devem respeitar as disposições pertinentes do Regulamento Disposições Comuns (RDC), os regulamentos relativos aos fundos e as regras de cofinanciamento dos programas operacionais específicos¹³.

Em 2008, a Comissão Europeia publicou uma brochura sobre boas práticas neste domínio: «Apoio à Internacionalização das PME — Seleção de boas práticas»¹⁴. Abrange 27 exemplos e pode ser descarregada a partir do sítio Web Europa. É possível encontrar alguns destes exemplos no primeiro grupo infra. O segundo grupo apresenta projetos cofinanciados pelos fundos estruturais da UE entre 2007 e 2013 (CE, 2013). O terceiro grupo é constituído por projetos de apoio avaliados num estudo de 2011 (EIM 2011, p. 67-77).

¹³ http://ec.europa.eu/regional_policy/information/legislation/index_pt.cfm.

¹⁴ <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/documents/internationalisation/>.

	Boas práticas	País	Boas práticas para as seguintes ações de apoio*:
GRUPO 1			
A	Programas de formação: programas regionais para promover as exportações e a internacionalização das PME	Noruega	3, 8
B	PME e financiamento transfronteiriço	Países Baixos	2, 4
C	PIPEnet	Espanha	6, 8
D	Contratos de investigação e desenvolvimento industrial (IRDC)	Noruega	4, 6, 7
E	Partir, ou ficar e melhorar	Suécia	2, 7, 8
F	'First flight'	Irlanda	2, 3, 8
G	Programa de incubação	Itália	8
H	Rede transnacional — artesanato na Grande Região	Luxemburgo	2, 8, 9
GRUPO 2 — COFINANCIADO PELOS FUNDOS ESTRUTURAIS DA UE			
I	BioFix	Estónia	9
J	Desenvolvimento de polos empresariais na Europa Central	vários	3, 5
K	Inovação no Mar Báltico	vários	4
L	Polos do Báltico a expandir	vários	3, 5
M	Um modelo escandinavo para empresas lideradas por mulheres	vários	1, 5, 7
N	Produção sustentável de energia a partir da madeira, Carélia do Norte	Finlândia	3, 5, 6
O	Investimentos digitais no setor do turismo grego	Grécia	4, 7
P	'Drive for growth'	vários	5
Q	Plataforma de comercialização inteligente para pequenas empresas de design	Reino Unido	2, 3, 6, 8
GRUPO 3 — PROJETOS DE APOIO AVALIADOS			
R	Grupos de parceiros de exportação como facilitadores da Internacionalização	Finlândia	2, 3, 8
S	Iniciativa de Exportação para «energias renováveis»	Alemanha	2, 4
T	'Prepare2start'	Países Baixos	2, 4, 8
U	Netherlands business support offices	Países Baixos	2, 8
V	Swedpartnership	Suécia	4
W	UK Trade & Investment's tradeshow access programme	Reino Unido	4
X	Scottish development international policy	Reino Unido	2, 4, 8

*** Ações de apoio:**

1. Sensibilização
2. Informação de alto valor
3. Programas de desenvolvimento dos recursos humanos
4. Apoio às necessidades financeiras da internacionalização
5. Promoção das redes
6. Apoio à internacionalização dos serviços
7. Utilização da internacionalização para aumentar a competitividade
8. Apoio individualizado
9. Zonas fronteiriças e cooperação transfronteiriça

5.1. Projetos de apoio, grupo 1

A

Noruega

Programas de formação:
Programa regional para promover as exportações e a internacionalização das PME

Questão, objetivo e zona geográfica

Este programa regional visa aumentar a competitividade das PME mediante o fomento e o apoio da exportação e da internacionalização.

Breve descrição da prática

O programa é baseado num conceito desenvolvido para as PME que dispõem de potencial e de capacidades de aumentar a sua competitividade global através da inovação e da internacionalização. É um programa de desenvolvimento empresarial que conta com a participação de empresas num processo de desenvolvimento de 12 a 14 meses. O Innovation Norway faculta subvenções às empresas para um projeto de desenvolvimento de negócios.

O programa divide-se em quatro fases:

1. identificação e avaliação das necessidades e dos ciclos de vida das empresas interessadas, ou seja, se pretendem e podem beneficiar do programa e se estão preparadas para isso;
2. análise da capacidade da empresa num mercado inovador e no desenvolvimento de tecnologia; tal constitui a base para a aplicação dos projetos de tecnologia e mercado;
3. ajudar a empresa a desenvolver um plano para o seu projeto relativo aos mercados ou à tecnologia;
4. implementação: ajudar as empresas a executar os seus projetos através de apoio personalizado mediante vários serviços relativos às competências, à assessoria, às ligações em rede e ao financiamento.

Informações adicionais

Em 1999, os condados de Sor-Trondelag e Nord-Trondelag tomaram a iniciativa de criar um programa mais ambicioso e mais coordenado para ajudar as empresas da região a participar em atividades empresariais internacionais. Com base num estudo prévio, em 2001 iniciou-se um programa de três anos financiado pelos condados e pelo programa Innovation Norway. O programa prosseguiu depois de 2003, na sequência da avaliação positiva dos primeiros três anos. O programa criou e administra várias redes setoriais nos condados. No final de 2005 existiam cinco redes diferentes: ambiente, saúde, energia, TIC, petróleo e gás.

Avaliação/resultados

De 2001 a 2003, mais de 300 empresas participaram numa ou em mais atividades do programa, e mais de 170 empresas foram objeto de análise aprofundada. As empresas participantes aumentaram as suas vendas para exportação, em média, 7 %. A estreita cooperação entre a Câmara de Comércio Regional, as associações de exportadores, o Innovation Norway, os consultores privados, as instituições de investigação e educação, as Comunidades e os Concelhos de Condado geraram maior qualidade e um apoio à internacionalização das PME mais direcionado.

Contacto

Christian Peter Haugen

Senior Adviser

Innovation Norway

Tel. (47) 74 13 54 00

Fax (47) 74 13 54 01

E-mail: christian.peter.haugen@invanor.no

www.innovasjon norge.no

Programas de formação:
PME e financiamento transfronteiriço

Questão, objetivo e zona geográfica

As informações sobre produtos e questões financeiras encontram-se dispersas e não são transparentes. Tal constitui um problema em especial para as PME que pretendem internacionalizar-se e carecem de financiamento e também de um roteiro que as ajude a preparar-se para esse efeito. O nosso objetivo é melhorar o acesso ao financiamento das PME mediante a recolha de informações disponíveis e publicar esses dados na Internet. Para tal, cooperamos com o setor privado, incluindo as confederações de bancos (NVB) e de PME (MKBNI) neerlandesas; trata-se, pois de um sistema baseado na procura. Os dados disponibilizados na Internet são utilizáveis em todo o mundo e destinam-se às PME neerlandesas e aos seus parceiros. A prática foi iniciada pelo Dutch Trade Board, (um comité consultivo público-privado que funciona junto do Governo) e tem sido aplicada pelo organismo neerlandês de cooperação e atividades empresariais internacionais, a EVD.

Breve descrição da prática

O sítio Web www.internationaalondernemen.nl/mkb-financiering apresenta os produtos do setor financeiro privado, do Estado, da UE e das instituições multilaterais. Inclui produtos especiais como seguros de crédito de exportação, notações de créditos internacionais e outros, tais como 'factoring', capital de risco, hábitos de pagamento, locação e listas de verificação, que podem revelar-se bastante úteis para o financiamento transfronteiriço. Aparentemente, os produtos aparentemente heterogéneos são homogeneizados, ou seja, reunidos em grupos e apresentados de uma forma simples e de fácil utilização, comparando condições e preços. Para que o visitante consiga encontrar a informação o mais rapidamente possível, apresentam-se páginas breves mas pomenorizadas e «ligações diretas» à página pertinente no sítio Web dos fornecedores. A EVD ainda está a atualizar a informação: listas de controlo simples, cenários de negócios e, brevemente, referências a consultores financeiros/jurídicos para PME (auditores, advogados), etc.

Grupo-alvo

O grupo destinatário é constituído por PME neerlandesas que exportam, investem e se dedicam à cooperação transfronteiriça. É constituído por cerca de 75 000 empresas (70 000 das quais são exportadoras). A maioria (estimada em 80 %) não tem necessidade de informação/conselhamento externo sobre financiamento, uma vez que dispõe de capacidade de gestão própria ou pode aliar-se aos seus clientes estrangeiros. Assim, o

grupo-alvo potencial conta cerca de 15 000 PME. A experiência mostra que os consultores das PME (auditores, câmaras de comércio, advogados, etc.) também consideram a informação muito útil.

Resultados esperados ou alcançados

A resposta do setor financeiro, das câmaras de comércio, da confederação das PME, etc. é muito positiva. Tudo indica que se descobriu um nicho de mercado. A confirmar este facto é estão:

- **o número de visitantes contabilizado.** A EVD aperfeiçoou os seus instrumentos para calcular o número de visitantes a fim de corrigir as «ocorrências» reveladas pelos *web crawlers* (motores de pesquisa), o que permite ter uma ideia clara do número de visitantes. Os resultados: aproximadamente 3 900 visitantes em 2007. É um bom resultado em comparação com outras partes do sítio Web, especialmente se atendermos ao nicho «especializado» que abrange;
- **o lugar que a página ocupa no Google.** O ficheiro tem cerca de 80 páginas e em 85 % dos casos encontra-se nas três primeiras ocorrências quando pesquisadas pelo Google, o que é revelador da sua popularidade e significa também que é fácil de encontrar para o cliente.

Contacto

EVD

Juliana van Stolberglaan 148 – 2595 CL Den Haag, Netherlands

Tel. (31 -70) 778 80 79 – E-mail: brouwer@evd.nl

C

Espanha

Programas de formação:
PIPEnet**Questão, objetivo e zona geográfica**

Promover estratégias empresariais internacionais para cada empresa mediante a utilização de serviços de consultoria personalizados e das ferramentas tecnológicas mais adequadas. A PIPEnet otimiza novas tecnologias de informação e comunicação (TIC) para as PME participantes. A medida abrange todo o território espanhol.

Breve descrição da prática

A medida foi concebida e é gerida pelo Instituto Espanhol de Comércio Externo com o apoio financeiro da Comissão Europeia (cofinanciamento). Providencia um plano estratégico através de reuniões com cada empresa, promovidas por um serviço de consultoria. O plano inclui dois projetos de investigação: o primeiro sobre a situação das novas tecnologias nos países visados e o segundo sobre grandes empresas no setor da Internet. Considera ainda a tecnologia da empresa, o orçamento e as necessidades de pessoal. No primeiro ano, após entrega da documentação final, o serviço de consultoria encontra-se à disposição da PME para prestar assistência técnica em relação ao plano. As empresas participantes pagam 20 % do custo do serviço de consultoria personalizado e o ICEX financia 80 % das despesas restantes, até ao limite total de 6 000 euros.

Grupo-alvo

Todos os setores, incluindo o de serviços, e empresas de todas as regiões de Espanha. Destinado apenas a PME que exportam menos de 30 % do seu volume de negócios.

Resultados esperados ou alcançados

Durante os dois anos de funcionamento da PIPEnet, cerca de 1 500 empresas realizaram a primeira reunião de consultoria com um perito e mais de 300 concluíram o programa de consultoria completo.

Testemunho

Julio Gabriel Esteban, Export manager, NIKAI

«Conhecíamos as oportunidades oferecidas pela Internet, mas desconhecíamos como tirar partido delas [...]. É uma ajuda que permite ganhar eficiência, dinamizar a rede comercial, criar uma marca sólida e, eventualmente distinguirmo-nos dos concorrentes.»

CREYCONFE, Madrid

«Foi uma experiência notável para a empresa. Vai permitir-nos aproveitar eficazmente os recursos da Internet (...) Atualmente, estamos a melhorar o nosso sítio Web com a introdução de novos conteúdos. No futuro próximo, tencionamos implementar ferramentas para a prestação de serviços entre empresas (B2B – *business-to-business*).»

Contacto

Managing Director of Export
Initiation and New Projects
ICEX — Instituto Espanol de Comercio Exterior
Paseo de la Castellana, 18 – 5a planta
E-28046 Madrid
Tel (34) 91 349 6335 –
Fax (34) 91 349 0686
E-mail: mar.castro@icex.es
www.portalpipe.com

Programas de formação:
Contratos de investigação e desenvolvimento industrial (IRDC)

Questão, objetivo e zona geográfica

O programa tem como objetivo estimular e reforçar as capacidades dos pequenos e médios fornecedores para levar a cabo atividades de investigação e desenvolvimento de novos produtos e serviços inovadores, numa perspetiva de mercado e em estreita colaboração com um cliente e exigente. Uma vez que as atividades internacionais desenvolvidas no âmbito da colaboração para a inovação geram contributos para a inovação superiores, as empresas estrangeiras são geralmente bem aceites como parceiros.

Breve descrição

A nível internacional, há uma perceção crescente do grande potencial comercial subjacente à estreita colaboração entre um fornecedor e um grande cliente exigente que partilham um interesse comum: desenvolver um novo produto ou serviço único. Um contrato de investigação e desenvolvimento industrial (IRDC) é um acordo vinculativo entre duas ou mais empresas, com vista à cooperação no desenvolvimento de um novo produto, processo ou serviço mais avançado. O cliente deve ser um líder de mercado, profissionalmente reconhecido e com amplo acesso ao mercado. As próprias partes definem o conteúdo do acordo, de modo a poderem maximizar o benefício do regime de apoio. Um contrato IRDC só pode ser concedido a projetos de alto nível em termos de inovação e de criação de valor, com um potencial de mercado claramente definido e que representem um elevado valor acrescentado.

As empresas são instadas a completar e apresentar um pedido formal ao Innovation Norway. Num projeto de IRDC, uma das partes, o «fornecedor», deve ser geralmente pertencer à categoria das pequenas empresas de desenvolvimento (PME). Se a empresa cumprir estes requisitos, pode beneficiar de um contrato que cubra 35 % das despesas elegíveis. Caso o fornecedor não seja uma PME, o contrato só poderá cobrir 25 % das despesas do projeto.

Grupo-alvo

PME com clientes nacionais e/ou estrangeiros.

Resultados esperados ou alcançados

Uma avaliação realizada em 2007, com base em mais de 1 200 projetos financiados no período 1995 – 2005, revelou que 44 % foram um sucesso comercial. Apenas 12 % dos projetos falharam. As empresas que dispunham de pessoal altamente qualificado, de uma estratégia de inovação e de parceiros internacionais foram as mais bem-sucedidas. Os projetos criaram um volume de negócios e de exportações substancial, equivalente pelo menos ao total das subvenções atribuídas nos últimos dez anos (mais de 1,4 mil milhões de coroas norueguesas no período 1995 – 2005). Considera-se que os IRDC são um dos regimes de apoio de maior sucesso do programa Innovation Norway, que incentiva simultaneamente a inovação e a internacionalização.

Contacto

Per Niederbach, Diretor
 Innovation Norway
 E-mail: per.niederbach@invanor.no
 Tel. (47) 22 00 25 00
 Fax (47) 22 00 25 01
 www.innovasjon norge.no

E

Suécia

Programas de formação:

«Partir, ou ficar e melhorar» — um instrumento para avaliar a rentabilidade da internacionalização das PME

Questão, objetivo e zona geográfica

Esta medida tem como objetivo dotar as PME de informação aprofundada sobre um maior número de variáveis, e não apenas os custos da mão-de-obra nos outros países, contribuindo assim para assegurar decisões melhores no domínio das atividades empresariais internacionais. A ferramenta de cálculo, articulada com a assessoria, foi utilizada em empresas da indústria transformadora na Suécia.

Breve descrição

«Partir, ou ficar e melhorar» foi um projeto criado pela agência de desenvolvimento ALMI, tendo sido formados 35 consultores para aprenderem a utilizar esta ferramenta. Trata-se de uma ferramenta informática que se baseia no balanço e nas contas de resultados das PME. Para o efeito, são introduzidos os números relativos a 18 fatores diferentes para comparar a situação em dez países diferentes. O cálculo revela a variação do nível das receitas das empresas em função da deslocalização das atividades para diferentes países. A ferramenta encontra-se atualmente em desenvolvimento: trata-se de simular diferentes atividades de incremento se a empresa optar por ficar no país, e verificar o efeito que tais atividades provocariam ao nível das receitas da empresa. Os valores introduzidos na ferramenta são atualizados anualmente. Esta ferramenta leva as empresas a melhorar a produtividade, em vez de deslocalizarem as atividades de produção. Trata-se de uma medida que reforça a dimensão europeia, já que as empresas são incentivadas a conceber formas de cooperação com empresas europeias, em vez de se concentrarem na produção asiática.

Grupo-alvo

PME que ponderam deslocar as suas atividades para fora da Suécia ou empresas que pretendam testar a sua competitividade internacional.

Resultados esperados ou alcançados

No total, 104 empresas utilizaram a ferramenta informática para avaliar se teriam ou não vantagem em deslocalizar a produção. Dessas, 52 optaram por investir na eficiência da produção e 12 optaram por deslocalizar total ou parcialmente a produção para o estrangeiro. Quarenta empresas utilizaram a ferramenta para outras finalidades, nomeadamente a análise da concorrência ou a análise da rentabilidade, ou simplesmente como um documento para promover o debate de estratégias internas. Foram organizados 128 eventos para divulgar a ferramenta junto dos interessados.

Testemunhos

«Dispomos agora de uma excelente base de decisão para avançarmos para a próxima etapa do nosso desenvolvimento.»

«Pode ser um instrumento útil para muitas empresas, mesmo que não estejam a pensar em deslocalizar a sua produção.»

Contacto

Bjorn Olanders

ALMI Development Agency

E-mail: bjorn.olanders@almi.se

Ulla Rolf

Enterprise Europe Network ALMI

Box 1501

S-351 15 Vaxjo

E-mail: ulla.rolf@almi.se

Programas de formação:
First flight

Questão, objetivo e zona geográfica

O *First flight* tem como objetivo ajudar as empresas — mediante a avaliação e o desenvolvimento de capacidades fulcrais — a gerir os riscos, o tempo e as despesas inerentes ao processo de internacionalização.

Breve descrição da prática

O *First flight* é um processo concebido para ajudar os clientes a dar resposta às suas necessidades em termos de desenvolvimento internacional, já que a conquista de novos mercados é um aspeto essencial para o desenvolvimento empresarial que consome bastante tempo e bastantes recursos. O programa *First flight* ajuda a equipa de gestão da empresa a organizar o processo de planeamento de uma forma sistemática e coerente, mediante a introdução de uma vasta gama de questões que devem ser consideradas.

A empresa é avaliada por um questionário completado pela mesma, com a ajuda de um consultor de desenvolvimento, que inclui os seguintes domínios: panorâmica da empresa, desempenho da empresa, recursos de gestão, conhecimento do mercado, cenários de negócios, e orçamentos e financiamento.

Em seguida, elabora-se um plano de ação com a empresa, eventualmente recorrendo a uma vasta gama de apoio facultado pela Enterprise Ireland (EI), nomeadamente:

- acesso aos serviços das redes da EI em territórios ultramarinos, por exemplo estudos de mercado;
- desenvolvimento das capacidades de gestão mediante a participação em diversos programas de formação;
- acesso à «rede de tutoria» em domínios identificados, por exemplo, planeamento financeiro, desenvolvimento do mercado, etc.;
- participação em missões comerciais;
- injeção de recursos humanos estratégicos (dotados das competências exigidas), se necessário.

Grupo-alvo

O *First flight* é um serviço disponibilizado pela Enterprise Ireland, especificamente destinado a empresas que enveredaram recentemente pelas exportações ou que estão a dar os primeiros passos nesse sentido (com um volume de exportações inferior a 30 000 euros).

Resultados esperados ou alcançados

O *First flight* fornece informações com elevado valor acrescentado que podem ser utilizadas diretamente pelas PME participantes. O processo é gerido de forma a minimizar os riscos para a empresa e é concebido em função das suas necessidades. O *First flight* é considerado como a primeira etapa de uma estratégia de internacionalização e exportação a longo prazo.

Contacto

Neil Cooney
Policy Division Enterprise Ireland
Glasnevin, Dublin 9
Irlanda
Tel. (353 -1) 808 20 00
Fax (353-1) 808 20 20
E-mail: neil.cooney@enterprise-ireland.com
www.enterprise-ireland.com

G

Itália

**Programas de formação:
Programa de incubação**

Questão, objetivo e zona geográfica

Este programa consiste numa abordagem inovadora relativamente às necessidades das PME, que começa pelo contacto direto com as empresas através da campanha «ouvir as PME», seguida de uma manifestação da disposição propondo-lhes em seguida a partilha dos riscos e dos sucessos. Esta medida é aplicável em Itália.

Breve descrição da prática

O serviço de assistência especializada (SAS) visa prestar um auxílio perfeitamente adaptado às necessidades do cliente: procurar clientes, escolher parceiros, promover análises de mercado e de competitividade. O Serviço de Incubação para a Internacionalização (SIPI) tem como objetivo apoiar PME que não estão em condições de suportar os desafios da internacionalização. O serviço propõe a partilha dos riscos e dos sucessos. Visa, em especial, servir de incubadora e desenvolver as vendas das empresas nos mercados-alvo. Existe um acordo de cooperação com associações nacionais de empresários para o fornecimento de peritos/tutores altamente qualificados.

Grupo-alvo

Os utilizadores mais frequentes são pequenas e microempresas, sem restrições no que se refere a setores, dimensão ou volume de negócios.

Resultados esperados ou alcançados

Desde o arranque do serviço, foi prestada assistência a 261 empresas em matéria de internacionalização: 249 no âmbito do SAS e 10 no âmbito do SIPI e dois no âmbito do acordo com associações de empresários.

Testemunho

Barbara Calvani, Export Manager, Centerglass Line, spa: «...na sequência de uma missão comercial a Casablanca, organizada com o apoio dos serviços de assistência especializada em internacionalização, a Centerglass Line estabeleceu relações comerciais com alguns agentes económicos marroquinos e está a vender os seus produtos no mercado. Gostaria de expressar a minha satisfação com o pessoal dos serviços especializados e espero prosseguir esta colaboração.»

Contacto

Diretor Comercial da Promofirenze
Azienda Speciale
Camera di Commercio di Firenze
Enterprise Europe Network
Via Por S. Maria —
Palazzo Borsa Mercè
I-50122 Florença
Tel. (39) 055 267 16 48
Fax (39) 055 267 14 04
E-mail: gianpaolo.gansi@promofirenze.com
www.promofirenze.com

Programas de formação:
Rede transnacional — Artesanato na Grande Região

Tema, objetivo e zona geográfica onde é aplicável

O programa tem por objetivo o desenvolvimento das atividades transfronteiriças das PME no setor do artesanato através de informação, apoio, atividades em rede e acompanhamento de empresas de artesanato nos mercados transfronteiriços, nomeadamente na Grande Região: Sarre–Lorena–Luxemburgo–Valónia–Renânia–Palatinado, incluindo as regiões transfronteiriças do Luxemburgo, Alemanha, França e Bélgica.

Breve descrição da prática

A Grande Região compreende regiões alemãs, luxemburguesas, belgas e francesas e é adjacente a duas outras grandes regiões transfronteiriças: uma que inclui Maastricht nos Países Baixos, Renânia do Norte-Vestefália e a província de Liège, a outra inclui a Alsácia, Bade-Vurtemberg e Basileia (Suíça). Esta grande diversidade representa um desafio comercial e concorrencial para as empresas artesanais. Os empresários nos vários setores têm de lidar com complexidades administrativas, jurídicas, técnicas, linguísticas e culturais. Este projeto, com um âmbito de aplicação abrangente, usa tecnologias de comunicação modernas para desenvolver uma «rede de informações e de assessoria».

Para o efeito, concebeu-se um CD-ROM e um sítio Web para o artesanato da Grande Região. Aqui, encontram-se disponíveis procedimentos, regulamentação, e formulários que as empresas de artesanato devem conhecer no âmbito das suas artes específicas, para conseguirem aceder aos mercados transfronteiriços. São os seguintes os principais domínios abrangidos:

- desenvolvimento de um «método de diagnóstico» comum para o artesanato, para fornecer às empresas informações e aconselhamento individual, disponibilizado em rede;
- promoção de campanhas de sensibilização através de «fóruns de intercâmbio»;
- utilização de um sistema de acompanhamento para analisar empresas com experiência transfronteiriça (avaliações estruturais e avaliações cíclicas comparativas);
- apresentação organizada e sucinta dos conteúdos de informação temática relacionada com o artesanato na Grande Região.

Grupo-alvo

As PME no setor de artesanato nas cinco regiões da Grande Região, cerca de 156 975 empresas: 4 258 no Luxemburgo, 11 155 em Sarre (Alemanha), 47 027 na Renânia-Palatinado (Alemanha), 27 535 em Lorena (França) e 67 000 na Valónia (Bélgica).

Contacto

Marc Gross
 Conseil Interrégional des Chambres des Métiers
 Saar-Lor-Lux
 2, circuit FIL
 L-1347 Luxemburgo
 E-mail: marc.gross@cdm.lu

Christiane Bram
 Enterprise Europe Network/PME
 Chambre des Métiers
 2, circuit FIL
 L-1347 Luxemburgo
 E-mail: christiane.bram@cdm.lu

<http://www.cdm.lu/>

CD-ROM: Transnational markets — Skilled crafts without borders

5.2. Projeto de apoio, grupo 2: cofinanciado pelos fundos estruturais da UE

Os projetos que a seguir se apresentam não incidem todos em internacionalização, mas contribuem diretamente para a mesma.

I	Estónia
Programas de formação: BioFix — Água pura e bons negócios	

Este programa permitiu a uma PME inovadora desenvolver um procedimento ambiental e introduzi-lo com êxito nos mercados dos seus países vizinhos.

Contexto

Na Estónia, a agência governamental Enterprise Estonia (Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus / EAS) é uma das instituições responsáveis pela gestão dos fundos estruturais na UE. Com a ajuda do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), está a gerir vários programas de apoio às empresas, que visam, respetivamente, investigação e desenvolvimento, exportações e empresas em fase de arranque. A EAS oferece aconselhamento sobre todas as questões relativas a patentes, tecnologias e serviços inovadores, desenvolvimento empresarial, concorrência, etc., na fase de estudos preliminares ou antes da apresentação do projeto principal.

Projeto BioFix

Criada em 1992, a Fixtec é uma pequena empresa que trabalha no domínio da tecnologia ambiental, que desenvolve na empresa ou importa. Começou por produzir pequenos purificadores de água residual orgânica, intitulados «BioFix», para domicílios, lares de idosos, hotéis, etc. A ideia nasceu da enorme procura no mercado finlandês. Conhecida pelas suas regulamentações ambientais muito rigorosas, a Finlândia exige a purificação bioquímica das águas residuais desde 2003, mesmo para os domicílios privados. Todavia, a Fixtec concluiu que a maioria dos fabricantes não oferecia este tipo de purificador, daí nasceu o projeto para desenvolver o produto e exportá-lo para o mercado finlandês.

Atualmente, a Finlândia é o mercado principal, mas a Fixtec também produz para os mercados da Estónia e da Letónia, ambos os países em que as águas residuais têm de ser tratadas antes de libertadas no ambiente natural.

Parceiros

Dois consultores estónios (um investigador e um engenheiro/designer) foram recrutados para liderar o projeto. Houve uma estreita cooperação com várias empresas estrangeiras. Foram realizadas análises da água pelos laboratórios autorizados da Estónia. Os testes exigidos para obter o rótulo CE foram realizados na Finlândia.

Resultados

A iniciativa BioFix é um exemplo de como o financiamento pode ser bem utilizado num contexto regional. Com a ajuda de um programa financiado conjuntamente pela UE, a Fixtec desenvolveu com êxito este novo produto e novos processos, entrando simultaneamente em novos mercados. Em 2006, a BioFix já tinha sido vendida a várias centenas de clientes na Finlândia. A EAS ajudou a conceber o plano de negócios para exportar o produto em larga escala.

Informações técnicas

Programa: Objetivo 1 Estónia 2004-2006

Total dos investimentos: 43 460 EUR – Investimento da UE: 14 380 EUR

Contacto

Fixtec

Väike-Ameerika 15 – EE-10129, Tallinn – Eesti

Managing Director: Mait, Pöldemaa

Tel.: +372 646 6305 – E-Mail: fixtec@fixtec.ee – Web: www.fixtec.ee/

¹⁵ http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=EE&the=51&sto=1533&lan=7®ion=ALL&obj=ALL&per=2&defl=EN.

J

Itália, Hungria, Áustria, Polónia, Eslovénia, Eslováquia

Programas de formação:

Desenvolvimento de polos empresariais na Europa Central para aumentar a competitividade e inovação

O conceito de polos industriais de empresas e fornecedores interligados que trabalham em conjunto em setores semelhantes ou relacionados é visto como um meio importante para aumentar a produtividade e conseguir desenvolvimento económico e inovação. Os polos podem desempenhar um papel ativo no aumento da competitividade de uma região tornando-a mais atrativa, incentivando a investigação, partilhando boas práticas e apoiando pequenas e médias empresas.

O projeto transnacional *Cluster and Network Cooperation for Business Success in Central Europe* (CNBC), que funciona em sete países na Europa Central, destina-se a ajudar os polos e os gestores dos polos a melhorar as suas competências de gestão, a otimizar a sua carteira de serviços e a expandir-se internacionalmente. Estes objetivos foram alcançados, em parte, através da organização de formação para gestores de polos com o objetivo de desenvolver um programa curricular conjunto e um manual de formação pormenorizado para os mesmos.

Embora o projeto CNBC se destine principalmente aos polos na Europa Central, está igualmente aberto a estabelecimentos de ensino, decisores políticos e agências de inovação.

Ampla gama de setores

Embora os polos empresariais se encontrassem em diferentes fases de desenvolvimento organizacional na Europa, uma ampla gama de setores industriais participou no projeto CNBC, nomeadamente polos de energia alternativa, vestuário, design, aviação, plástico e automóveis. A maioria dos fundos do projeto foi gasta nos custos de pessoal que a organização de inquéritos dos países participantes implica, em atividades de comunicação e disseminação (incluindo a criação de um sítio Web) e na organização de conferências para a apresentação das conclusões dos referidos inquéritos.

Para além da criação de um manual de formação, o projeto conduzirá também à publicação de um manual sobre a otimização de polos e de um terceiro manual sobre internacionalização.

Prevê-se a criação de 10 a 20 postos de trabalho em resultado do projeto, principalmente em organizações de polos.

Informações técnicas

Programa: FEDER para o período de programação 2007-2013

Total dos investimentos: 2 129 157 EUR

Investimento da UE: 1 715 630 EUR

Contacto

Managing Authority:

City of Vienna, department 27 — Urban Affairs
Schlesingerplatz 2
A-1080, Viena
Áustria
Heinrich Weber
Tel.: +43 1400027050
E-Mail: Heinrich.weber@wien.gv.at

Beneficiário:

Clusterland Upper Austria Ltd (parceiro principal)
Hafenstraße 47-51
A-4040, Linz
Áustria

Project Manager: Andreas Geiblinger

Tel.: +43 798105086
Fax: +43 798105080
E-Mail: andreas.geiblinger@clusterland.at

¹⁶ http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=IT&the=51&sto=2821&lan=7®ion=ALL&obj=ALL&per=2&defl=EN.

K

Alemanha, Estónia, Letónia, Lituânia, Polónia, Suécia, Noruega

Programas de formação:
Inovação no mar Báltico fomentada por novos instrumentos de trabalho

A região do mar Báltico é conhecida pela sua forte economia inovadora e baseada no conhecimento, com as PME a desempenhar um papel fundamental neste processo de inovação. Frequentemente, as PME têm dificuldade em assegurar financiamento para projetos transnacionais e de inovação. Para resolver esta questão, o projeto JOSEFIN (Joint SME Finance for Innovation) oferece serviços financeiros integrados às PME na região do mar Báltico, incluindo treino individual e aconselhamento personalizado.

Tirar partido do potencial de inovação

A parceria JOSEFIN inclui os principais intervenientes no processo de inovação: incubadoras, agências de desenvolvimento de empresas, tais como parceiros da Enterprise Europe Network, autoridades públicas responsáveis pelo desenvolvimento e implementação das políticas, instituições financeiras públicas e instituições de investigação e desenvolvimento tecnológico. Em conjunto, desenvolveram modelos e abordagens, bem como ferramentas e instrumentos concretos nos países que apostaram em aumentar o acesso ao financiamento, à cooperação e a internacionalização das empresas.

O projeto estabeleceu novos fundos de garantia para empréstimos, com o intuito de apoiar os empréstimos às PME com serviços de treino integrado, reduzindo assim o risco de crédito dos bancos que financiam os projetos transnacionais e de inovação das PME. Além disso, foram assinados novos acordos para utilizar iniciativas da UE tais com o JEREMIE e o mecanismo de garantia às PME do programa PCI administrado pelo Fundo Europeu de Investimento. Até ao final do projeto em janeiro de 2012, as garantias para empréstimos da JOSEFIN permitiram conceder empréstimos para PME no valor aproximado de 150 milhões de euros no total e muitos mais após o final do projeto.

Contacto

Joint Technical Secretariat Rostock
Investitionsbank Schleswig-Holstein
Grubenstrasse 20
18055 Rostock, Alemanha
Tel.: +49 381 45484 5281
Fax: +49 381 45484 5282
E-Mail: info@eu.baltic.net
Sítio Web: <http://www.josefin-org.eu>

Data de redação: 4/1/2010, atualização em 2014

(Fonte¹⁷)

¹⁷ http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=LV&the=51&sto=1661&lan=7®ion=ALL&obj=ALL&per=2&defL=EN.

Os polos oferecem oportunidades ideais para combinar talentos e recursos na produção de serviços e produtos. Para melhorar a forma como os polos funcionam na Dinamarca, Letónia e Suécia, o projeto *Baltic Sea Region — Capacity Building Programme* (BSR-CBP) concebeu um quadro comum para políticas de polos e programas de inovação transnacionais.

«Como um facilitador de polos que subi a pulso, considerei que estes três cursos sobre facilitação de polos no projeto BSR-CBP cobriam os desafios que enfrento no meu trabalho quotidiano. Através das palestras e das discussões de grupo, tornei-me muito mais consciente de como facilitar um polo e adquirir conhecimentos sobre várias ferramentas práticas que posso aplicar no meu trabalho quotidiano.»

Hans A Pedersen, Diretor do Projeto, Danish Cooling Cluster

Alimentar o fundo comum de recursos

Os parceiros do projeto são provenientes do que se entende como a Região do Triângulo, nomeadamente a Dinamarca (fundador da REG X, a Academia Dinamarquesa de Polos), a Suécia, através da VINNOVA a agência governamental sueca para sistemas de inovação e a Letónia, por meio da LIAA a Agência de Desenvolvimento e Investimento da Letónia. A transferência de conhecimentos e experiência em termos de gestão de polos é uma característica fundamental do projeto e contribuirá para alimentar o fundo comum de recursos disponíveis na região.

Formação para o crescimento

Os parceiros reconheceram a necessidade de conceber e liderar módulos de formação sobre facilitação de polos, programas de apoio, gestão, conceção e implementação. Os grupos-alvo do projeto são intervenientes na esfera pública, tais como gestores de organizações de polos, organizações de apoio às empresas e funcionários públicos a nível local, regional e nacional. O projeto envolve a conceção e gestão de dois módulos sobre formação básica para utilização a nível regional ou nacional, três módulos sobre formação avançada para o nível transnacional e três módulos sobre programas públicos de apoio a polos para utilização a nível transnacional. O objetivo consiste em que os módulos de formação sejam subsequentemente integrados numa plataforma estratégica de cooperação transnacional para a região do Mar Báltico.

Informações técnicas

Programa: FEDER no período de janeiro 2009 — janeiro 2010

Investimento da UE: 300 000 EUR

Contacto

BSR CBP

Lottes Langkild

Tel.: +45 2061 2440.

E-Mail: lottelangkilde@mac.com

BSR CBP

Susanne Krawack

Tel.: +4575508383

E-Mail: sk@trekantomraadet.dk

¹⁸ http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=LV&the=51&sto=1792&lan=7®ion=ALL&obj=ALL&per=2&defL=EN.

M

Dinamarca, Suécia, Noruega

Programas de formação:
Um modelo escandinavo para empresas lideradas por mulheres

As empresárias em três países nórdicos uniram forças para dinamizar pequenas e médias empresas lideradas por mulheres. O objetivo desta iniciativa consiste em promover a competitividade na região Kattegat/Skagerrak por meio de inovação, desenvolvimento e crescimento viável. A rede inclui autoridades regionais, empresárias e cientistas da Dinamarca, Noruega e Suécia. Uma parte crucial do seu trabalho consiste em seis seminários que incidem no crescimento.

O poder da parceria

Apenas um terço de todas as novas empresas estabelecidas na Noruega, Suécia e Dinamarca são iniciadas por mulheres. Em resposta, um total de 10 parceiros destes três países reuniram-se em 2007 e 2008, para criar o projeto Women in Business. Parcialmente financiado pela UE, terá a duração de três anos.

Um objetivo do novo projeto é incentivar mais mulheres a iniciar as próprias empresas na região Kattegat/Skagerrak, **trabalhando para além das fronteiras dos três países** que participam no projeto. Várias empresárias bem-sucedidas, que partilham o seu conhecimento e experiência, apoiam-nas.

O principal parceiro é a Föreningen Norden, uma organização politicamente independente (ONG) com aproximadamente 60 000 membros nos países nórdicos. Outros parceiros incluem quatro autoridades regionais. O projeto inclui vários grupos com membros dos três países e coopera com vários institutos académicos para avaliar os entraves ao empreendedorismo feminino na região.

Conhecimento e experiência

Em última análise, a sua missão consiste em desenvolver um modelo escandinavo para o empreendedorismo feminino, após o ensaio de métodos de melhores práticas que podem ser aplicados nos três países. As atividades devem igualmente permitir conhecer melhor os fatores que contribuem para a expansão e o desenvolvimento de empresas lideradas por mulheres, apelando à inovação e a abordagens inovadoras aos negócios.

Informações técnicas

Programa: FEDER para o período de programação 2007 a 2013

Total dos investimentos: 724 990 EUR

Investimento da UE: 362 490 EUR

Contacto

Föreningen Norden
Postboks 77
NO-4801, Arendal
Noruega
Hilde, Lona

Data de redação: 16/3/2011

(Fonte¹⁹)

¹⁹ http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=NO&the=51&sto=2087&lan=7®ion=ALL&obj=ALL&per=2&defL=EN.

N

Finlândia

Programas de formação:
Produção sustentável de energia a partir da madeira, Carélia do Norte

A Finlândia Oriental é líder mundial na tecnologia florestal. Foi nesta região que nasceu o Wenet Centre, uma rede de peritos em energia sustentável, que deu projeção internacional ao *knowhow* regional neste domínio.

A rede Wenet na região da Carélia do Norte exporta competências em matéria de produção energética a partir da madeira desde 2004. O projeto transregional financiado pela UE, o Wenet Centre, que foi lançado em 2009, tinha como objetivo reforçar a posição da região no mercado das energias renováveis. Constituído por empresas de energia sustentável, em colaboração com institutos de investigação e educação e formação, o centro procurou as soluções mais adequadas em serviços energéticos para os seus clientes e permitiu o trabalho em rede entre peritos.

Mais oportunidades internacionais para intervenientes na energia regional

Com o objetivo de reunir os maiores especialistas em energias sustentáveis na Finlândia Oriental, o Wenet Centre pretendia ajudar as empresas locais a impor-se na cena internacional. O projeto concentrou-se na melhoria da comercialização dos produtos e serviços energéticos à escala internacional. Concebeu ainda projetos para promover oportunidades de exportação e organizar visitas à Finlândia Oriental orientadas para a exportação e a internacionalização.

Abranger toda a cadeia de produção

Com uma rede de quase 30 empresas que trabalham com energia sustentável e mais de 15 organizações da Finlândia Oriental e não só, o Wenet Centre conseguiu reunir conhecimentos e tecnologia energéticos que abrangem toda a cadeia de produção energética: extração de madeira para energia, transporte, aquecimento urbano, a interface do cliente, conversão de cinzas de madeira em fertilizante, etc. O centro facultou ainda investigação relacionada e serviços de formação, bem como relatórios de avaliação do impacto ambiental.

«O resultado do projeto foi que as empresas e organizações que trabalham com energia sustentável criaram uma rede mais estreita; conseguimos criar parcerias internacionais e transmitimos os nossos conhecimentos e tecnologias para o Canadá, a Rússia e os países da UE,» Jouko Parviainen, o gestor do projeto, sintetiza os benefícios do projeto. «Graças ao projeto, a Finlândia Oriental ganhou visibilidade como pioneira nesta área, aumentando a competitividade dos peritos locais, especialmente na bio-economia florestal e da energia da madeira.»

Informações técnicas

Programa: Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional 2007-2013

Total dos investimentos: 464 000 EUR

Investimento da UE: 162 400 EUR

Contacto
(não fornecido)

Data de redação: 23/9/2013

(Fonte²⁰)

²⁰ http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=FI&the=51&sto=2787&lan=7®ion=ALL&obj=ALL&per=2&defL=EN.

0

Grécia

Programas de formação:
Investimento digital no setor do turismo grego

A Digi-lodge é uma iniciativa apoiada pelo Estado na Grécia concebida para acelerar os investimentos «digitais» no setor do turismo, nomeadamente em alojamentos licenciados pelo Estado (hotéis, estalagens, motéis, aluguer de quartos, etc.). A ampla introdução de ferramentas informáticas modernas em hotéis e outras instalações para turistas está a atrair um maior número de visitantes de valor acrescentado mais elevado **tanto da Grécia como do estrangeiro** e está também a aumentar a eficiência da gestão dos hotéis.

O setor do turismo grego tem demorado a aproveitar as vantagens das tecnologias e dos serviços modernos da Internet para atrair turismo em maiores volumes e de valor acrescentado mais elevado.

Os hotéis de pequena e média dimensão estão, regra geral, direcionados para férias das famílias gregas, ao passo que os hotéis de maior dimensão dependem em grande medida dos operadores turísticos. Consequentemente, os hotéis e pensões na Grécia não conseguem aceder diretamente a uma clientela mais vasta de turistas e visitantes do estrangeiro.

Apenas 74 % dos hotéis da Grécia têm acesso à Internet e este valor diminui para 37 % no que se refere a pequenas pousadas. Apenas 63 % dos hotéis dispõem de uma página Web (30 % para estalagens de menor dimensão); cerca de 71 % dos sítios Web de hotéis disponíveis não apresentam informações em linha sobre a disponibilidade de quartos; cerca de 77 % não apresentam informações sobre preços; entretanto, mais de 67 % das reservas são realizadas através dos canais tradicionais.

Incentivar o investimento relacionado com a tecnologia

Um dos objetivos fundamentais da iniciativa consiste em incentivar o investimento relacionado com a tecnologia, mesmo nas estalagens de menor dimensão e nos hotéis familiares na Grécia. A Digi-lodge propõe cofinanciar investimentos privados nas tecnologias da informação e comunicação para ajudar a:

- aumentar a sua presença na Internet e a sua exposição internacional;
- aumentar as reservas em linha com transações completamente automáticas na Internet;
- reduzir as variações sazonais e aumentar o fluxo de turistas durante todo o ano;
- aumentar a qualidade geral do serviço através da disponibilização de comodidades, tais como Wi-Fi, entretenimento digital, etc.;
- e aumentar consideravelmente a eficiência empresarial através da modernização das operações de back office.

1 500 hotéis e estalagens oferecem agora serviços na Internet.

A Digi-lodge apoia investimentos em matéria de TIC que variam entre 7 000 EUR e 40 000 EUR no total e cofinancia os projetos a 60 %. O total do orçamento do investimento elegível correlaciona-se diretamente com o tipo de licença e com o número de estrelas do hotel. Cada proposta de investimento foi apresentada e avaliada através de um portal eletrónico automático, que simplificou o processo.

No âmbito do projeto Digi-lodge foram celebrados acordos de investimento digital com quase 1 500 hotéis e estalagens, que estão agora em condições de oferecer transações na Internet e serviços eletrónicos.

Informações técnicas

Total dos investimentos: 75 000 000 EUR – Investimento da UE: 36 000 000 EUR

Contacto

Managing Authority for Digital Convergence
23-25 Lekka Str
EL-10562, Athens
Ελλάδα — Ellada
Emmanouil Giampouras
Tel: +30 2103722488
E-Mail: e.giampouras@infosoc.gr

Digital Aid SA
8, Kolokotroni Str
EL-10561, Athens
Ελλάδα — Ellada
Alexandros Bregiannis
Tel: +30 2103377941
E-Mail: abregiannis@digitalaid.gr

Programas de formação:
DRIVE for Growth

Orientar a Investigação para Empresas Viáveis para o Crescimento (DRIVE for Growth)

Este projeto atende à necessidade de interligar melhor a base de conhecimento existente nas regiões da UE. Para facilitar este processo, cada região parceira criou um Grupo para o Desenvolvimento e Inovação Regionais (GRID) a fim de promover e apoiar ligações de maior dimensão, interação e produtividade entre comunidades de investigação, agências de apoio e a indústria. A nível transnacional, estes grupos contribuem para fomentar um espaço único no qual as PME e as instituições de investigação no noroeste da Europa podem usufruir de uma massa crítica de recursos em relação ao desenvolvimento do mercado, investigação disponível, capacidade de produção e redes.

Plataforma dinâmica com base na Web

Uma inovação importante no projeto é o desenvolvimento de uma plataforma dinâmica com base na Web completamente automatizada, que é utilizada em todas as regiões parceiras. Quando uma pessoa ou uma organização se regista, a ferramenta irá automaticamente procurar evoluções interessantes, tais como novas áreas de investigação ou oportunidades de subfornecimento. Ajuda ainda os investigadores a encontrar parceiros industriais e interligar empresas em vários setores.

Resultados

Entre os resultados concretos do projeto em 2007 contam-se os seguintes:

- conclusão de inquéritos comparativos da inovação nas empresas em cada região parceira, com a participação de um total de 350 inquiridos;
- criação de quatro GRID regionais, com a participação do setor público, de agências/redes de desenvolvimento empresarial, organizações de investigação e o setor privado;
- desenvolvimento de uma nova plataforma com base na Web para promover o intercâmbio e a colaboração entre as autoridades públicas, as agências de apoio às empresas, instituições de investigação e a indústria;
- registo de mais de 170 empresas na plataforma DRIVE for Growth, com mais de 200 utilizadores habituais e um público-alvo de 600 utilizadores até ao final do projeto;
- participação no projeto, até à data, de 10 institutos de investigação;
- participação de mais de 600 empresas em eventos regionais organizados no âmbito do projeto;
- registo de mais de 4000 empresas das regiões parceiras nas listas de distribuição do projeto.

Informações técnicas

Programa: Programa INTERREG IIIB NWE

Total dos investimentos: 1 075 000 EUR – Investimento da UE: 516 000 EUR

Contacto

South West Regional Authority
Innishmore
Ballincollig Co. Cork
Projects Manager: Sinead Crowley
Tel.: +353 21 4876877 +353 87 2360143
Fax: +353 21 4876872
E-Mail: drive@swra.ie

South West Regional Authority
Innishmore
Ballincollig Co. Cork
Diretor: John McAleer
Tel.: +353 21 4876877 +353 87 2360143
Fax: +353 21 4876872
E-Mail: jmcaleer@swra.ie

²² http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=UK&the=45&sto=1507&lan=7®ion=544&obj=ALL&per=2&defL=EN.

Q

Reino Unido

Programas de formação:

Disponibilização de uma plataforma de comercialização «inteligente» para pequenas empresas de design

A Hidden Art é uma organização sem fins lucrativos concebida para ajudar as microempresas de design desfavorecidas na zona de Londres a ganhar acesso ao mercado global e competitivo. Faculta uma rede dedicada e uma plataforma *business-to-business* (B2B) para designers, e apoia-os com formação, informação e oportunidades de colaboração empresarial.

O projeto *Innovative Collaboration Networks for Smart Growth* tem como objetivo incentivar o crescimento inteligente na comunidade local de design em Londres através da inovação dos serviços, redes de cooperação e formação. Proporciona infraestrutura e apoio para ajudar os designers, que são frequentemente empresários em nome individual, a comercializar os seus produtos através da loja eletrónica da Hidden Art, lojas pop-up, feiras comerciais internacionais, do sítio Web da empresa e da sua cobertura mediática.

Rede de apoio integrado

O projeto Hidden Art oferece uma rede de apoio integrado e tem como objetivo facultar às microempresas de design os recursos e o acesso normalmente apenas disponíveis para empresas de maior dimensão.

Em paralelo com a plataforma dedicada de prestação de serviços entre empresas, é oferecida aos designers orientação individualizada através de eventos mensais de trabalho em rede e sessões de aconselhamento personalizado. O modelo de apoio centra-se num conjunto de vias de progressão adaptadas, para aumentar as suas competências de comercialização, bem como a oferta de plataformas para colaboração, produção e distribuição do respetivo trabalho.

Programas de desenvolvimento de produtos

São também organizados programas de desenvolvimento de produtos com o intuito de ajudar os participantes a desenvolver as respetivas ideias num produto e de os fazer chegar ao mercado.

A rede Hidden Art está aberta a todos os designers e totaliza atualmente cerca de 2 000 membros dos quais 67 % são mulheres. Cerca de 100 designers apresentam os seus produtos na loja da Hidden Art na Internet (<http://hiddenart.co.uk/shop/>) e cerca de 300 têm a sua página de diretório no sítio Web da Hidden Art (<http://hiddenart.co.uk/>).

A Hidden Art promove colaborações, eventos e programas de comercialização conjunta para maximizar as oportunidades de comercialização. Até à data, foi prestado apoio a 450 empresas. Cerca de 150 empresas participaram nas redes de cooperação.

O projeto reforçou a confiança na comunidade de designers sediados em Londres. O sucesso de certos criadores que desenvolveram as suas empresas com o apoio do projeto constitui um estudo de caso que serve hoje de modelo.

Informações técnicas

Total dos investimentos: 1 490 000 EUR – Investimento da UE: 750 000 EUR

Contacto

Mazorca Projects
Shoreditch Stables, Ground Floor Rear, 138 Kings-
land Road
UK-E2 8DY, London
Reino Unido
Dieneke Ferguson
Tel.: +44 207 7293800 ext 22
E-Mail: dieneke@mazorcaprojects.com

Greater London Authority
City Hall, The Queen's Walk
UK- SE1 2AA, London
Reino Unido
Andrei Popescu
Tel.: +44 2079834829
E-Mail: andrei.popescu@london.gov.uk

²³ http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/details_new.cfm?pay=UK&the=45&sto=2399&lan=7®ion=1086&obj=ALL&per=2&defL=EN.

5.3. Projeto de apoio, grupo 3: projetos avaliados

R	Finlândia
Programas de formação: Mais rápido, mais longe e mais eficaz? Grupos de parceiros de exportação como facilitadores da internacionalização	

O objetivo da parceria de exportação consiste em facilitar a entrada das empresas nos mercados-alvo através da formação de polos de exportação sinérgicos. Trata-se de um projeto de cooperação de PME, que enveredam em conjunto por um mercado ou mais mercados alvo, com quatro empresas no mínimo a constituir um polo de exportação sinérgica.

O agente de execução recrutará um gestor de exportações externo para o grupo que funciona como um recurso adicional para as empresas e oferece uma presença local no mercado-alvo, junto da sua rede. O gestor de exportação também pode estar estabelecido na Finlândia, se o modo de funcionamento assim o permitir. As empresas participantes têm um papel ativo no projeto. Este método de trabalho também lhes proporciona uma excelente aprendizagem e uma oportunidade de crescimento. A descrição das funções do gestor de exportação pode ser concebida de acordo com as necessidades da empresa. Em primeiro lugar, a sua função é abrir portas, elaborar estudos de mercado, procurar parceiros e realizar formação.

A Finpro, enquanto gestora de projetos, gere anualmente cerca de 30 parcerias de exportação para vários mercados destinatários e linhas de produção diferentes. A duração máxima da ajuda pública é de três anos e meio. No entanto, o período de compromisso e de financiamento corresponde a um ano de cada vez. Na fase inicial é possível um período preparatório com a duração de seis meses.

O grupo-alvo são as PME finlandesas com especial ênfase nas empresas em crescimento. As empresas de maior dimensão também podem participar, mas em função da dimensão da empresa o montante do auxílio do governo pode ser reduzido ou pode não ser disponibilizado de todo.

Orçamento: Cerca de 3,7 milhões de euros (por ano)

Medida em vigor desde 1993 (Finpro)

Agente de execução Associação comercial Finpro

Período de avaliação: 1998-2002

Metodologia

Foram utilizadas várias fontes:

- entrevistas telefónicas com 226 empresas e com 51 gestores de exportação
- entrevistas presenciais com 7 representantes de empresas.

Atividades para as quais a medida é utilizada

As empresas participantes utilizaram a medida para várias atividades de internacionalização. Em geral, as atividades podem ser divididas em atividades financeiras e não financeiras. O principal objetivo consistia em celebrar contratos com novos clientes e começar ou aumentar o comércio de exportação. Os outros objetivos eram (por ordem de importância): acesso a um novo mercado-alvo, aquisição de conhecimentos sobre os mercados e concorrência, encontrar uma nova rede de distribuição, partilhar os riscos e custos da internacionalização com outras empresas participantes e melhorar as qualificações de exportação e a preparação das empresas. A medida visava também encontrar parceiros internacionais para além dos clientes ou distribuidores, desenvolver sistemas conjuntos de entregas e um plano ou estratégia para a internacionalização da empresa.

Satisfação dos utilizadores

90 % de todas as empresas participantes recomendariam a medida a outras empresas. Todavia, a sua satisfação com a parceria de exportação variou: 38 % consideraram que os objetivos financeiros da parceria foram completa ou parcialmente cumpridos, enquanto 64 % dos participantes mostraram-se completa ou parcialmente satisfeitos com os resultados não financeiros.

Programas de formação:
Iniciativa de Exportação para «Energias Renováveis»

A iniciativa de exportação tem como objetivo ajudar as empresas alemãs na exportação de tecnologias de energia renovável através da disponibilização de informação, do aproveitamento de iniciativas e atividades e do apoio ativo a projetos no estrangeiro. Uma das principais funções desta iniciativa consiste em apresentar no estrangeiro os produtos e as empresas alemãs do setor das energias renováveis. O Ministério Federal da Economia e Tecnologia financia vários pacotes de apoio que são implementados por vários prestadores de serviços na Alemanha e no estrangeiro.

A iniciativa de exportação utiliza as seguintes medidas de apoio:

- feiras comerciais (parcialmente integradas no programa de feiras comerciais da República Federal da Alemanha no estrangeiro).
- viagens de negócios junto de potenciais parceiros comerciais no estrangeiro e organização de conferências temáticas no estrangeiro (apoiadas pela rede de câmaras de comércio alemãs no estrangeiro)
- informações e eventos de contacto (incluídos no programa de informação relacionada com comércio externo e eventos de contacto coordenados pela Germany Trade and Invest)
- viagens de decisores estrangeiros à Alemanha para obter «in loco» informações sobre as tecnologias alemãs no domínio das energias renováveis e celebrar contratos comerciais
- instalação de projetos-piloto ou projetos emblemáticos no estrangeiro em instituições oficiais alemãs em conjunto com atividades de promoção
- plataforma B2B
- prestação de informações sobre mercados externos e comercialização no estrangeiro (Agência da Energia Alemã — *dena*)
- Apoio financeiro público (por exemplo, *KfW Bankengruppe*).

O principal objetivo da medida consiste em facultar informações sobre o mercado e estabelecer contactos comerciais. A medida destina-se a empresas, principalmente PME que apostam em energias renováveis como a energia solar, energia eólica, biocombustíveis, energia geotérmica e hidroeletricidade.

Orçamento Em 2006 a implementação das várias iniciativas de exportação custou cerca de 8,8 milhões de euros

Medida em vigor desde 2003

Sítio Web www.exportinitiative.de

Agente de execução Várias agências especiais coordenadas pela Germany Trade and Invest.

Período de avaliação: 2003-2006

Metodologia

Um inquérito junto das empresas participantes (244), e entrevistas com associações de comércio e peritos. Foram apurados os resultados das medidas individualmente e formuladas as conclusões globais. Esta meta-análise incide nas conclusões globais.

Atividades para as quais a medida é utilizada

As medidas mais utilizadas foram as de apoio a viagens de negócios (Rede de Câmaras Alemãs no Estrangeiro), feiras comerciais, informações sobre mercados externos e comercialização no estrangeiro (*dena*).

Satisfação dos utilizadores

74 % das empresas entrevistadas conheciam a iniciativa e 53 % tinham tirado de algumas medidas. Consideraram a iniciativa bastante boa: a classificação média global foi 2,2 numa escala de 1 (muito boa) a 5 (insatisfatória). Contudo, as empresas teceram algumas críticas relativamente à organização da iniciativa (demasiado complexa, não suficientemente transparente).

T

Países Baixos

Programas de formação:
Prepare2start

O objetivo da medida consiste em prestar aconselhamento e assistência na elaboração e implementação de um plano de internacionalização e subsidiar a 50 % atividades como a busca de parceiros, a participação em feiras comerciais e o aconselhamento jurídico. A Prepare2start inscreve-se no contexto da anterior medida PSB, Programme Starters in Foreign Markets (1999-2007). O grupo-alvo é constituído por PME com menos de 100 empregados, com pouca ou nenhuma experiência internacional e que pretendem começar a exportar para um (novo) mercado externo.

Orçamento Cerca de 12 milhões de euros (2010)

Medida em vigor desde 1999 (nova designação desde 2007)

Sítio Web <http://www.rvo.nl/>

Agente de execução Agência especial: *Agentschap NL* (anterior EVD)

Período de avaliação A avaliação abrangeu os anos 2002-2006.

Metodologia

Foram levadas a cabo as seguintes atividades de investigação: investigação documental; inquérito telefónico junto dos utilizadores; entrevistas aprofundadas com decisores políticos, agentes de execução, partes interessadas e outras organizações que promovem o comércio; grupos de trabalho que reúnem os empresários que participaram na medida.

Atividades para as quais a medida é utilizada

Atividades em que a medida de apoio é principalmente utilizada — a seguir à elaboração de um plano de internacionalização em conjunto com um consultor: apresentação de produtos, orientação do mercado e materiais de apresentação.

Satisfação dos utilizadores

70 % dos participantes entrevistados afirmaram que as atividades subsidiadas estavam bem ou muito bem relacionadas com as necessidades da respetiva empresa. A execução da medida parece ter sido geralmente satisfatória e foi considerada profissional e rápida.

(Fonte: EIM, 2011, p 70)

U

Países Baixos

Programas de formação:
Netherlands Business Support Offices

A medida tinha como objetivo apoiar a internacionalização das empresas neerlandesas em mercados promissores mas relativamente inacessíveis, mas foi expandida alguns anos mais tarde para incluir mercados mais próximos. É flexível: uma vez abertos, os NBSO (gabinetes de apoio às empresas) podem ser (e foram em alguns casos) encerrados no seguimento de avaliações internas da sua eficácia. Em 2010, a rede de NBSO era constituída por 24 gabinetes em 11 países: nomeadamente seis na China, dois na Índia, dois no Brasil e um na Rússia. Os NBSO destinam a empresas médias e grandes.

Orçamento Cerca de 2,5 milhões de euros (2007)

Medida em vigor desde 1997

Sítio Web <http://www.rvo.nl/>

Agente de execução Agência especial: *Agentschap NL* (anteriormente EVD)

Os NBSO disponibilizam informações gerais e relatórios económicos (regionais) sobre o mercado local, facilitam contactos locais com governos ou empresas e visitas de apoio por empresas neerlandesas.

Período de avaliação: O período avaliado foi 2001-2006.

Metodologia

O estudo de avaliação utilizou materiais de várias fontes: investigação documental, entrevistas aprofundadas com entendidos na matéria e partes interessadas, grupo de trabalho com técnicos dos NBSO, inquérito na Internet junto dos técnicos dos NBSO e um inquérito aos utilizadores dos NBSO.

Atividades para as quais a medida é utilizada

Serviços utilizados mais frequentemente: 1) facilitação de contactos locais 2) informação geral NBSO 3) relatório económico (regional) do mercado específico 4) visitas de apoio a uma região do NBSO (5) investigação específica para a empresa.

Satisfação dos utilizadores

A maioria dos utilizadores considerou útil a informação proveniente dos NBSO: a informação foi considerada útil ou muito útil por 82 % dos utilizadores entrevistados. Os NBSO na China obtiveram a classificação mais elevada (88 %). Tanto as localizações dos NBSO como os serviços oferecidos foram do agrado das empresas neerlandesas que consideraram que os técnicos do NBSO acessíveis e reativos.

(Fonte: EIM, 2011, p 71)

Programas de formação:
Swedpartnership

Em abril de 2010, o Swedfund iniciou um programa intitulado Swedpartnership, que se destina especificamente a PME suecas que pretendam realizar negócios com países em desenvolvimento, e designadamente, Índia, China, Ucrânia, Arménia, Azerbaijão, Bielorrússia, Geórgia e Moldávia. O Swedfund é uma empresa sueca de capital de risco especializada em investimentos em países em desenvolvimento. O apoio consiste num empréstimo que pode ser amortizado após a conclusão e aprovação do projeto. O apoio máximo para um projeto é 75 000 euros. Pode ser prestado apoio financeiro até 40 % do custo do projeto.

Os precursores da Swedpartnership, os programas STARTsouth e STARTeast, foram avaliados. Estas medidas incidiram nas PME suecas que desejavam investir em países em África, na Ásia, na América Latina e na Europa Oriental e Central. Os empréstimos e as condições eram comparáveis aos da Swedpartnership.

Orçamento 3 milhões de euros

Medida em vigor desde 2009 (precursores desde 2002)

Sítio Web www.swedpartnership.se e www.swedfund.se

Agente de execução Governo: Swedfund International

Período de avaliação: Foram entrevistados os utilizadores dos programas no período de 2002-2005.

Metodologia

Um inquérito telefónico junto de 169 empresas participantes, com respostas de 109 empresas.

Atividades para as quais a medida é utilizada

Este componente não foi avaliado.

Satisfação dos utilizadores

A maioria ficou satisfeita com os seus contactos com as agências relevantes. Poucos ficaram insatisfeitos. 95 % das empresas participantes afirmaram que as suas expectativas tinham sido cumpridas.

(Fonte: EIM, 2011, p 72)

W

Reino Unido

Programas de formação:
UK Trade & Investment's Tradeshow Access Programme

O UKTI's Tradeshow Access Programme (TAP) concede subvenções para feiras comerciais no estrangeiro. A participação faz-se sob duas formas — o TAP Group ou o TAP SOLO. O TAP Group oferece às empresas a opção de participar integradas num grupo de empresas do Reino Unido lideradas por uma organização de comércio acreditada. As subvenções do TAP Group variam entre 1 000 GBP — 1 800 GBP. O TAP SOLO apoia um número mais reduzido de empresas numa base independente ou individual que desejem participar em feiras comerciais onde não existe um grupo liderado por uma organização de comércio acreditada. Recebem uma subvenção fixa de 1 000 GBP. Em março de 2010, encontravam-se disponíveis subvenções para mais de 400 feiras comerciais em muitos mercados. Estas incluíam eventos específicos na China, Índia, Rússia, Ucrânia, Japão e Brasil. Principais objetivos do regime TAP:

- ajudar os novos exportadores a ultrapassar os entraves iniciais à exportação;
- ajudar as empresas de alta tecnologia recém-chegadas aos mercados emergentes a aprender a utilizar as feiras comerciais no estrangeiro como parte integrante dos seus planos de desenvolvimento comercial; e
- ajudar as empresas do Reino Unido a maximizar as vantagens da participação em feiras comerciais no estrangeiro.
- Grupo-alvo:
 - PME **ou** centros de educação superior do Reino Unido financiados pelo Estado **ou** organizações de investigação do Reino Unido financiadas pelo Estado que sejam:
 - novas na exportação (com base numa percentagem do volume de negócios resultante das exportações) e;
 - tenham recebido menos de três subvenções TAP (que envolvam mais do que um mercado) — limite que em 2009 passou para seis.

Orçamento 8 milhões GBP por ano

Medida em vigor desde 2006

Sítio Web <http://www.ukti.gov.uk/>

Agente de execução Governo: UK Trade and Investment (UKTI)

Período de avaliação: Janeiro de 2005 — Março de 2006

Metodologia

- A base de dados TAP, o Inquérito de Acompanhamento do Desempenho e Impacto da UKTI (PIMS) e a base de dados financeira Amadeus, bem como um estudo bibliográfico sobre a participação em feiras comerciais.
- Recolha de novos suportes de avaliação: um inquérito telefónico às empresas financiadas e não financiadas (investigação do cenário contra-factual; consideração de um grupo de controlo) e entrevistas telefónicas com Organizações de Comércio Acreditadas que organizam delegações para feiras comerciais (TAP Group) e Consultores de Comércio Internacional que administram a participação individual de empresas em feiras de comércio (TAP SOLO).
- Análise descritiva e econométrica.

Atividades para as quais a medida é utilizada

Cerca de 30 % das feiras comerciais são denominadas «feiras de comércio global»: feiras comerciais que não incidem num mercado nacional específico, mas no setor da indústria a nível global ou regional. Cerca de 20 % são «feiras comerciais de prioridade elevada» que incidem em mercados considerados de particular importância estratégica pela UKTI (por exemplo, Japão, Coreia do Sul, China, Índia, Brasil e Rússia). Cerca de metade das subvenções foram utilizadas para feiras comerciais em outros mercados.

Satisfação dos utilizadores

As empresas que usufruíram dos serviços ficaram, em geral, satisfeitas. Foram avaliados sete aspetos. 70 % ou mais consideraram o apoio de tipo «ajuda à preparação» «modalidades práticas», «qualidade dos eventos» e «qualidade dos contactos» bom ou muito bom. O «perfil da delegação do Reino Unido: atividades realizadas» teve uma classificação inferior.

X

Reino Unido

Programas de formação:
Scottish Development International Policy

A Scottish Development International (SDI) é um organismo governamental e uma empresa comum que reúne o Governo Escocês, a Scottish Enterprise (SE) e a Highlands and Islands Enterprise (HIE) que presta serviços de apoio ao investimento interno e à internacionalização para toda a Escócia. Para apoiar a internacionalização das empresas são oferecidos os seguintes serviços:

- preparação para a realização de negócios internacionais
- desenvolvimento de uma estratégia internacional
- mentoria internacional
- apoio nos mercados externos
- apoio para participação em exposições, missões e jornadas de aprendizagem, pacotes de alojamento internacional.

Os valores apresentados não incluem as feiras comerciais TAP SOLO.

Orçamento Cerca de 5 milhões de GBP para serviços de internacionalização da SDI por ano (média para o período entre 2005/06 e meados de 2009)

Medida em vigor desde 2002 (OMS), e 2003 (ELMJ)

Agente de execução Governo: Scottish Development International (SDI)

A Overseas Market Support (OMS) presta apoio individualizado às empresas sediadas na Escócia para o desenvolvimento de novos mercados à escala internacional: o apoio traduz-se, por exemplo, em relatórios e informações de mercado, identificação de potenciais contactos e parceiros comerciais e conceção de material de promoção para apoiar a entrada num mercado estrangeiro. Até 50 % dos custos elegíveis podem ser cobertos, caso seja concedido financiamento. O apoio segue o plano estratégico internacional de uma empresa, tal como acordado com a SDI. O grupo-alvo consiste em empresas sediadas na Escócia que pretendem expandir-se para novos mercados globais e com um volume de negócios igual ou superior a 400 000 GBP.

A iniciativa *exhibitions, missions and learning journeys* (EMLJ) da SDI pode ajudar as empresas a interagir com compradores estrangeiros e potenciais parceiros comerciais. A SDI organiza stands grupo em exposições internacionais importantes e gere missões e jornadas setoriais de aprendizagem no estrangeiro. Podem ser propostos subsídios a empresas que participem numa exposição, missão ou jornada de aprendizagem com a Scottish Development International. A medida tem o mesmo grupo-alvo que a OMS.

Período de avaliação: 2006-2009 (dados da análise econométrica: 2003-2006). 2003-2006.

Metodologia

Principais elementos da avaliação:

- entrevistas com 250 empresas que receberam apoio à internacionalização;
- análise econométrica numa base de dados que inclui 1 480 empresas que receberam serviços da SDI em 2003-2006;
- 10 estudos de caso;
- consultas com a agência, partes interessadas e organizações de parceiros externos.

Atividades para as quais a medida é utilizada

A maior parte das empresas utilizou o apoio para exposições e missões no estrangeiro (53 %), e alguma forma de apoio no mercado (50 %). As medidas EMLJ e OMS são utilizadas com relativa frequência.

Satisfação dos utilizadores

Em geral, cerca de 70 % dos utilizadores da SDI mostram-se (muito) satisfeitos com os serviços recebidos. A qualidade e relevância da informação e a utilidade do aconselhamento são os elementos mais apreciados.

Anexo

ANEXO I — MEDIDAS E AÇÕES DE APOIO AO NÍVEL DA UE

Vários centros empresariais, serviços de assistência, sítios Web, bases de dados e outros serviços geridos ou apoiados pela Comissão Europeia podem ajudar as PME na sua internacionalização.

Enumeram-se a seguir 1) serviços que abrangem apenas o mercado da UE; 2) serviços que abrangem também países fora da UE, e 3) serviços que incidem apenas em mercados em crescimento fora da UE.

Internacionalização na União Europeia

A sua Europa - um portal para as empresas

Este portal faculta às empresas que planeiam atividades transfronteiriças informações e serviços interativos que as ajudam a expandir negócios na UE.

<http://europa.eu/youreurope/business/>

Serviço de Assistência Europeu em matéria de DPI

O Serviço de Assistência para Direitos de Propriedade Intelectual da Comissão Europeia, fornece aconselhamento inicial e informação sobre propriedade intelectual (PI) e direitos de propriedade intelectual (DPI). O serviço destina-se a investigadores e PME que participem em projetos de investigação colaborativos, financiados pela UE. Dirige-se igualmente às PME que participam em processos de transferência de tecnologia internacional.

Se precisa de assistência sobre uma questão de DPI específica ou informação sobre os desenvolvimentos mais recentes ou formação sobre DPI, contacte o Serviço de Assistência Europeu para Direitos de Propriedade Intelectual.

<https://www.iprhelpdesk.eu>

Rede europeia de institutos nacionais de propriedade intelectual

Apoiada pela UE.

<http://www.innovaccess.eu/>

Erasmus para Jovens Empresários

Este programa de intercâmbio transfronteiras proporciona a novos empresários ou aspirantes a empresários a possibilidade de aprender com empresários experientes que dirigem uma pequena empresa noutro país europeu. Estes últimos podem beneficiar do ponto de vista do jovem empresário sobre a sua atividade, tendo ainda a possibilidade de cooperar com parceiros estrangeiros ou informar-se sobre novos mercados. A estadia é parcialmente financiada pela União Europeia.

<http://www.erasmus-entrepreneurs.eu/>

Solvit

O Solvit ajuda o público e as empresas a resolver litígios com organismos públicos em outros Estados-Membros sem ter de se passar pelos tribunais e gratuitamente.

http://ec.europa.eu/solvit/site/index_pt.htm

Internacionalização dentro e fora da UE

Enterprise Europe Network

Regra geral, quando uma PME planeia iniciar atividades internacionais, procura apoio e orientação empresarial à sua porta. A Enterprise Europe Network ajuda as PME europeias a aproveitar ao máximo não apenas o mercado interno, mas também mercados externos em crescimento. É um verdadeiro balcão único, que ajuda as PME a

- desenvolver os seus negócios em novos mercados;
- adquirir ou licenciar novas tecnologias;
- aceder aos fundos da UE e ao financiamento da UE.

Para além disso, a base de dados da rede na Internet faculta contactos internacionais entre empresas para clientes da rede.

Cerca de 600 organizações parceiras — câmaras de comércio e indústria, centros tecnológicos, universidades e agências de desenvolvimento — com mais de 3 000 técnicos experientes constituem a rede e prestam estes serviços em todos os Estados-Membros da UE e também através da presença em 26 países terceiros, nomeadamente EUA, Rússia, China, Índia e Brasil.

<http://een.ec.europa.eu/>

Portal Europeu das Pequenas Empresas

Este portal fornece informações sobre políticas, programas e iniciativas da UE de apoio às PME.

http://ec.europa.eu/small-business/index_pt.htm

EUREKA: Programa Eurostars

Propõe financiamento para investigação internacional a PME da UE que dediquem a investigação 10 % do seu volume de negócios ou do pessoal em equivalentes a tempo inteiro (ETI).

www.eurekanetwork.org/activities/eurostars

European Cluster Collaboration Platform (ECCP)

A ECCP é uma plataforma baseada na Web que facilita a cooperação entre polos empresariais dentro e fora da Europa. Atualmente, conta com mais de 900 organizações de polos registadas em toda a Europa e representa o principal instrumento para que estas organizações na Europa estabeleçam o seu perfil, troquem experiências e identifiquem potenciais parceiros para cooperação transnacional em benefício das PME que os integram.

A plataforma é ainda fundamental na promoção da cooperação internacional entre polos empresariais. Assinou uma série de Memorandos de Entendimento com parceiros no Japão, na Índia, no Brasil, na Coreia do Sul, na Tunísia, em Marrocos, no México e no Chile que definem um quadro de cooperação a

longo prazo entre a plataforma e organizações pares em países terceiros. Estes memorandos de entendimento facilitam o intercâmbio de informações sobre mapeamento de polos, iniciativas e eventos e apoio à organização de missões de estabelecimento de parcerias entre polos na Europa e em países terceiros.

www.clustercollaboration.eu

Eventos internacionais de estabelecimento de parcerias entre polos

São organizados eventos de estabelecimento de parcerias entre polos para apoiar as organizações de polos e as PME que os integram nos respetivos esforços para aceder a cadeias de valor globais e desenvolver parcerias estratégicas internacionais e cooperação comercial. Cada evento leva uma delegação de organizações europeias de polos e de PME que os integram a conhecer parceiros internacionais e a iniciar cooperação estratégica.

Foram organizados três eventos, nomeadamente no Japão sobre materiais verdes e tecnologia limpa²⁴, no Brasil sobre biotecnologia²⁵ e na Índia sobre eficiência dos recursos²⁶. Estão planeados mais eventos deste tipo para 2014 e 2015.

A participação está aberta a organizações de polos da Europa e às PME europeias que os integram. As organizações de polos devem estar registadas na ECCP. Os participantes são selecionados através de convites à manifestação de interesse publicados na ECCP.

Internacionalização fora da UE

Negócios com a Ásia

Serviços de Assistência para DPI

Os serviços de assistência para DPI para a China, o Sudeste Asiático (a região da ASEAN) e os países da América Latina (Mercosul) facultam aconselhamento para PME sobre direitos de propriedade intelectual (DPI). Os serviços de assistência propõem aconselhamento especializado sobre questões de DPI, contactos com peritos externos e organização de formações gerais ou individualizada. As PME da UE podem fazer perguntas relativas a «processos confidenciais» diretamente ao serviço de assistência, presencialmente, por correio eletrónico, telefone ou fax e recebem uma resposta célere — gratuitamente.

Serviço de Assistência para DPI a PME na ASEAN

O serviço de assistência apoia as pequenas e médias empresas (PME) da UE a proteger e reforçar os seus DPI nos países da ASEAN, através da prestação gratuita de serviços e informações.

<http://www.asean-iprhelpdesk.eu/>

Serviço de Assistência para DPI a PME na China

Este serviço de assistência faculta informação, aconselhamento e formação gratuitamente a PME europeias, para as ajudar a proteger e reforçar os seus direitos de propriedade intelectual na China.

<http://www.china-iprhelpdesk.eu/>

Serviço de Assistência para DPI a PME no Mercosul

O serviço de assistência oferece apoio inicial gratuito em questões de DPI, a fim de facilitar a expansão das PME europeias na região do Mercosul, no Chile e em outros países da América Latina.

www.mercosur-iprhelpdesk.eu

²⁴ <http://www.clustercollaboration.eu/japan-2012>.

²⁵ <http://www.clustercollaboration.eu/brazil-2013>.

²⁶ http://www.clustercollaboration.eu/documents/2736637/2817350/EU+India+Matchmaking+Event+on+Resource+Efficiency+and+Clean+Technologies_Article.pdf/24ddb6de-dd8c-44e6-9d51-da3557403a2a?version=1.0.

EU Business Centres

Até à data, três mercados em crescimento fora da UE são abrangidos pelos Business Centres da UE: o European Business and Technological Centre na Índia, o EU SME Centre na China e o European ASEAN Business Centre na Tailândia aconselham as PME europeias sobre como investir e tirar partido de oportunidades empresariais nos respetivos países.

A Comissão Europeia está a criar novas estruturas sob o nome SEBSEAM (Support to European Business in South-East Asia Markets - Apoio aos Negócios Europeus nos Mercados do Sudeste Asiático) na Malásia, no Vietname, nas Filipinas, na Indonésia, em Mianmar, no Camboja e no Laos com base em estruturas de apoio já existentes. O objetivo global destas estruturas SEBSEAM consiste em aumentar os fluxos de comércio e investimento entre a UE e as economias em que se localizam, bem como na região ASEAN.

European ASEAN Business Centre, Tailândia

Esta organização comercial europeia está sediada em Banguecoque, na Tailândia e tem como objetivo contribuir para a melhoria do comércio e do investimento das empresas europeias na Tailândia.

<http://www.eabc-thailand.eu/>

European Business and Technology Centre, Índia

O centro apoia a comunidade empresarial, científica e de investigação na Europa e na Índia, gerando novas oportunidades comerciais e transferências de tecnologia e promovendo as tecnologias limpas europeias na Índia.

Localiza-se em Nova Deli, estando prevista a abertura de antenas em Mumbai, Calcutá e Bangalore. Cofinanciado pela Comissão Europeia, abriu em janeiro de 2009. O centro é gerido pela Eurochambres, em parceria com 16 empresas e organizações de investigação de 4 setores (biotecnologia, energia, ambiente e transportes). O objetivo do centro consiste em tornar-se o ponto de referência para as empresas e entidades de investigação europeias que interessadas em entrar no mercado indiano.

As atividades abrangem uma ampla gama de ações: serviços de dados e informação, assistência e atividades setoriais específicas (CE, 2012).

<http://www.ebtc.eu/>

EU SME Centre, China

O Centro da UE de apoio às PME europeias é financiado pela Comissão Europeia e fornece informações, aconselhamento, formação e oportunidades de estabelecimento de parcerias para as PME europeias interessadas em exportar ou investir no mercado chinês (CE, 2012).

<http://www.eusmecentre.org.cn/>

http://ec.europa.eu/delegations/china/documents/projects/eu_sme_centre.pdf

Questionário: EU SME Centre — Está pronto para a China?

Este questionário em linha permite às PME aferir da sua preparação para desenvolver atividades na China, permitindo-lhes verificar se estão no caminho certo.

<http://www.eusmecentre.org.cn/quiz/>

Compreender a China

Este programa de formação foi liderado pela Eurochambres e outras partes interessadas e cofinanciado pela Comissão Europeia. Formou organizações empresariais para ajudarem as empresas europeias a melhor compreender a economia chinesa e a tornar-se mais competitivas no mercado chinês. O programa está concluído, mas o sítio Web ainda apresenta informações úteis sobre o mercado chinês.

<http://www.understandingchina.eu/>

EU Project Innovation Centre (China)

(apoiado pela UE)

O EUPIC é uma plataforma abrangente que promove a cooperação comercial, técnica e de investimento entre a UE e a China.

www.eupic.org.cn

Centro UE-Japão para a Cooperação Industrial

Esta organização incentiva intercâmbios de experiências e conhecimentos entre a UE e as empresas japonesas e ajuda-as a melhorar a sua competitividade e cooperação.

<http://www.eu-japan.eu/>

EU Business in Japan

Este sítio Web comporta várias secções que abrangem todos os aspetos relativos à realização de negócios no Japão ou com este país. O sítio dispõe ainda de uma base de dados dos prestadores de serviços públicos. Algumas partes do sítio Web estão reservadas aos membros.

<http://www.eubusinessinJapan.eu/>

Step in Japan

A *Step in Japan* é uma iniciativa gratuita de apoio logístico a PME, que funciona como uma pista de aterragem para as PME sediadas na UE que planeiem entrar no Japão ou expandir-se neste país.

<http://www.eu-japan.eu/other-activities/step-in-japan>

Sessões de formação

O Japão propõe sessões de formação para empresas da UE de todas as dimensões. Estas sessões incluem bolsas para participantes de pequenas empresas.

<http://www.eu-japan.eu/business-programmes/programmes-organised-by-the-centre>

Programa UE Gateway — Oportunidades para Empresas da UE no Japão e na Coreia do Sul

Este programa destina-se a empresas da UE em setores específicos que desejem desenvolver cooperação empresarial com o Japão e a Coreia do Sul. Financia e organiza missões empresariais relacionadas com alta tecnologia e design nestes dois países.

<http://www.eu-gateway.eu/home>

Programa de formação de quadros no Japão e na Coreia do Sul

Este programa tem como objetivo ajudar as empresas europeias, incluindo PME, a impor-se nos mercados japonês e sul-coreano. Oferece e financia um regime de formação intensiva para quadros que combina palestras, formação linguística e estágios.

<http://www.euetp.eu/>

European Business Council (Japão)

(apoiado pela UE)

Presta apoio indireto a PME, destina-se a melhorar o clima de comércio e investimento através da política comercial.

www.ebc-jp.com

Negócios com as Américas

Portal transatlântico UE-EUA de DPI

Este sítio Web incentiva as PME de ambos os lados do Atlântico a aceder a uma ampla gama de recursos sobre direitos de propriedade intelectual (DPI).

http://ec.europa.eu/enterprise/initiatives/ipr/index_en.htm

Bases de dados

Portal de Internacionalização das PME

Em 2014, a UE lançará SME Internationalisation Portal (SMEIP). As PME que planeiem expandir as suas atividades para além da UE encontrarão na base de dados do portal uma lista de prestadores de serviços (semi) públicos com informações de contacto e pormenores sobre os serviços oferecidos.

<https://webgate.ec.europa.eu/smeip/> <https://webgate.ec.europa.eu/smeip/>

Base de dados sobre acesso aos mercados

A base de dados oferece informações fundamentais aos exportadores da UE sobre as tarifas aplicadas, formalidades de importação, estatísticas e entraves ao comércio e permite que os entraves ao comércio sejam comunicados à Comissão Europeia.

<http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm>

Fiscalidade e questões aduaneiras: bases de dados eletrónicas

Este sítio Web contém uma lista de todas as bases de dados da Comissão relacionadas com fiscalidade e questões aduaneiras

http://ec.europa.eu/taxation_customs/common/databases/index_en.htm

Instrumentos de Informação/Avaliação para PME: Instrumentos de Defesa Comercial e Entraves Técnicos ao Comércio

Instrumentos de Defesa Comercial — assegurar o comércio equitativo para as PME da UE

Descubra como proteger as PME contra medidas de defesa comercial, incluindo importações subsidiadas e a baixos preços de países terceiros e como atuar se uma PME que exporta para um país terceiro for afetada por medidas anti-dumping, antissubvenções ou de salvaguarda aplicadas pelo país em causa.

http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/april/tradoc_151015.pdf

Estudos e notícias sobre internacionalização disponibilizados pela Comissão Europeia

Promoção das atividades internacionais das PME

Este sítio Web contém uma ligação para uma lista de estudos relacionados com a internacionalização das PME.

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/internationalisation/index_en.htm

Expandir-se mundialmente

Oportunidades para as pequenas empresas europeias para além do mercado único. Saiba mais sobre o acesso aos mercados, a concorrência no mercado global e a liberalização do comércio.

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/international/index_en.htm

ANEXO II — FONTES

Comissão Europeia (CE), 2013. *Política Regional — Base de dados de projetos*. http://ec.europa.eu/regional_policy/projects/stories/index_en.cfm

Comissão Europeia (CE), 2012. *Panorâmica das principais oportunidades de financiamento acessíveis às PME europeias. NOVA edição de janeiro de 2012*, DG das Empresas e da Indústria, Bruxelas. http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=5778&tpa=0&tk=&lang=pt

EIM Business & Policy Research 2011. *Opportunities for the internationalisation of European SMEs — Background document 2: Overview of 310 Policy Support Measures at Member State Level*, (financed by the European Commission), Zoetermeer.

Comissão Europeia (CE) e EIM Business & Policy Research, 2011 (1). *Opportunities for the internationalisation of European SMEs*, DG Empresas e Indústria, Bruxelas

Comissão Europeia (CE), 2011 (2). *Pequenas empresas, grande mundo — uma nova parceria para ajudar as PME a aproveitar as oportunidades à escala mundial* Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões, Comissão Europeia, Bruxelas. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0702:FIN:PT:PDF>.

Comissão Europeia (CE) e EIM Business & Policy Research, 2011 (3). *Do SMEs create more and better jobs?*, DG Empresas e Indústria, Bruxelas.

Comissão Europeia (CE) e EIM Business & Policy Research, 2010. *Internationalisation of European SMEs, final report*, DG Empresas e Indústria, Bruxelas.

Comissão Europeia (CE), 2008. *Supporting the Internationalisation of SMEs, Good practice selection*, DG Empresas e Indústria, Bruxelas

Comissão Europeia (CE), 2007. *Supporting the Internationalisation of SMEs, final report of the Expert Group*, DG Empresas e Indústria, Bruxelas.

ANEXO III — OUTRAS PUBLICAÇÕES ÚTEIS

A coleção de guias *Como apoiar a política das PME através dos fundos estruturais* pode ser descarregada em http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/regional-sme-policies/index_en.htm:

- N.º 1 Promover um Espírito Empreendedor e Competências de Empreendedorismo na UE
- N.º 2 Utilizar normas para apoiar o crescimento, a competitividade e a inovação
- N.º 3 Facilitar a transmissão de empresas
- N.º 4 Guia Inteligente da Inovação nos Serviços
- N.º 5 Aplicação da iniciativa «Small Business Act» a nível regional
- N.º 6 Como utilizar os fundos estruturais para apoiar as políticas a favor das PME e do empreendedorismo
- N.º 7 Apoiar a internacionalização das PME

É possível descarregar uma coleção de guias relacionados com a política regional e a especialização inteligente, incluindo o apoio às PME em <http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/guides>.

Esta coleção inclui, entre outros títulos:

- Regional policy for smart growth of SMEs
- Smart Guide to Innovation-Based Incubators (IBI)

Coleção de Guias Como apoiar a política das PME através dos fundos estruturais.

Apoiar a
internacionalização
das PME

ISBN 978-92-79-36480-8



9 789279 364808