



**ESTRATÉGIAS DE EXPANSÃO NO COMÉRCIO EXTERIOR: UM ESTUDO SOBRE OS
PROCESSOS BUROCRÁTICOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PEQUENAS E MÉDIAS
EMPRESAS**

**EXPANSION STRATEGIES IN FOREIGN TRADE: A STUDY ON BUREAUCRATIC PROCESSES
IN THE INTERNATIONALIZATION OF SMALL AND MEDIUM COMPANIES**

**ESTRATEGIAS DE EXPANSIÓN EN EL COMERCIO EXTERIOR: UN ESTUDIO SOBRE LOS
PROCESOS BUROCRÁTICOS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y
MEDIANAS EMPRESAS**

Julia Tauana da Silva Saraiva¹, Rafael Alves Silva da Costa², Margibel Adriana de Oliveira³

e49205

<https://doi.org/10.63026/acerlte.v4i9.205>

PUBLICADO: 11/2024

RESUMO

O presente trabalho apresenta as principais dificuldades encontradas pelas pequenas e médias empresas no processo de exportação. As PMEs se deparam com dificuldades neste cenário dado suas especificidades e pouca especialização. Logo, foi identificada a necessidade de pesquisa sobre os processos burocráticos para a internacionalização de pequenas e médias empresas, apresentando pontos importantes e necessários para a compreensão sobre o tema. Assim como, diversos processos que as empresas enfrentam para se inserir ou aumentar sua participação nas exportações brasileiras.

PALAVRAS-CHAVE: Pequenas e Médias empresas. Burocracia. Internacionalização. Exportação.

ABSTRACT

This work presents the main difficulties small and medium-sized companies encounter in the export process. Given their specificities and little specialization, SMEs face problems in this scenario. Therefore, the need for research on bureaucratic processes for the internationalization of small and medium-sized companies was identified. The work presents important and necessary points for understanding the topic, as well as several processes that companies face to enter or increase their participation in Brazilian exports.

KEYWORDS: Small and Medium companies. Bureaucracy. Internationalization. Export.

RESUMEN: *Este trabajo presenta las principales dificultades que encuentran las pequeñas y medianas empresas en el proceso exportador. Las PYME enfrentan dificultades en este escenario dadas sus especificidades y poca especialización. Por lo tanto, se identificó la necesidad de investigar sobre los procesos burocráticos para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, presentando puntos importantes y necesarios para la comprensión del tema. Así como varios procesos que enfrentan las empresas para ingresar o incrementar su participación en las exportaciones brasileñas.*

PALABRAS CLAVE: Pequeñas y medianas empresas. Burocracia. Internacionalización. Exportar.

¹ Graduanda no Curso Superior em Comércio Exterior da FATEC – Barueri.

² Graduando no Curso Superior em Comércio Exterior da FATEC – Barueri.

³ Graduada e Mestre, pela Universidade de Santa Catarina, e Doutora em Letras pela Universidade de São Paulo. Docente do Curso Superior em Comércio Exterior da FATEC – Barueri.



REVISTA CIENTÍFICA ACERTTE
ISSN 2763-8928

ESTRATÉGIAS DE EXPANSÃO NO COMÉRCIO EXTERIOR: UM ESTUDO SOBRE OS PROCESSOS BUROCRÁTICOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS
Julia Tauana da Silva Saraiva, Rafael Alves Silva da Costa, Margibel Adriana de Oliveira

1 INTRODUÇÃO

Ao observar as lacunas existentes durante o processo de internacionalização e como algumas empresas ainda não possuem determinados conhecimentos, para iniciar o processo de expansão no mercado internacional, notou-se a viabilidade de elaborar um artigo com ênfase nos estudos sobre os processos burocráticos a respeito da internacionalização de pequenas e médias empresas, constituindo-se, assim no tema principal deste estudo.

Assim como Hecktheuer e Palmeira (2006) salientaram, a internacionalização da empresa consiste em sua participação ativa nos mercados externos. Apesar de todas as dificuldades existentes, para a internacionalização das PME's, ainda assim se mostra uma alternativa atraente e necessária, no que se refere à competição no mercado mundial, para as micro e pequenas empresas.

Portanto, o objetivo geral deste estudo é apresentar a estrutura do processo de internacionalização das pequenas e médias empresas brasileiras. Já os objetivos específicos são: identificar as estratégias de exportação para evitar possíveis imprevistos; discutir sobre como as questões burocráticas interferem diretamente nos processos de expansão de mercado.

Desta forma, observando o cenário do qual pouco foi discutido, as PME's possuem poucos conhecimentos e algumas até baixas expectativas de como internacionalizar sua empresa, tornando o processo lento e burocrático para alguns. Conseqüentemente, muitas dessas empresas não exploram o potencial e a efetividade do negócio e o que é oferecido. Desta forma, justifica-se a investigação do tema em questão, já que os pesquisadores perceberam esta falta de estudos mais aprofundados.

Nesse sentido, a internacionalização das empresas tem um papel fundamental para a economia do Brasil, porém com sua ineficiência causada muitas vezes por uma burocracia excessiva, as pequenas e médias empresas acabam sendo desmotivadas para exportar.

Logo, questionamos: por que as empresas pouco se especializam ou buscam conhecimento dos processos de exportação, além de entender a exportação associada à expansão no mercado internacional?

2 METODOLOGIA

Com base em análises de artigos de diversos autores relacionados ao tema, foi utilizado o método da revisão bibliográfica, que visa analisar o processo de internacionalização e exportação de PME's, e como este processo pode beneficiar e trazer pontos positivos, entender os processos burocráticos e o quanto as empresas ainda se mostram inexperientes ou com pouca bagagem de informações.

O tema abordado surgiu por intermédio de pesquisas realizadas que apontaram a necessidade de se aprofundar no assunto em questão, com o objetivo de analisar os dados de como pequenas e médias empresas enfrentam dificuldades com uma burocracia no processo de exportação.



REVISTA CIENTÍFICA ACERTTE
ISSN 2763-8928

ESTRATÉGIAS DE EXPANSÃO NO COMÉRCIO EXTERIOR: UM ESTUDO SOBRE OS PROCESSOS BUROCRÁTICOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS
Julia Tauana da Silva Saraiva, Rafael Alves Silva da Costa, Margibel Adriana de Oliveira

Os procedimentos de coleta de dados, foram por meio de pesquisas bibliográficas: livros, artigos e relatórios.

A opção que mais se aproximou ao tipo de estudo foi uma pesquisa exploratória, já que o assunto é pouco conhecido e explorado, assumindo a forma de artigo científico. Além disso, também pode ser classificado como um método indutivo, em que o autor observa e analisa a problemática, para a partir disso chegar em uma conclusão.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

O processo de internacionalização faz com que as empresas desenvolvam competências internacionais, ou seja, apresentem desempenho organizacional, obtenham retornos positivos e experiência no mercado externo. Deste modo, a pesquisa está organizada em quatro partes: Internacionalização das pequenas e médias empresas; questões relacionadas à exportação; exportação nas pequenas e médias empresas; e burocracia na exportação.

INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Para Zilli, Salvador e Dal Toé (2012), a internacionalização acontece quando a empresa doméstica começa a vender para outros países, no entanto sem ter pleno conhecimento do mercado em que atuará, o resultado pode não ser eficiente. Todavia, a internacionalização, na visão dos autores, está focada na exportação de produtos para outros mercados.

Por isso, é necessário observar que uma estratégia internacional é aquela em função da qual a empresa vende seus bens ou serviços para fora de seu mercado doméstico. Esse tipo de estratégia resulta em diversificação internacional. As organizações seguem uma estratégia internacional em oposição a uma puramente nacional a fim de buscar novas oportunidades de criação de valor nos mercados internacionais. (SILVA et al, 2013)

A expansão das empresas para o mercado externo ocorre por duas formas principais: a) atender a mercados externos por intermédio de exportações, quando estes têm oportunidades para crescimento, que são caracterizados pelo baixo custo e baixo risco por possuir demandas menores; e, b) por meio do investimento direto no exterior, mediante instalação de representações comerciais ou unidades produtivas (GUERRA; SENHORAS, 2015).

Ou seja, a internacionalização pode compreender desde a exportação direta ou indireta, de produtos ou serviços até a internacionalização parcial ou total da cadeia de produção por intermédio do Investimento Estrangeiro Direto (IED), tornando-se, assim, uma corporação transnacional. (CASSOL, 2017)

A internacionalização é fundamental para o aumento da competitividade das pequenas e médias empresas. Dada a importância da internacionalização para o empreendedorismo, é importante analisar as principais barreiras que dificultam esse fenômeno. (ARAÚJO et al, 2022)



REVISTA CIENTÍFICA ACERTTE
ISSN 2763-8928

ESTRATÉGIAS DE EXPANSÃO NO COMÉRCIO EXTERIOR: UM ESTUDO SOBRE OS PROCESSOS BUROCRÁTICOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS
Julia Tauana da Silva Saraiva, Rafael Alves Silva da Costa, Margibel Adriana de Oliveira

Todavia, vários fatores se apresentam para dificultar o processo de internacionalização das pequenas e médias empresas, dentre eles, destacam-se os fatores internos, como a falta de planejamento estratégico, o gerenciamento ineficiente dos recursos humanos, a falta de recursos produtivos e as dificuldades em profissionalizar o networking. (ARAÚJO et al, 2022)

Existem muitas abordagens diferentes para distinguir as barreiras de internacionalização, em um nível básico elas podem ser classificadas como internas e externas. As barreiras internas são muitas vezes barreiras de gestão, relacionadas à informação, processos e marketing, bem como barreiras de recursos, referentes não apenas aos recursos financeiros, mas também ao capital humano e intelectual. (ARAÚJO et al, 2022).

No entanto, esses mesmos fatores acabam por intensificar as barreiras externas, pois aumentam a percepção de sua dificuldade e desencorajam o planejamento voltado para expansão internacional. Todos esses fatores são acompanhados por desafios e inseguranças, atrelados às barreiras provenientes de diversas circunstâncias. (ARAÚJO et al, 2022)

Por outro lado, as barreiras externas são consideravelmente mais multifacetadas, podem ser legais, processuais, políticas, econômicas, comerciais, geográficas, ambientais, culturais e específicas (relativas a problemas e especificações únicas em um determinado país). (ARAÚJO et al, 2022)

Segundo Ribeiro (2022), nos últimos anos, assistiu-se igualmente numa perspectiva crescente na internacionalização para mercados não-desenvolvidos e para as economias emergentes. Embora ofereçam inúmeras oportunidades, a expansão comercial é particularmente desafiadora para as empresas devido à distância cultural, econômica, geográfica e administrativa.

Apesar do interesse de se expandirem internacionalmente, a exportação vem tornando-se fator chave para o crescimento das PME's cada vez mais, tema que será tratado a seguir.

EXPORTAÇÃO

A exportação é um meio de um país aumentar sua economia vendendo bens e serviços nos mercados internacionais. Para atingir esse objetivo, as empresas nacionais devem desenvolver uma estratégia que possibilite fornecer o produto adequado, no local certo, no momento exato da necessidade do comprador, com o preço correto e obtendo, em troca, o pagamento combinado. (SEGALIS et al, 2012)

Exportação, como o próprio sinônimo já diz, quer dizer “saída”, é tudo aquilo que um país vende para outro, sendo que as exportações de um país variam de acordo com a sua tecnologia e produção. (ARAÚJO et al, 2016)

A exportação é a abertura do país para o mundo, sendo uma forma de confrontar com as demais nações, trazendo assim para o país exportador a assimilação de técnicas e conceitos a que não teria acesso em seu mercado interno. (ARAÚJO et al, 2016)

É uma atividade de extrema importância para o desenvolvimento econômico do país, esta trata da relação direta de comércio entre países e blocos, ou seja, é a venda de produtos do mercado interno



REVISTA CIENTÍFICA ACERTTE ISSN 2763-8928

ESTRATÉGIAS DE EXPANSÃO NO COMÉRCIO EXTERIOR: UM ESTUDO SOBRE OS PROCESSOS BUROCRÁTICOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS
Julia Tauana da Silva Saraiva, Rafael Alves Silva da Costa, Margibel Adriana de Oliveira

para o mercado internacional. Esta é a atividade que traz muitos benefícios para o país exportador, tanto em termos econômicos quanto por meio de troca de informações. (ARAÚJO et al, 2016)

No entanto, os desafios para entrar e manter-se no mercado internacional não são poucos para as empresas, principalmente para as de micro, pequeno e médio portes que, apesar de representarem grande parte das empresas que anualmente iniciam a atividade exportadora, representam também quase a totalidade das empresas que desistem da atividade exportadora no ano seguinte ao da estreia no mercado internacional. (KLOTZLE; THOMÉ, 2006)

Esse cenário mostra que, de fato, as empresas de micro, pequeno e médio portes até tentam inserir-se no mercado internacional, mas, provavelmente, as dificuldades de lidar com todas as variáveis desse mercado, somadas às dificuldades de acesso aos financiamentos para exportação, à falta de infraestrutura, às excessivas barreiras burocráticas e legais, entre outros fatores, impedem a continuidade e crescimento dessas empresas no mercado internacional (KLOTZLE; THOMÉ, 2006)

Por isso, será abordado o tema da exportação voltada para as pequenas e médias empresas, no item seguinte.

EXPORTAÇÃO NAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

As pequenas e médias empresas ou conhecidas também por PMES, são negócios que possuem um porte reduzido, em relação ao seu faturamento menor ou pelo número de funcionários. Hoje no Brasil, a maioria das empresas se encaixam nesta categoria. (REIS, 2019)

Essas empresas têm despertado bastante a atenção dos governos, já que contribuem em grande escala pela geração de empregos (BRASIL, 2012) e pelos desafios com os quais se defrontam. (ALÉM; GIAMBIAGI, 2010)

Um dos principais desafios dessa categoria é enfrentar a necessidade de ser reconhecida no mercado buscando inovar, promover a sustentabilidade, alcançar e consolidar sua internacionalização. (ALÉM; GIAMBIAGI, 2010)

Acessar novos mercados é de extrema importância para essas empresas se desenvolverem, buscando criar práticas de padronização e certificação de qualidade no mercado, aumentando a sua competitividade e melhorando a organização da sua empresa. (LA ROVERE, 2014)

Entretanto, a participação das pequenas e médias empresas no comércio exterior ainda é escassa. Com isso, o governo brasileiro pensando em equilibrar a balança comercial do país, está buscando desenvolver alguns programas de incentivo às exportações de PMES que integram o conjunto de iniciativas. (LA ROVERE, 2014)

Esses planejamentos de incentivos do governo não são apenas para facilitar o processo de exportação e diminuir as dificuldades das PMES, o foco está principalmente para a melhoria da situação externa do país. (LA ROVERE, 2014)

Levando em consideração esses fatores, foram realizados estudos com empresários brasileiros ("Identificação dos Gargalos às Exportações de Micro e Pequenas Empresas" desenvolvida



REVISTA CIENTÍFICA ACERTTE
ISSN 2763-8928

ESTRATÉGIAS DE EXPANSÃO NO COMÉRCIO EXTERIOR: UM ESTUDO SOBRE OS PROCESSOS BUROCRÁTICOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS
Julia Tauana da Silva Saraiva, Rafael Alves Silva da Costa, Margibel Adriana de Oliveira

e analisada pelo MDIC, e "Competitividade Brasileira das Exportações" da Fundação Getúlio Vargas - FGV), os quais demonstram que a burocracia no comércio exterior é um dos principais impedimentos para à exportação.

Nesse sentido, no item a seguir, abordaremos o tema relacionado às dificuldades durante o processo de exportação.

ENTRAVES À EXPORTAÇÃO PARA PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Ludovico havia identificado as dificuldades de pequenas e médias empresas e foi além citando como principais barreiras ao comércio internacional, sendo aspectos relacionados como: falta de política moderna no comércio exterior; falta de um sistema atualizado de identificação de negócios; entraves burocráticos; empresas despreparadas para atuar no comércio exterior; elevados custos de transporte; excesso de protecionismo à indústria local; instabilidade econômica e questões culturais. (LUDOVICO, 2007 apud LAUX; VIER, 2018)

Além das dificuldades relacionadas às distâncias culturais, tecnológicas, geográficas e temporais entre os países, as empresas brasileiras exportadoras enfrentam obstáculos no processo de exportação, tanto no âmbito interno do país, por conta da política cambial, das deficiências nos portos, estradas e aeroportos, além do excesso de documentos para que a exportação seja liberada, quanto no âmbito externo, que, por sua vez, envolve divergências na legislação de um país para outro, além das diferenças de idiomas, moeda e costumes. (ROQUE, 2010 apud LAUX; VIER, 2018)

Existem diferentes tipos de barreiras que dificultam o processo de exportação das empresas. Segundo pesquisa realizada pela Confederação Nacional da Indústria (2014), a burocracia é a principal dificuldade enfrentada pela atividade exportadora, seja para começar a exportar, ou para alavancar as vendas no mercado exterior. (LAUX; VIER, 2018)

A burocracia alfandegária e/ou aduaneira envolve vários entraves que prejudicam as empresas que exercem a atividade exportadora. Para a CNI (2016), os principais obstáculos enfrentados pelo exportador nesse quesito são as tarifas cobradas nos portos e aeroportos, as tarifas nos órgãos anuentes, o excessivo número de documentos no processo de exportação, o tempo para fiscalização e despacho, o complexo procedimento de desembaraço, a falta de padronização nos órgãos anuentes, entre outros. (LAUX; VIER, 2018)

Segundo Gimenez (2022), um estudo elaborado pela Confederação Nacional da Indústria – CNI, em 2015, as maiores dificuldades enfrentadas pelas empresas brasileiras para exportar estão relacionadas a seguir:

Burocracia: As empresas exportadoras reclamam mais da burocracia (39%) do que as não exportadoras (34%), apesar dos dois grupos reclamarem do excesso.

Sistema tributário: O sistema tributário brasileiro atrapalha a expansão para 31% das exportadoras e a iniciativa de começar para 24% das que não venderam para o exterior no ano anterior à realização da pesquisa.



REVISTA CIENTÍFICA ACERTTE
ISSN 2763-8928

ESTRATÉGIAS DE EXPANSÃO NO COMÉRCIO EXTERIOR: UM ESTUDO SOBRE OS PROCESSOS BUROCRÁTICOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS
Julia Tauana da Silva Saraiva, Rafael Alves Silva da Costa, Margibel Adriana de Oliveira

Infraestrutura de transporte: Uma em cada quatro empresas diz que a infraestrutura do país prejudica a Logística para exportar. Entre os que não exportaram, 7% dizem que esse foi um impeditivo.

Taxa de Câmbio: Para 22% dos que já vendem para o exterior, o câmbio não favoreceu as exportações. Dos que não venderam, 9% disseram que foi um problema para iniciar.

Barreiras tarifárias e não tarifárias: O excesso de barreiras atrapalhou 20% dos que já exportam e intimidaram 8% dos que ainda não começaram.

Financiamento para exportação: Dos exportadores, 18% disseram que foi um problema nos últimos 12 meses. A dificuldade de obter o recurso foi apontada por 8% dos que não exportaram.

Adequação de produto e processo produtivo para atender às demandas de compradores: Esse problema afetou mais os não exportadores, do que os exportadores. Os que ainda não vendem para o exterior e que a apontaram foram 20% do total, contra 16% dos que já exportam.

Desse modo, relacionando as dificuldades encontradas durante o processo de exportação que pequenas e médias empresas enfrentam, o tema burocracia será abordado a seguir.

BUROCRACIA

Segundo Weber (1982, p. 229), a burocracia é definida a partir de formas específicas, que são estabelecidas a partir das relações de autoridade, delimitadas por normas segundo a coerção e consenso estatal. (WEBER,1982 apud FARIA; MENEGHETTI, 2011)

A definição para níveis de autoridades burocráticas, surgem a partir da criação de uma relação hierárquica delegadas a partir das atividades e tarefas exercidas. (WEBER,1982 apud FARIA; MENEGHETTI, 2011)

A administração é formalizada por meio dos documentos com essas definições de cargos, sendo exigido um treinamento que é de extrema importância para conhecimento das especificações em cada área. (WEBER,1982 apud FARIA; MENEGHETTI, 2011)

Sendo assim, segundo Morgan (2007, p. 26), Weber caracteriza a burocracia como uma forma de organização para melhorar a eficiência dos processos através da criação de uma divisão de tarefas, supervisão hierárquica, regras detalhadas e regulamentos. (MORGAN, 2007 apud COSTA, 2012).

Reforçando a visão de Morgan, Merton (1970, p. 273) afirma que "o principal mérito da burocracia é a sua eficiência técnica, com grande apreço dado à previsão, velocidade, controle, perícia, continuidade e discricção." (MERTON, 1970 apud COSTA, 2012).

Na concepção de Motta (2004), Weber conceitua a burocracia como um sistema burocrático formal, impessoal, acompanhado por administradores, buscando "a precisão, rapidez, caráter oficial, continuidade, discricção, uniformidade, redução de fricções, redução de custos materiais e pessoais". (MERTON, 1970 apud COSTA, 2012)

Ainda para Motta e Bresser-Pereira (2004, p. 6), por sua vez, "a burocracia apresenta tanto funções quanto disfunções, e isto nos auxilia a perceber as diferenças entre o 'tipo ideal' e a realidade." (MOTTA; PEREIRA, 2004 apud COSTA, 2012).



REVISTA CIENTÍFICA ACERTTE
ISSN 2763-8928

ESTRATÉGIAS DE EXPANSÃO NO COMÉRCIO EXTERIOR: UM ESTUDO SOBRE OS PROCESSOS BUCROCRÁTICOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS
Julia Tauana da Silva Saraiva, Rafael Alves Silva da Costa, Margibel Adriana de Oliveira

Em geral, o termo burocracia indica normas, regulamentos e procedimentos. No sentido popular significa papelada, complicações, apego excessivo a normas e regulamentos, gerando ineficiência. (COSTA, 2012)

Em relação aos temas citados, Grisi (2010) afirma que "a legislação brasileira continua burocratizada, com excesso de procedimentos alfandegários, fiscalização ineficiente e custos elevados". Com isso, mostra que a burocracia se torna um entrave para o desenvolvimento do comércio exterior no Brasil, principalmente para pequenas e médias empresas. (GRISI, 2010 apud COSTA, 2012)

Confirmando a ideia apresentada, estudos como o de Reis, Pignanelli e Santos (2008) e Wanke e Hijjar (2009) a ineficiência burocrática é um fator limitador para o avanço das empresas exportadoras. (COSTA, 2012)

A partir desses estudos, a baixa eficácia operacional da Receita Federal e Órgãos anuentes, o tempo excedente para a realização dos processos burocráticos, o excesso e complexidade dos documentos exigidos, sendo originais com diversas assinaturas, acabam sendo considerados constantemente como impedimentos e complicações para o processo de exportação. (COSTA, 2012)

Algumas características são observadas por Merton (1978) como disfunções da burocracia, tais como: o excesso de formalização, rotinas e registros (atendimento moroso e lentidão dos órgãos públicos na emissão dos documentos) e conformidade às rotinas (ausência de estrutura para lidar com as particularidades das pequenas e médias empresas). (MERTON, 1978 apud COSTA, 2012)

Ainda para Merton (1978, p. 112) a burocracia é considerada como "um apego excessivo aos exigentes procedimentos formais". Para ele, "esse apego pode ser exagerado até o ponto em que a observação rigorosa das normas interfere na consecução dos fins da organização." A resistência a mudanças ou conformidade às rotinas também é citada, sendo visualizada como "um processo extremo desse processo de deslocamento dos objetivos da organização." (MERTON, 1978 apud COSTA, 2012)

Logo, mesmo com certas dificuldades de entrar no mercado internacional e iniciar sua expansão, o apoio à essas empresas existe, como abordado a seguir.

APOIO GOVERNAMENTAL: INCENTIVOS PARA EMPRESAS EXPORTADORAS

De acordo com Silva (2013), apesar de todos os problemas encontrados no país para aqueles que desejam exportar, o Governo brasileiro juntamente com algumas instituições, buscam ensinar, facilitar e incentivar as exportações no país. Dentre as principais formas de promoção destacam-se:

- Vitrine do Exportador;
- Brasil Web Trade;
- Brasil Global Net;
- Portal Apex Brasil;
- Centros Internacionais de Negócios – CIN;



REVISTA CIENTÍFICA ACERTTE ISSN 2763-8928

ESTRATÉGIAS DE EXPANSÃO NO COMÉRCIO EXTERIOR: UM ESTUDO SOBRE OS PROCESSOS BUROCRÁTICOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS
Julia Tauana da Silva Saraiva, Rafael Alves Silva da Costa, Margibel Adriana de Oliveira

- Missões Empresariais: São atividades realizadas pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, com finalidade de promover produtos brasileiros no exterior, através de rodadas de negócios, reuniões com representantes de governos estrangeiros, seminários e outras atividades e voltadas aos empresários brasileiros interessados em iniciar ou ampliar suas exportações;
- Exporta Fácil;
- Encontros de Comércio Exterior (ENCOMEX);
- Rede CICEX – Rede de Centros de Informação de Comércio Exterior;
- Rede agentes - Rede Nacional de Agentes de Comércio Exterior;
- Portal Brasileiro de Comércio Exterior (PBCE);
- Projeto Extensão Industrial Exportadora – PEIEx;
- Programa de Internacionalização para PMEs – Sebrae;
- Aprendendo a Exportar;
- Consórcios de exportação.

O governo brasileiro desempenha um papel ativo no apoio às empresas exportadoras. Diversos órgãos governamentais, como a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) e a Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), desenvolvem programas e ações para fomentar as exportações. (TRAVELEX, 2023)

Essas entidades oferecem suporte técnico, promovem a participação em feiras e eventos internacionais, além de auxiliar na identificação de oportunidades de negócio. O apoio governamental é essencial para auxiliar as empresas no processo de internacionalização e conquista de novos mercados. (TRAVELEX, 2023)

O governo brasileiro também implementa programas de fomento às exportações, com o objetivo de ampliar a participação do país no mercado global. (TRAVELEX, 2023)

Ainda segundo a Travelex Bank (2023), o Programa de Apoio à Competitividade das Pequenas e Médias Empresas (PROCOMPI) é um exemplo, oferecendo capacitação e consultorias para pequenos negócios que desejam ingressar no comércio exterior.

Já a Apex, desenvolve diversos tipos de programas focados em entender e conciliar a maturidade exportadora da empresa com o tipo de serviço com o qual ela vai iniciar ou aumentar suas exportações, seja encontrando um novo comprador numa rodada de negócios, seja desenvolvendo a sua página dentro de um e-commerce. (FISA, 2024)

Antes de começar a exportar é preciso se estruturar internamente, formação de preço, quanto ela vai cobrar pelo produto em determinado mercado e qual a estratégia dela para entrar naquele mercado. Então para cada empresa é necessário ter uma solução customizada para que atenda tanto o grau de maturidade dela quanto também o grau de maturidade que ela vai encontrar lá fora. (FISA, 2024)



REVISTA CIENTÍFICA ACERTTE ISSN 2763-8928

ESTRATÉGIAS DE EXPANSÃO NO COMÉRCIO EXTERIOR: UM ESTUDO SOBRE OS PROCESSOS BUROCRÁTICOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS
Julia Tauana da Silva Saraiva, Rafael Alves Silva da Costa, Margibel Adriana de Oliveira

A Apex vai subindo degrau a degrau junto com a empresa, com essa base de serviços, oferecendo estudos, oferecendo consultoria, oferecendo a oportunidade de estar cara a cara com o comprador, para aquela exportação, até que ela consiga andar sozinha, sem a sua participação. Ela atende qualquer tamanho de empresa, pode ser produtor rural, cooperativa, empresas de pequeno até grande porte. (FISA, 2024)

Segundo a Confederação Nacional da Indústria e o Sebrae (2024), o PROCOMPI é uma iniciativa que promove a cooperação entre pequenas e médias empresas (PMEs), visando superar desafios e estimular a inovação, a produtividade e o crescimento em um contexto cada vez mais digital e sustentável. O programa identifica desafios específicos das PMEs, que podem surgir a partir de demandas de sindicatos, associações, ou através de levantamentos realizados pelas federações de indústria e pelo Sebrae. Os desafios podem ser setoriais, temáticos (por exemplo, melhorar eficiência energética em diferentes setores) e digitais (como adoção de automação e preparação para a Indústria 4.0).

Cerca de 103,9 milhões foram investidos em projetos e mais de 8.908 empresas beneficiadas desde 2000. (CNI, 2024)

CONSIDERAÇÕES

A exportação de pequena e médias empresas, é sem dúvida, uma importante estratégia de internacionalização para as empresas que desejam expandir seus negócios e conseqüentemente aumentar a rentabilidade da empresa. Entretanto, há diversas dificuldades por parte de pequenas empresas durante este processo de expansão, pois, nota-se que existe diversos tipos de burocracias que tornam os processos mais complexos.

Neste contexto, a presente pesquisa teve como objetivo principal descrever e apontar o quão benéfico e positivo pode ser um processo de internacionalização, como também, o contexto teórico sobre burocracia e quais são seus pontos principais que impactam negativamente durante esse processo de expansão para as pequenas e médias empresas. Assim como, evidenciar o apoio governamental que também existe para facilitar este processo.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Aristóteles; LICAR, Eliosmar; VERAS, Valdimiro. **Exportação e importação análise dos processos. Maiêutica-Estudos Contemporâneos em Gestão Organizacional**, v. 4, n. 1, 2016. Disponível em: https://publicacao.uniasselvi.com.br/index.php/GESTAO_EaD/article/view/1594. Acesso em: 25 mar. 2024.

ARAUJO, Larissa; ARAÚJO, Micaely; JÚNIOR, João. **Barreiras À Internacionalização De Pequenas E Médias Empresas Atendidas Pelo Programa De Qualificação Para Exportação (PEIEX). Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 8, n. 2, p. 211-235, 2022. Disponível em: <https://www.relise.eco.br/index.php/relise/article/view/695>. Acesso em: 09 abr. 2024.



REVISTA CIENTÍFICA ACERTTE
ISSN 2763-8928

ESTRATÉGIAS DE EXPANSÃO NO COMÉRCIO EXTERIOR: UM ESTUDO SOBRE OS PROCESSOS BUROCRÁTICOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS
Julia Tauana da Silva Saraiva, Rafael Alves Silva da Costa, Margibel Adriana de Oliveira

SEGALIS, Gabriel; FRANÇA, Ronaldo; ATSUMI, Shirley. **Fundamentos de exportação e importação no Brasil**. Editora FGV, 2015. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=5CGHCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=exporta%C3%A7%C3%A3o+e+seu+conceito&ots=FeMkPFhN9m&sig=gkB4jp19CSYCEurJOjdEd7RpOt8#v=onepage&q&f=true>. Acesso em: 25 mar. 2024.

SILVA, Joelma Fernandes da. **Programas de incentivo à exportação para micro e pequenas empresas no Brasil: identificação de entraves e proposições de soluções**. 2013. Monografia (Graduação) — Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Socioeconômico, Departamento de Ciências Econômicas e Relações Internacionais, Florianópolis, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/103818/Monografia%20da%20Joelma%20Fernandes%20da%20Silva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 18 out. 2024.

SILVA, Rosângela; ARAÚJO, Marcilene; SOUZA, Dércia; CRISPIM, Sérgio; GASPAR, Marcos. Análise do processo de internacionalização de uma empresa Venezuelana. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais (Internext)**, v. 8, n. 1, p. 31-47, 2013. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5575/557557879004.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2024.

TRAVELEX BANK. **Incentivos e programas de apoio ao comércio exterior no Brasil**, 2023. Disponível em: <https://www.travelexbank.com.br/blog/incentivos-e-apoio-comercio-exterior-no-brasil/>. Acesso em: 17 out. 2024.

ZILLI, Julio; SALVADOR, Cintia; DAL TOÉ, Rosane. O Processo de Inserção das Empresas Exportadoras de Orleans d São Ludgero-Sc do Mercado Internacional. **Anais Seminário de Ciências Sociais Aplicadas**, v. 3, n. 3, 2012. Disponível em: <https://www.periodicos.unesc.net/ojs/index.php/seminariocsa/article/view/658>. Acesso em: 12 abri. 2024.