

INTERNACIONALIZAÇÃO E SOCIEDADE 5.0

INTERNATIONALIZATION AND SOCIETY 5.0

*Catarina Romão Proença*¹

Resumo

Indústria e internacionalização são conceitos extremamente importantes para o desenvolvimento da economia e da sociedade. Este artigo procura analisar quais as mudanças que a implementação da sociedade 5.0, irá promover ao nível da internacionalização das organizações empresariais, assim como, as alterações de comportamentos e ações para a tomada de decisão. Em contexto teórico percebe-se que a mudança de paradigma será uma mais valia para as empresas, que ao se ajustarem e adotarem esta inovação tecnológica e conceptual da nova sociedade, terão vantagens competitivas, de relacionamento e de produtividade. No entanto é necessário ainda discutir e explorar estes conceitos de forma mais aprofundada, pois para além de serem recentes, acarretam alguns entraves na sua implementação global.

PALAVRAS-CHAVE: Internacionalização, Sociedade 5.0, Indústria 5.0, Tecnologias

Abstrat

Industry and internationalization are extremely important concepts for the development of the economy and society. This article seeks to analyse the changes that the implementation of society 5.0, will promote in terms of the internationalization in business organizations, as well as changes in behaviours and actions for decision making. In a theoretical context, it is perceived that the change will be an asset for companies, which when adopting this technological and conceptual innovation of the new society, will have more competitive, better relationship and productivity advantages. However, it is still necessary to discuss and explore these concepts in more depth, because in addition to being recent, they may be cause some obstacles in their global implementation.

KEYWORDS: Internationalization, Society 5.0, Industry 5.0, Technologies

1. INTRODUÇÃO

Num mundo cada vez mais globalizado a eficiência do modelo de internacionalização é sinónimo de progresso e de criação de valor. A inovação tecnológica tem sido uma das dimensões que mais tem contribuído positivamente para novas abordagens e conceitos de internacionalização.

Temas como sociedade 5.0 e indústria 5.0 são matérias cada vez mais emergentes e atuais que procuram responder a problemas existentes e constituírem-se potencialmente em soluções futu-

¹ catarina.proenca@ipc-campus.pt; Mestranda da Escola Superior de Gestão do IPCB

ras. Segundo Salgues (2018) existem palavras chave para a sociedade 5.0: i) adaptabilidade; ii) agilidade; iii) mobilidade e iv) reatividade. Estão diretamente ligadas ao facto de as mutações, mudanças e evoluções serem uma observação constante na nossa vida diária, que se reflete na infraestrutura, conhecimento e competências.

A junção da internacionalização e da sociedade 5.0, faz cada vez mais sentido para indústrias atuais e inovadoras, como as emergentes Born Globals.

Este artigo avalia num contexto teórico, o comportamento e relativas consequências que a sociedade irá introduzir na indústria e, conseqüentemente, na estratégia de internacionalização das mesmas. Para tal, foi realizado um levantamento das matérias ditas como tradicionais, a sua análise e apresentadas as alterações e novas suposições inerentes à atual e futura realidade.

A contribuição deste artigo, é a concretização de um trabalho empírico, de carácter exploratório, onde foi realizado um levantamento teórico das temáticas, internacionalização, modelos de internacionalização e a sociedade empresarial. O objetivo é a análise e comparação dos conceitos e modelos que terão impacto nesta mudança, ou seja, a 4ª revolução industrial.

O presente trabalho está organizado da seguinte forma. A secção 2 descreve a revisão da literatura e os principais conceitos de internacionalização. A secção 3 apresenta uma síntese teórica relativa à sociedade. A secção 4 faz a análise e junção dos dois conceitos e determina quais as mudanças que a sociedade e a indústria terão que explorar e incorporar. Finalmente, a Secção 5 apresenta as conclusões e o trabalho futuro.

2. INTERNACIONALIZAÇÃO

O conceito de internacionalização desde há muito que tem sido tema de discussão, não existindo um consenso quanto à sua definição. Para Meyer, (1996) “a internacionalização é um processo em que as empresas vão aumentando o nível das atividades fora do seu país de origem.”, enquanto que Freire, (2003) determina que: “a internacionalização de uma empresa consiste, em primeiro lugar, na extensão das suas estratégias de produtos-mercados e de integração vertical para outros países.”

Numa abordagem simplista e prática, podemos dizer que internacionalizar significa avançar para os mercados internacionais de forma a concretizar negócio.

2.1. As diferentes teorias da Internacionalização

Em termos de evolução temporal, a internacionalização pode ser dividida em duas fases distintas. A primeira, mais antiga, quando as empresas têm um processo de internacionalização lento e com pouca intensidade, e a segunda fase quando há um crescimento rápido da internacionalização e esta desempenha um papel importante na estratégia empresarial.

As teorias tradicionais colocam enfoque na internacionalização de produtos e no investimento direto nos países estrangeiros, onde as empresas multinacionais desempenham um papel central. Pelo contrário, nas recentes teorias, a internacionalização tem sido abordada como um processo em que as empresas aumentam a sua participação em operações internacionais.

As teorias de internacionalização podem dividir-se em duas:

- Teoria comportamental: considera a internacionalização como um processo sequencial, com base na evolução do comportamento e os estudos da exportação que se centralizam no processo a partir das atitudes, percepções e comportamentos dos empresários, que procuram reduzir riscos nas decisões sobre onde e como expandir e enfatizam a importância da aprendizagem e da acumulação do conhecimento nas empresas.

Tabela 1 - Resumo das teorias da abordagem comportamental (Fonte: Mendonça, A & Cunha, 2011)

Teorias	Aspetos relevantes
Modelo Uppsala	O modelo Uppsala revela que a falta de conhecimento é um obstáculo importante para o desenvolvimento de operações internacionais e que o conhecimento necessário pode ser adquirido principalmente através de operações no exterior.
I-Models (Inovação)	Os modelos pertencentes a esta abordagem explicam a internacionalização com uma perspetiva relacionada à inovação. Os modelos baseiam-se na aprendizagem em conexão com a adoção de inovação; assim, a internacionalização caracteriza-se como um processo passo-a- passo.
Teoria da Internacionalização Empreendedora	Esta teoria justifica a utilização da orientação empreendedora como uma forma de representar o estilo e o método específico sobre a orientação estratégica, tomada de decisão e implementação da empresa.
Teoria das Redes	Esta teoria define que, consoante a posição ocupada por uma empresa na rede, assim se definirá o seu leque de oportunidades, constrangimentos e se desenvolverão as suas estratégias. As redes fornecem às empresas um conjunto de recursos e informações sobre o mercado e os clientes aumentando as hipóteses de sobrevivência e sucesso.

- Teoria económica: baseada em critérios económicos prevalece o pensamento racional de soluções, mediante as vantagens que a empresa tem como fatores chave no processo de internacionalização.

Tabela 2 - Resumo das teorias da abordagem económica (Fonte: Mendonça, A & Cunha, 2011)

Teorias	Aspetos relevantes
Teoria do Ciclo do Produto	Esta teoria sustenta a hipótese do ciclo de produto. Portanto o produto começa com a suposição de que o estímulo à inovação é geralmente fornecido por alguma ameaça ou promessa no mercado.
Teoria do Poder de Mercado	Esta teoria baseia-se na redução da concorrência, no sentido de que esta obriga a empresa a reinvestir continuamente os lucros e ampliar mercado a fim de se manter competitiva.
Teoria da Internalização	Esta teoria afirma que as empresas esperam que as atividades sejam mais rentáveis quando estão sob controlo comum. Essa estratégia possibilita que a empresa minimize custos de transação explorando melhor as capacidades subutilizadas da organização.
Paradigma Eclético	O paradigma eclético afirma que a extensão, geográfica e industrial, é determinada pela interação de três conjuntos de variáveis: Esses são comumente conhecidos por OLI: <i>Ownership</i> – propriedade; <i>Location</i> – localização; <i>Internalization</i> - internalização.

2.2. Motivações para a Internacionalização

Segundo Bartlett & Beamish, (2010) existem 5 motivações que se dividem em dois grupos: (1) as motivações tradicionais, que datam desde o início dos primeiros processos de internacionalização, e (2) as motivações emergentes, que dizem respeito ao novo ambiente económico das últimas décadas.

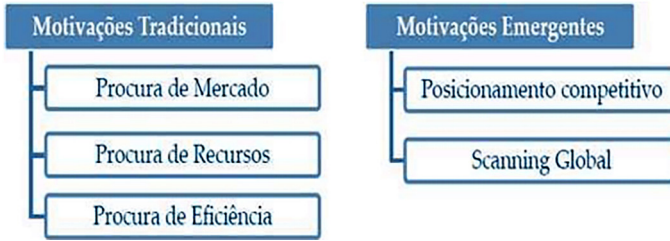


Figura 1 - Motivações tradicionais e emergentes (Fonte: Mendes, 2015)

- **A procura de mercado** diz respeito a empresas que investem num determinado país ou região com a intenção de fornecer produtos ou serviços (Hansson, A. & Hedin, 2007).
- **A procura de recursos** ocorre quando as empresas investem no estrangeiro com o objetivo de obter recursos mais baratos ou recursos que não existem no mercado doméstico (Dunning, 1993).
- **A procura de eficiência** dá-se quando as empresas têm o objetivo de racionalizar as estruturas de investimentos estabelecidas, a fim de beneficiar da gestão comum das mesmas (Dunning, 1993).
- **O posicionamento competitivo** diz respeito a empresas que procuram presença física em mercados líderes onde a concorrência está presente ou, em oposição, presença física em mercados em desenvolvimento e com grande potencial, mas com a ausência de concorrentes (Bartlett & Beamish, 2010).
- **O scanning global** ocorre quando as empresas pretendem explorar os benefícios de operações globais (Bartlett & Beamish, 2010). Nestesubgrupo, os motivos prendem-se com a necessidade de aceder a tendências emergentes, novas tecnologias e às melhores competências a nível mundial, entre outros.

Existem ainda outras classificações, como as de Czinkota, (2004) em que são identificadas 11 motivações divididas em dois grupos: (1) motivações proativas, que representam estímulos no sentido de alcançar uma mudança estratégica na empresa, e (2) motivações reativas, que dizem respeito às alterações do mundo empresarial que fazem com que as empresas tenham que alterar as suas atividades ao longo do tempo.



Figura 2 - Motivações proativas e reativas (Fonte: Mendes, 2015)

2.3. O aparecimento das Born Globals / International New Ventures

Foram várias as teorias desenvolvidas no sentido de explicar o processo de internacionalização, no entanto, os comportamentos reais das empresas apresentam desvios que fazem com que não se possa adotar um padrão. Este é um paradigma relativamente recente, que pode ser explicado por fatores como as tecnologias de informação e comunicação (TIC) e o aumento do capital humano com experiência internacional. Assim surgiu o conceito das Born Globals (Figura 3), as podem ser subdivididas em 4 perspetivas essenciais: o espírito empreendedor; a estratégia empresarial; a estratégia organizacional, e o ambiente externo à organização.

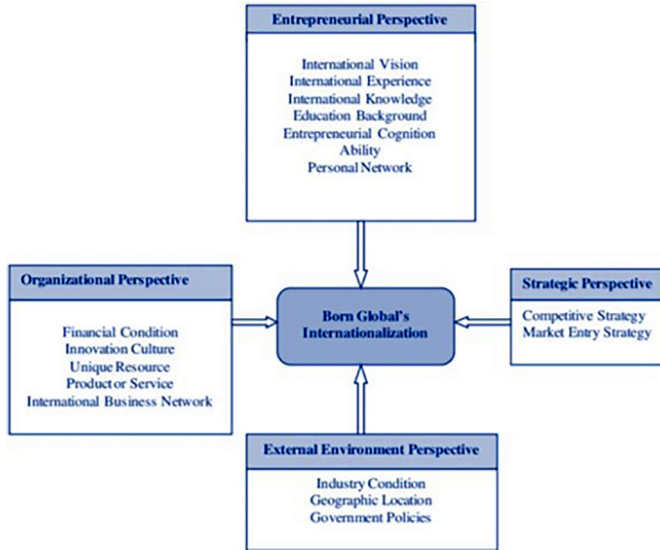


Figura 3 - Fatores que caracterizam as Born Globals (Fonte: Andersson, Danilovic, & Huang, 2015)

Classificar uma empresa como sendo Born Global não é unânime (Dominginhos, 2007), no entanto, as definições caracterizam-nas como empresas que em pouco tempo, após o de início das suas atividades se tornam globalizadas. Este conceito deve-se, particularmente, à revolução tecnológica dos últimos anos, com o desenvolvimento das tecnologias de informação que aceleraram drasticamente os fluxos de comunicações e consequentemente de informação.

A Tabela 3, explica sucintamente as características destas empresas:

Tabela 3 - Características das Born Globals (Fonte: Autor)

Características das Born Globals	
Dimensão	Pequenas e Médias empresas (PMEs).
Concentração	Essencialmente em setores de alta tecnologia, contudo não somente nesta área.
Início da atividade internacional	Normalmente 3 anos após a sua fundação.
Motivações para a internacionalização	Estratégia clara e proativa; Internacionalização faz parte da estratégia; Posição de destaque em mercados de nichos globais.

3. SOCIEDADE 5.0

A sociedade 5.0 é o conceito que sucede a Indústria 4.0. Trata-se de um processo muito mais transformador do que o seu antecessor, visto que repercute em um bem de maior valor para a sociedade: a humanidade. Ou seja, enquanto a Indústria 4.0 é centrada, essencialmente, no fabrico e no produto, a Sociedade 5.0 procura posicionar o ser humano como centro gravitacional da inovação e da transformação tecnológica (Davies, 2018).

3.1. A evolução das sociedades

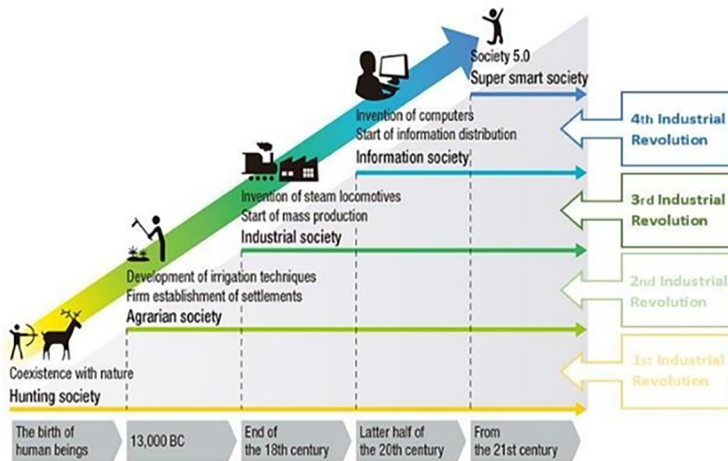


Figura 4 - Evolução das sociedades (Fonte: Keidanren, 2016)

A evolução da sociedade divide-se em 5 etapas (“Engenharia de Produção: Sociedade 5.0,” 2019):

- **Sociedade 1.0 Caça-Coleta:** sociedade nómada que vivia e sobrevivia da caça;
- **Sociedade 2.0 Agricultura:** sociedade sedentária, com o advento da agricultura, ocorrendo o surgimento de pequenas cidades e o início do comércio através da realização de trocas;
- **Sociedade 3.0 Indústria:** surgimento das máquinas a vapor e das indústrias, nesta etapa ocorre uma grande mudança na sociedade, destacando-se a produção em massa.
- **Sociedade 4.0 Informação:** destaque para automação dos processos aplicando os conceitos de sistemas ciber-físico, realidade aumentada e realidade virtual, internet das coisas, inteligência artificial e cloud computing, entre outros;
- **Sociedade 5.0 Integração:** conexão integrada homem-máquina, sendo o ser humano o centro da sociedade, que usufruir de todas as alternativas da tecnologia de forma a transformar e melhorar a qualidade de vida.

3.2. Emergir da indústria 5.0

O princípio básico da quarta revolução industrial é que, encadeando máquinas, dispositivos inteligentes e sistemas, as empresas estão a criar redes inteligentes em toda a cadeia de valor (desde o fornecimento de matéria-prima até à produção) que podem se controlar mutuamente.

Os avanços tecnológicos continuam a crescer a uma velocidade incrível, que conceitos como a sociedade 5.0 e indústria 5.0 têm surgido na atual comunicação empresarial. Estes conceitos têm

como base o aumento do toque humano de volta ao fabrico. Portanto, a Indústria 4.0 coloca a tecnologia inteligente na vanguarda da produção, enquanto que a Indústria 5.0 trará o aumento da colaboração entre humanos e sistemas inteligentes.

A Indústria 5.0 é necessária devido à alta procura de individualização dos consumidores nos produtos que compram, o que significa que eles preferem um grau de personalização e customização nos produtos. Para além disso com adoção destes conceitos, as TIC nas organizações terão um papel importante na promoção de inovação e internacionalização.

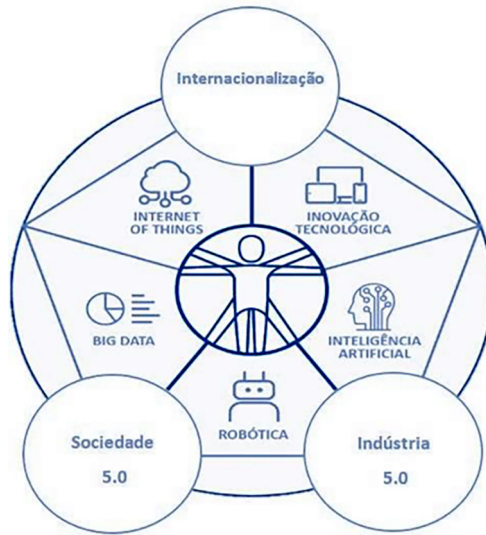


Figura 5 - Relação sociedade 5.0, indústria 5.0 e internacionalização (Fonte: Autor)

3.3. Benefícios da sociedade 5.0

Os principais benefícios com a adoção deste conceito a nível global, são (“Sociedade 5.0 - A Resposta à ‘desumanização’ da 4a revolução industrial,” 2019):

- Equilíbrio do processo económico com a resolução de problemas sociais;
- Melhoria da qualidade de vida das pessoas, colocando os sistemas inteligentes ao serviço do ser humano;
- As pessoas terão mais tempo e uma vida mais ativa, libertando-se de alguns dos mais comuns constrangimentos e ultrapassando debilitadoras limitações;
- Dar-se-á mais valor à imaginação e à criatividade;
- Libertação de constrangimentos associados com a escassez de recursos e questões do foro ambiental, de uma forma geral, privilegiando a sustentabilidade;
- Sociedade mais feliz, mais satisfeita e, conseqüentemente, mais produtiva.

4. INTERNACIONALIZAÇÃO E A SOCIEDADE 5.0

A ‘sociedade super-inteligente’- Society 5.0 prevê um sistema socioeconómico sustentável e inclusivo, alimentado por tecnologias digitais, como análise de Big Data, inteligência artificial (IA), Internet das Coisas e robótica. O conceito de indústria 5.0 visa compreender e acompanhar a evolução da sociedade. De acordo com objetivo 9 (Indústria, inovação e infraestrutura,) da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), este tem como objetivo alinhar o de-

envolvimento tecnológico, industrial e económico ao bem-estar social e humano, respeitando o meio ambiente (“Objetivo 9: Indústria, inovação e infraestruturas - Nações Unidas - ONU,” n.d.).

4.1. A mudança de paradigma

Considerando a atualidade social e empresarial e a tendência de adoção global da sociedade e indústria 5.0, existem mudanças que são essenciais e notórias, que devem ser adotadas pelos empresários e restantes stakeholders. A mudança também passará a nível de decisões estratégicas de internacionalização, portanto, quando falamos dos critérios que envolvem o sucesso empresarial em projetos de internacionalização, estes distinguem-se em 5 pontos fundamentais, os quais percebemos teoricamente a seguinte tendência na sociedade 5.0:

Tabela 4 - Critérios para a internacionalização (Fonte: Autor)

Critério Decisivo para a Internacionalização	Tendência e Previsão 5.0
1. Motivação do empresário	Aumento ↑
2. Estrutura organizativa da empresa	Diminuição ↓
3. Solidez financeira da empresa	Diminuição ↓
4. Pretensões de evolução da empresa no processo de internacionalização	Aumento ↑
5. Experiências anteriores, Contactos prévios, Intenções	Aumento ↑

Esta mudança de paradigma relativa aos critérios para a internacionalização pode ser explicada pela figura 6. É perceptível por observação direta que o objetivo é incorporar na sociedade a inovação e o conhecimento alcançados pela 4ª Revolução Industrial, aliando tecnologias e pessoas.

Assim a motivação do empresário será o motivo com maior ponderação, uma vez que esta sociedade centra e focaliza o indivíduo como o principal responsável das tomadas de decisões tanto na sociedade como no mundo empresarial. A estrutura organizativa da empresa irá ter um papel menos relevante no sucesso da implementação da estratégia internacional, assim como a solidez financeira da organização, explicada sobretudo pelo surgimento das PME's - Born Globals. As pretensões de evolução da empresa será um fator que ganhará peso, assim como a experiência anterior, os contactos prévios e intenções, este essencialmente atendendo à globalização emergente e a adoção das TIC.

4.2. As teorias tradicionais e a internacionalização 5.0

A internacionalização 5.0 (conceito adotado pelo autor que engloba a nova sociedade 5.0 + indústria 5.0) veio desafiar as teorias tradicionais da internacionalização. Porquê? A maior parte das teorias sobre internacionalização, descrevem-na como um sistema que ocorre progressivamente, em várias fases e onde o conhecimento é adquirido de uma forma gradual. Ora atendendo que estas teorias têm vindo a ser corroboradas com a proliferação das empresas Born Globals no mercado, não será necessário um update / upgrade ou ajustamento das teorias tradicionais a uma nova versão industrial, a indústria 5.0? Fica a questão. No entanto, existem outras que podem ser adotadas a esta nova versão industrial, como é o exemplo da teoria das redes, que define os mercados industriais como redes de relacionamento entre empresas. Considerando que as atuais empresas adotam tecnologias digitais (IA, CRM, Big data,...) existe maior facilidade de criar relações entre as diversas partes interessadas.

De forma a perceber melhor as diferenças entre as teorias tradicionais e a internacionalização 5.0, foi elaborada a Tabela 5.

Tabela 5 – Teorias tradicionais vs Internacionalização 5.0 (Fonte: Autor)

	Teorias tradicionais	Internacionalização 5.0
Velocidade	Lenta e gradual	Rápida e inclusiva
Âmbito	Não aplicável	Aplicável a várias atividades da empresa
Diversidade	Abordagem de um mercado de cada vez	Atuar em vários mercados simultaneamente
Objetivo	Aumentar o lucro	Ganhar vantagem competitiva
Idade	Empresas consolidadas e tradicionais	Empresas novas e inovadoras
Aprendizagem	Adquirida por experiência experimental empresarial	Adquirida por experiência experimental empresarial e dos recursos humanos
Distância	Escolha do mercado com base na distância psíquica	Não relevante

Conclui-se que as teorias tradicionais têm uma metodologia rígida e pouco adaptativa às novas realidades ou desafios tecnológicos enquanto que a internacionalização 5.0 acaba por ser mais ágil e desafiante perante as adversidades e oportunidades atuais.

4.3. Motivações para a internacionalização 5.0

Esta nova realidade trará também alterações ao nível das motivações dos empresários e das empresas relativas ao tema internacionalização. Assim de acordo com o descrito no ponto 2.3 deste artigo, podemos determinar que as motivações tradicionais não serão as mais adotadas pela indústria 5.0, pois apenas se centralizam no lucro gerado. Então quais serão as possíveis motivações adotadas por esta sociedade e indústria? As motivações emergentes. O seu foco é a vantagem competitiva que a organização retira ao se internacionalizar, falamos do posicionamento competitivo e do scanning global. Estas motivações surgiram nas empresas mais novas e inovadoras, que aproveitam as TIC para se demarcarem das restantes.

Ainda relativamente a motivações, estas também foram divididas por Czinkota, (2004), em dois grupos: as motivações proativas e as reativas. Considerando a constante inovação empresarial e as novas vantagens tecnológicas disponíveis no mercado empresarial, percebe-se que cada vez mais serão adotadas motivações proativas que reativas. Estas alterações também poderão gerar um grupo novo de motivações, as motivações colaborativas, seguem alguns exemplos na Figura 6.



Figura 6 - Motivações colaborativas (Fonte: Autor)

Estas motivações devem ser fomentadas e adotadas, tanto no ecossistema empresarial como na sociedade em geral. Para além de se conciliarem com os conceitos da sociedade 5.0, também se complementam com as metas do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável - 9 da ONU (“Objetivo 9: Indústria, inovação e infraestruturas - Nações Unidas - ONU,” n.d.).

A indústria inclusiva e sustentável deve ser estudada e implementada, como descrito no objetivo 9.2 da agenda 2030 da ONU “9.2: Promover a industrialização inclusiva e sustentável e, até 2030, aumentar significativamente a participação da indústria no emprego e no produto interno bruto, de acordo com as circunstâncias nacionais, e dobrar sua participação nos países de menor desenvolvimento relativo”;

A partilha de dados e informação, de know-how com o uso das TIC, como descrito no objetivo 9.c da agenda 2030 da ONU “9.c: Aumentar significativamente o acesso às tecnologias de informação e comunicação e se empenhar para procurar ao máximo oferecer acesso universal e a preços acessíveis à internet nos países menos desenvolvidos, até 2020”;

A rede de parceiros, é desenvolvida de acordo com a estratégia empresarial e com a implementação de softwares como CRM. Como descrito no objetivo 9.1 da agenda 2030 da ONU “9.1: Desenvolver infraestrutura de qualidade, confiável, sustentável e robusta, incluindo infraestrutura regional e transfronteiriça, para apoiar o desenvolvimento económico e o bem-estar humano, com foco no acesso equitativo e a preços acessíveis para todos”;

A mitigação de risco, através de medidas de apoio colaborativas entre governos e de partilha do risco com outras entidades e/ou parceiros, como descrito no objetivo 9.3 da agenda 2030 da ONU “9.3 Aumentar o acesso das pequenas indústrias e outras empresas, particularmente em países em desenvolvimento, aos serviços financeiros, incluindo crédito acessível e sua integração em cadeias de valor e mercados”.

4.4. As TIC ao serviço da internacionalização 5.0

As tecnologias sempre estiveram na origem de todos esses processos de internacionalização, pois constituem um meio de comunicação privilegiado, dando cada vez mais a sensação de proximidade. Na atualidade é cada vez mais evidente a internacionalização precoce das empresas, essa evidência deve-se de certo modo às tecnologias disponíveis no mercado e cada vez mais direcionadas ao relacionamento com o cliente e diversos stakeholders.

Assim, foi definida no Japão uma Estratégia de Tecnologia de Inteligência Artificial essencial à Sociedade 5.0. Esta caracteriza a IA como um serviço e prevê três fases para o desenvolvimento e uso da IA: (1) expansão do uso da IA orientada a dados em cada domínio de serviço, (2) uso geral de IA e dados entre os serviços e (3) a formação de ecossistemas através de uma complexa fusão desses serviços. Deve ser aplicada a três áreas prioritárias da sociedade: a saúde, mobilidade e produtividade.

O uso de dados provenientes de softwares como IA, Big data, IOT podem fornecer informações importantes para a implementação, desenvolvimento e controlo da estratégia de internacionalização. Outros softwares como o CRM, conseguem estabelecer relações, aproximar clientes e restantes partes interessadas, estudar produtos e mercados e investir em I&D. Tudo isto possibilita criar redes funcionais e confiáveis de comunicação e parceria. Como usualmente conhecido, podemos adotar o lema das IOT, para explicar a importância destas tecnologias para a internacionalização e para a sociedade: “Conectar o desconectado”.

Em suma as TIC, permitem reduzir o atrito da distância entre os diversos contactos como as pessoas, organizações e instituições e ainda diminuir o fator complexidade do tratamento e troca de informação, permitindo apoiar os processos de inovação e de internacionalização.

4.5. Problemas/ barreiras da internacionalização 5.0

Esta sociedade super-inteligente terá que passar por alguns desafios antes de se consolidar, nomeadamente quando se trata da sua implementação. Por forma a não ser apenas um mero conceito político-ideológico, é necessário integrar várias dimensões, como: “1) Política de Inovação (do lado do governo); 2) Espírito empreendedor (do lado da sociedade) e 3) habilidades empreendedoras (da sociedade civil e instituições)” (Yousefikhah, 2017).

É um problema com o futuro aberto (“Society 5.0: o grande plano de transformação social do Japão,” n.d.): “Whether such a vast societal change will work, and the wall of social acceptance will be broken down is a question that will be answered in the future. Making predictions in this regard would be Western arrogance from our part and a big mistake. So: who knows? And is this a model we could envision in other parts of the world?”.

Assim os principais problemas/barreiras identificados perante a internacionalização 5.0 devem-se essencialmente à cibersegurança, a adoção e adaptação dos conceitos da nova sociedade e indústria e por último a garantia de acesso igualitário às TIC por todas as indústrias/organizações, pois são tecnologias substancialmente caras numa fase inicial para uma PME.

No entanto, medidas para mitigar estes problemas estão a ser consideradas e desenvolvidas, em simultâneo com as metas do Objetivo de Desenvolvimento Sustentável - 9 da ONU.

5. CONCLUSÃO E TRABALHO FUTURO

O objetivo principal deste artigo foi a análise teórica e o contraste entre conceitos tradicionais de internacionalização com a revolução industrial 4.0. Assim foi desenvolvido o conceito de internacionalização 5.0 que diz respeito aos novos modelos e teorias ajustados à sociedade 5.0 + indústria 5.0.

Para a concretização do presente trabalho, foram realizadas pesquisas e elaboradas comparações entre as duas realidades em estudo.

As principais conclusões retiradas envolvem a entrada de novas motivações para a internacionalização 5.0, como exemplo as motivações colaborativas; a existência de mudança na ponderação dos critérios de decisão, uma vez que a temática procura a envolvimento total do indivíduo no futuro empresarial e social; e também se denotou uma necessidade de reformulação e adaptação das teorias tradicionais de internacionalização às indústrias inovadoras, as 5.0.

Os resultados da pesquisa demonstram que as TIC foram uma alavanca fundamental para o desenvolvimento dos diversos conceitos em estudo e que contribuem de forma ativa e inovadora para a internacionalização, promovendo a globalização das diversas empresas, principalmente as conhecidas Born Globals, e outras PME's tecnologicamente avançadas.

Em suma, este tema é de especial interesse para as todas as empresas que pretendam acompanhar o mercado, ganhar vantagens competitivas e enquadrar-se numa sociedade humana, sustentável, inclusiva e produtiva, no âmbito da designada sociedade 5.0. É claro que nem tudo são vantagens, mas organizações como a ONU, estão atentas aos problemas adjacentes a nível tecnológico, social e empresarial.

Como trabalho futuro pretende-se fazer um estudo empresarial a nível nacional, por forma a perceber se as empresas portuguesas estão dispostas a implementar e adotar estes novos conceitos, quantos casos já existem das denominadas Born Globals e perceber de que forma esta sociedade irá interferir a nível de estratégias e adoção de medidas de internacionalização. Para além disso seria interessante manter esta investigação atualizada, abrangendo outras áreas de interesse, dando a conhecer estudos à sociedade em geral, particularmente à indústria, governo e instituições de ensino.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andersson, Danilovic, & Huang. (2015). *Success Factors in Western and Chinese Born Global Companies*. 7, 25–38. <https://doi.org/10.4236/ib.2015.71004>
- Bartlett, & Beamish. (2010). *Transnational Management: Text, Cases and Readings in Cross-Border Management*. (6th ed.; M.-H. H. Education., Ed.).
- Czinkota. (2004). *The Export Marketing Imperative* (Texere, an).
- Davies, J. (2018). Thinking Ahead To Society 5.0. Semiconductor Engineering. *Keidanren (Japan Business Federation)*.
- Dominguinhos, Pedro Miguel (2007). “Born Globals - da formação da oportunidade à aprendizagem global”. Tese de Doutoramento, Universidade de Lisboa. Instituto Superior de Economia e Gestão.
- Dunning. (1993). *Multinational Enterprises and the Global Economy* (A. W. P. Company, Ed.). Freire, A. (2003). *Estratégia – Sucesso em Portugal*.
- Hansson, A. & Hedin, K. (2007). *Motives for Internationalization: Small Companies in Swedish Incubators and Science Parks*. Uppsala University.
- Keidanren. (2016). *Toward realization of the new economy and society*. Retrieved from https://www.keidanren.or.jp/en/policy/2016/029_outline
- Lorga, S. (2003). *Internacionalização e Redes de Empresas: Conceitos e Teorias*. Lisboa: Editorial & Verbo
- Mendes, S. (2015). A Internacionalização de Empresas Portuguesas.
- Mendonça, A & Cunha, S. (2011). Accumulation of technological capability in firms internationalized and not internationalized of a sectoral system of innovation. *Revista Espacios*, 32. Retrieved from <https://www.revistaespacios.com/a11v32n03/113203132.html>
- Meyer, R. (1996). *The Internationalization Process of the Firm Revisited: Explaining Patterns of Geographic Sales Expansion, Management Report*. Erasmus University, Rotterdam.
- Objetivo 9: *Indústria, inovação e infraestruturas* - Nações Unidas - ONU. (n.d.). Retrieved April 10, 2020, from <https://unric.org/pt/objetivo-9-industria-inovacao-e-infraestruturas-2/>
- Sociedade 5.0 - *Gabinete do Gabinete de Políticas de Ciência e Tecnologia*. (n.d.). Retrieved April 4, 2020, from https://www8.cao.go.jp/cstp/society5_0/index.html
- Society 5.0: *o grande plano de transformação social do Japão*. (n.d.). Retrieved April 10, 2020, from <https://www.i-scoop.eu/industry-4-0/society-5-0/>
- Yousefikhah, S. (2017). *Sociology of innovation: Social construction of technology perspective*. <https://doi.org/10.17230/ad-minister.30.2>