



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS ANGICAL DO PIAUÍ
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

LÍS GABRIELE DA SILVA TÔRRES

INTERNACIONALIZAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS
BRASILEIRAS: políticas governamentais de incentivo

ANGICAL DO PIAUÍ
2025

LÍS GABRIELE DA SILVA TÔRRES

INTERNACIONALIZAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS BRASILEIRAS:
políticas governamentais de incentivo

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico) apresentado como exigência parcial para obtenção do diploma do Curso de Bacharelado em Administração do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Angical do Piauí.

Orientador(a): Prof. Me. Reginaldo Magalhães.

ANGICAL DO PIAUÍ

2025

INTERNACIONALIZAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS BRASILEIRAS: políticas governamentais de incentivo

Lís Gabriele da Silva Tôres¹
Reginaldo Magalhães²

RESUMO

O acelerado processo de globalização moldou a forma como as organizações analisam o mercado bem como sua estrutura. A ascensão dos negócios cruzou as fronteiras e adentrou o mercado internacional, realocando as estruturas das organizações em duas vertentes: a do mercado doméstico e a do mercado estrangeiro. As Micro e Pequenas empresas brasileiras buscam ingressar nesse modelo de expansão global, para tanto, o apoio governamental é imprescindível para obter êxito nesse processo de internacionalização. O presente estudo investiga as políticas governamentais no processo de internacionalização das micro e pequenas empresas (MPEs) brasileiras, analisando os fatores motivacionais e estratégicos para a internacionalização, além das barreiras e o panorama das mpes no Brasil. O objetivo principal desta pesquisa é analisar o impacto das políticas governamentais de incentivo à internacionalização das micro e pequenas empresas brasileiras. Desse modo, quanto à metodologia, foi realizada uma revisão da literatura com análise bibliográfica, de natureza básica, abordagem qualitativa e do tipo exploratória. Em vista disso, os resultados desta pesquisa reforçam a existência das políticas de incentivo à internacionalização, porém quando se analisa os impactos gerados, percebe-se que ainda são ínfimos e relativamente voltados para o mercado de exportação e não para a instalação das bases operacionais dessas empresas em países estrangeiros.

Palavras-chave: micro e pequenas empresas; mpes; internacionalização; políticas de incentivo.

ABSTRACT

The accelerated process of globalization has shaped the way organizations analyze the market and its structure. The rise of business has crossed borders and entered the international market, reallocating organizational structures into two strands: the domestic market and the foreign market. Brazilian micro and small enterprises seek to join this model of global expansion, and to this end, government support is essential to succeed in this internationalization process. This study investigates government policies in the internationalization process of Brazilian micro and small enterprises (MSEs), analyzing the motivational and strategic factors for internationalization, as well as the barriers and the outlook for MSEs in Brazil. The main objective of this research is to analyze the impact of government policies to encourage the internationalization of Brazilian micro and small enterprises. Thus, in terms of methodology, a literature review was conducted with a basic bibliographic analysis, using a qualitative and exploratory approach. In view of this, the results of this research reinforce the existence of policies to encourage internationalization, but when analyzing the impacts generated, it is clear that they are still negligible and

¹Acadêmica de Bacharelado em Administração. IFPI- Campus Angical.
caang.2021119badm0165@aluno.ifpi.edu.br.

²Mestre em Ciência da Propriedade Intelectual (UFS- 2020). Especialista em Logística e Distribuição (UFPI- 2016), Graduado em Administração de Empresas (UFPI-2014) e 3 coordenador do Curso Bacharelado em Administração do IFPI- Campus Angical. reginaldo.magalhães@ifpi.edu.br.

relatively focused on the export market and not on the establishment of the operational bases of these companies in foreign countries.

Keywords: micro and small businesses;mses; internationalization;incentive policies.

Data de aprovação: 20/08/2025

1 INTRODUÇÃO

Com o processo de globalização, exportar empresas, produtos ou ideias tornou-se um procedimento mais evidente no mercado. Internacionalizar, de acordo com o dicionário Aurélio, significa, "difundir por várias nações". Com o crescimento das exportações, sejam de mercadorias ou de organizações, a tendência é que seja crescente participação dos negócios brasileiros no mercado internacional. A internacionalização das micro e pequenas empresas, buscam, além de novos caminhos para exportar produtos ou serviços, adequar os negócios que pretendem se internacionalizar a outros tipos de concorrências e modelos de transação comercial, mas, principalmente, entender as vantagens competitivas que esses mercados oferecem.

Nesse cenário, as Micro e Pequenas empresas (MPEs) brasileiras estão adentrando o mercado estrangeiro. Com intuito de expandir seus negócios, buscando um novo tipo de consumidor e tentando diversificar a receita, mas, principalmente, procurando aperfeiçoar as características dos empreendimentos nacionais. Ainda nessa perspectiva, as mudanças para que as MPEs se estabeleçam no comércio global e consigam se adequar às demandas, têm início no próprio Brasil. Levar empresas para fora do país requer altos investimentos. Em 2021 cerca de 11 mil MPEs brasileiras exportaram produtos ou serviços para outros países, de acordo com dados do Sebrae (2023). Isso evidencia o crescente interesse das MPEs em estabelecer seus negócios no mercado internacional. Todavia, as políticas governamentais de incentivo ainda são ínfimas, o que dificulta esse processo.

Diante disso, a presente pesquisa visa responder a seguinte problemática: Quais são as políticas de incentivo à internacionalização das Micro e Pequenas empresas brasileiras? Dessa forma, delinearam-se os seguintes objetivos da pesquisa: sendo o objetivo geral, analisar o impacto das políticas governamentais de incentivo à internacionalização das micro e pequenas empresas brasileiras. Assim,

para obter um resultado mais eficaz para esse objetivo e com o intuito de aprofundar essa análise, delimitaram-se os seguintes objetivos específicos: Analisar os conceitos da internacionalização das MPEs brasileiras, apresentar os principais motivadores para internacionalização das MPEs e identificar as principais políticas de incentivo.

O presente estudo justifica-se pelos seguintes argumentos: no campo organizacional pelas informações que trará as MPEs que desejam se internacionalizar; no campo acadêmico, a pesquisa servirá de base para estudos futuros, para estudantes, professores e pesquisadores nas áreas de Administração Geral e Comércio Exterior e no campo social, a pesquisa se justifica por se tratar de ações governamentais que fomentam o empreendedorismo brasileiro para fora do país.

Esta pesquisa caracteriza-se, quanto a sua natureza, básica e foi conduzida por meio de uma abordagem qualitativa e exploratória através de uma revisão da literatura de base bibliográfica, com análise de dados e estudos anteriores sobre o tema.

Assim, o presente estudo divide-se em 8 seções. Na seção 1, encontra-se a introdução, em que se apresenta a temática de forma breve. Nas seções 2, 3, 4 e 5, encontram-se o referencial teórico, que apresenta os conceitos da internacionalização e das MPEs brasileiras, os principais motivadores para internacionalizar as MPEs e as principais políticas de incentivo à internacionalização. Na seção 6, encontram-se os procedimentos metodológicos, parte imprescindível para o desenvolvimento do estudo. Na seção 7, encontra-se a análise dos resultados obtidos por meio dos objetivos do estudo e, por fim, a seção 8, que elenca as considerações finais dos resultados referentes à pesquisa.

2 FUNDAMENTOS DA INTERNACIONALIZAÇÃO

2.1 CONCEITOS E DEFINIÇÕES

No quadro conceitual das Micro e Pequenas Empresas, Zouain *et.al.* (2011), definem as MPEs como empresas de menor estrutura organizacional e econômica, que apresentam poucas barreiras à sua entrada no mercado e grande concorrência. De forma distinta, a legislação estabelece critérios para a classificação das MPES, entre eles, o faturamento anual máximo e o porte de ocupação. A **Lei**

Complementar Nº123, de 2006, conceitua as MPEs segundo o seu faturamento anual. Para tanto, as Micro empresas são aquelas que possuem faturamento anual de até R\$360.000 e as Pequenas empresas são aquelas cujo faturamento seja superior a este valor, e, inferior ou igual a R\$4.800.000,00. Outra forma de conceituar as MPEs é a que considera, como critério distintivo, a capacidade de ocupação. Dados do Sebrae elucidam essa classificação das micro e pequenas empresas. O quadro 1 apresenta a classificação por pessoas ocupadas dessas organizações.

Quadro 1- Classificação do porte das empresas- Por pessoas ocupadas

Porte	Atividades econômicas	
	Serviços e Comércio Micro	Empresa Indústria
Micro empresa	Até 09 pessoas	Até 19 pessoas
Pequena Empresa	De 10 a 49 pessoas	De 20 a 99 pessoas
Média Empresa	De 50 a 99 pessoas	De 100 a 499 pessoas
Grande Empresa	Acima de 100 pessoas	Acima de 500 pessoas

Fonte: SEBRAE (2013).

Além de compreender os conceitos de MPEs, é imprescindível observar a capacidade dessas organizações para o mercado internacional. Diante disso, Dal-Soto *et.al* (2007, p. 41) definem a internacionalização como “um processo crescente e continuado de desenvolvimento das operações de uma empresa com países fora de sua base de origem.” Desse modo, entende-se que a busca das organizações brasileiras pelo mercado internacional se concentra em estabelecer suas operações em países que não englobam suas matrizes primordiais.

A internacionalização das Micro e Pequenas Empresas, é descrita como um processo de expansão e atuação da empresa para o mercado internacional, incluindo desde a importação e exportação de produtos e serviços para outros países, conforme conceituado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). No contexto da internacionalização das Micro e Pequenas Empresas (MPEs), a caracterização é descrita por Seifriz, Gondim e Pereira (2014), como um processo de comercialização de atividades e produtos para além das fronteiras nacionais. Esses conceitos enfatizam que as limitações impostas ao processo de internacionalização não se enraízam apenas na exportação de bens e

materiais para outras nações, mas também, pela busca e ascensão desses negócios para o mercado global.

A expansão das MPEs para o mercado global é um processo essencial para ampliar a perspectiva dos negócios nacionais para o mercado externo, além de aprimorar uma visão estratégica e competitiva para o mercado global. A definição de internacionalização, como descrito pelo SEBRAE e pela Lei complementar nº123, evidencia a singularidade de ultrapassar os limites nacionais e expandir os empreendimentos para fora dos limites locais. Além da compreensão das MPEs, baseando-se no faturamento anual e na capacidade de ocupação como critério de classificação.

2.2 MODELOS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

A literatura apresenta, em contextos diversos, modelos de internacionalização que se ajustam às formas com que as empresas querem ingressar no mercado estrangeiro. Para compreender os cenários, melhorar sua performance, entender os critérios e auto avaliar como se expandir internacionalmente, as organizações buscam padrões de modelos para se inserirem no mercado externo. Neste contexto, existem estruturas de expansão internacional fundamentais para o processo de internacionalização que serão discutidos neste tópico.

A internacionalização de uma empresa pode ocorrer por meio da exportação (Barreto *et.al* 2022). Além disso, os modelos Uppsala, Dunning (teoria eclética) e Born global, são, também, agentes de internacionalização das organizações (Vieira, 2009; Pereira e Gomes, 2017; Stocker, 2022).

A **exportação** é o modelo mais tradicional de levar os produtos ou serviços nacionais para o exterior. Notadamente, as exportações se inserem em um contexto elementar que englobam a geração de emprego e renda; percepções como estas não devem ser ignoradas, visto que isso implicaria, negativamente, no intercâmbio de bens e serviços (Costa *et.al*, 2022). Os autores ainda evidenciam que os fluxos de exportação estão mais ágeis, mais viáveis economicamente e apresentam uma comunicação mais eficiente.

De acordo com, Milan e Machado (2020) a atividade exportadora está relacionada à capacidade de planejamento estratégico das organizações. Para eles,

as Pequenas e Médias Empresas (PMES) apresentam uma parte considerável de sua receita proveniente da atividade de exportação. Do mesmo modo, os pesquisadores consideram a exportação como um ponto essencial para o crescimento das organizações; tendo em vista que são mais acessíveis economicamente, principalmente, para às MPES.

Considerando o contexto dos modelos de internacionalização, o **modelo Uppsala** é um dos mais relevantes e pragmáticos do meio. A internacionalização segundo a perspectiva Uppsala, consiste no crescimento contínuo e constante, das atividades de aperfeiçoamento e do aprimoramento de conhecimentos acerca do desenvolvimento das atividades que fomentam o envio de agentes e instalação de polos de negócios, até que a organização se instale no país escolhido (Andrade, Ramoni-Dias e Silva, 2021). Este modelo busca compreender os mercados nos quais as empresas pretendem se inserir e após conhecê-lo, adentram de forma cautelosa.

Lemos e Ferreira (2024, p.8), reforçam que o modelo de internacionalização Uppsala “é usado para ilustrar como as empresas avaliam e planejam riscos potenciais por meio de um processo de aprendizagem e identificação de alternativas de decisão.” além disso, os autores enfatizam que o uso desse modelo de expansão internacional pode ser o fator essencial para a alavancagem da internacionalização das empresas. De forma adicional, este modelo se insere no contexto de aprimoramento e adaptação das empresas, de modo que elas conheçam e explorem o mercado no qual pretendem se instalar.

Outrossim, o **modelo de Dunning** é outra forma de expandir as operações de uma empresa para o mercado estrangeiro. Essa abordagem de internacionalização busca compreender as vantagens competitivas alocadas à escolha do país em que a empresa pretende se instalar; as perspectivas geográficas são determinantes para a seleção do local, principalmente, quando se analisa os recursos naturais disponíveis na localidade (Rovai, Costa e Ferraz, 2018).

A teoria eclética de Dunning não está voltada para a conduta do exportador, mas sim para o desenvolvimento estratégico dos custos de transação e de informação (Costa, Añez, Mol e Damasceno, 2017). Em concordância, os autores reafirmam, que os motivos que influenciam no processo de decisão da escolha da localidade dão ênfase à posição geográfica e aos fatores ambientais. Ademais, o

processo de internacionalização, se concentra na criação de estratégias que melhor se enquadram nas condições da organização empresarial.

Seguindo a dinâmica dos modelos de internacionalização é coerente apresentar o **método Born Global**. Para Ribeiro *et.al* (2012), as Born Globals são empresas de pequeno e médio porte, que possuem entrada no mercado exterior desde de sua criação ou poucos anos após. Fazendo uma operação simultânea entre o mercado global e o mercado doméstico. As empresas que apresentam essa dinâmica global adotam esse papel, pois, inovam e assumem os processos com maior rapidez do que as empresas tradicionais (Ledesma-Chaves e Arenas Gaitán, 2022).

Isso se evidencia, porque elas são orientadas para se internacionalizar desde de sua criação, facilitando, assim, o processo de aceitação e adaptação. As redes de relacionamento são fundamentais para a expansão das empresas do modelo Born Global. A velocidade de seu processo de expansão sofre influência direta das iniciativas institucionais. Isso gera a confiança na tomada de decisões eficazes que fortalecem o processo de internacionalização, evidenciado também a importância de políticas públicas que fortaleçam essa estrutura (Stocker *et.al*, 2022).

Com o objetivo de facilitar a compreensão, o quadro 2 descreve as características dos modelos de internacionalização conforme elucidado pelos autores.

Quadro 2- Características dos Modelos de Internacionalização

Modelo de internacionalização	Características	Autores
Exportação	-Modelo mais tradicional de internacionalização. -Apresentam fluxos mais ágeis, mais viáveis economicamente e comunicação mais fluida. -Fator fundamental para o crescimento das MPES.	Costa et al. (2022); Malin e Machado (2020)
Uppsala	-Internacionalização progressiva, baseada no conhecimento de mercado. -Crescimento contínuo e constante, com envio de agentes e polos de negócio - Avaliação de riscos potenciais.	Andrade, Ramoni-Dias e Silva (2021); Lemos e Ferreira (2024)

Dunning (Teoria Eclética)	-Ênfase nas vantagens competitivas, levando em conta as características geográficas e os recursos naturais -Estudo das condições locais para a elaboração de estratégias de internacionalização.	Rovai, Costa e Ferraz (2018); Costa, Añez, Mol e Damasceno (2017)
Born Global	-Empresas criadas para se inserirem no mercado internacional. -Atuação simultânea entre mercado doméstico e internacional. -Facilidade de adaptação.	Ledesma-Chaves e Arenas Gaitán (2022); Ribeiro, Oliveira Jn. e Baroni (2024)

Fonte: Autoria própria (2025)

Logo, internacionalizar empresas sem a utilização de um dos modelos como estratégia é mais demorado, ou, muitas vezes, ineficiente. Os modelos de internacionalização permitem a entrada no mercado global de forma mais concisa e consciente.

3 CONTEXTO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS BRASILEIRAS

3.1 IMPORTÂNCIA DAS MPES NA ECONOMIA BRASILEIRA

Segundo Silva e Silveira (2024), as MPES configuram-se como uma parte expressiva da economia brasileira, visto que contribuem para a geração de emprego e renda para uma parcela significativa do corpo civil. De acordo com dados do Sebrae (2020), em 2018 as MPES designaram quase metade dos empregos formais do Brasil, além de representarem cerca de 29,5% do Produto Interno Bruto (PIB) do país. As MPES são as bases essenciais para o desenvolvimento econômico e redução da linha de pobreza, pois, além de garantir a renda de milhões de famílias de baixa e média condição financeira, captam mão de obra com menor qualificação, beneficiando, assim, os mais vulneráveis economicamente (Mendes Júnior e Tomé, 2021).

Leão (2022, p.8) afirma que,

As micro e pequenas empresas despontam como os maiores potenciais de geração de renda e emprego. No panorama de formação de novos postos de trabalho do mercado brasileiro, as MPES representam 77% do total. No País, o saldo de emprego formal em 2021 foi de 2.730.597 novos postos de trabalho, sendo, desse total, 2.112.217 postos de trabalho formados pelas micro e pequenas empresas – MPES (Leão, 2022, p.8).

Em 2022, foi registrado, pelo Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) que as MPES foram responsáveis pela criação de 15 milhões de novos postos de trabalho. Esses dados reforçam a significativa

contribuição dessas empresas para a geração de empregos formais no país. Além disso, destacam a capacidade dessas organizações de crescer mesmo em meio às crises.

A participação das MPES na economia brasileira se divide em três aspectos mercadológicos: comércio, serviço e indústria (Ministério da Economia- Brasil, 2015). De acordo com dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviço (MDIC, 2023), no Brasil, encontram-se cerca de 22 milhões de pequenos negócios ativos. Em termos percentuais, as atividades do mercado, aliado às MPES, correspondem a 51,6% dos serviços e 28,8% do comércio. Os dados revelam ainda que as MPES contribuem com cerca de 30% do PIB do país (ABDI,MDIC,2023).

As MPES são responsáveis pela geração de emprego e renda, além disso, contribuem para o fomento do empreendedorismo brasileiro, desenvolvimento regional e diversificação e inovação no perfil dos empreendimentos nacionais. Além disso, possuem participação direta no PIB do país, contribuindo para o crescimento e desenvolvimento econômico.

Para tanto, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), fomenta o apoio às MPES por meio de investimentos de capital. Tais ações englobam a disseminação dessas organizações e promovem suas participações no mercado brasileira. Nesse cenário, o financiamento de créditos ocorre majoritariamente de forma indireta. Dessa forma, o banco apresenta duas modalidades de operações indiretas: automática e a não automática. No entanto, para as MPES a regra predomina sobre a modalidade automática, neste caso, o pedido de financiamento é analisado pela instituição credenciada, e, homologado, caso aprovado, pelo BNDES (Martini, 2021).

A economia brasileira, de acordo com os dados, é impulsionada pelas MPES, visto que são os motores do desenvolvimento nacional, sendo responsáveis por parte significativa do crescimento econômico do país. Os investimentos alocados a esses tipos de empresas são demasiadamente fundamentais para a sobrevivência dos micros e pequenos negócios do Brasil.

3.2 PREPARAÇÃO PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO

A internacionalização das micro e pequenas empresas (MPES) brasileiras exige uma série de etapas que demandam planejamento, análise do mercado,

estudo das normas legais e regulatórias e análises financeiras e tributárias das organizações. Essas etapas são responsáveis por preparar essas empresas para adentrar o mercado internacional.

Para Ludovico (2009), existem quatro etapas que categorizam o processo de internacionalização das empresas. Refere-se a elas: I) não interessadas: nesta etapa as organizações não se sentem preparadas para elevar sua produção para o mercado externo, preferindo atuar no mercado doméstico, mesmo havendo interesse por parte do cliente; II) parcialmente interessada: a empresa tem interesse dos clientes do exterior, atende à demanda, mas não elabora uma estratégia sólida de exportação; III) exportadora experimental: a empresa atende a demanda apenas de países vizinhos, pois considera, a semelhança cultural e normativa um fator relevante para se estabelecer no local; IV) exportadora ativa: nesta etapa a empresa busca atender o mercado exterior buscando adaptar seus produtos às demandas existentes, não havendo barreiras para exportação, elaborando estratégias pertinentes e orçando, de forma coerente, a alocação dos recursos para atender aos clientes.

Em razão da vantagem competitiva, muitas empresas optam por expandir sua atuação internacional para países vizinhos, visando mitigar os impactos culturais sobre o produto ou serviço ofertado. Todavia, mesmo em países próximos, as organizações não se isentam de elaborar um planejamento eficaz, pesquisa de mercado para entender as necessidades locais e análise dos concorrentes para compreender a disponibilidade dos consumidores em conhecer novos produtos (Teixeira e Pascuino, 2023).

Dados de SEBRAE (2023), evidenciam que cerca de 65% dos negócios brasileiros, que buscam o mercado internacional, se concentram em 5 principais parceiros comerciais: China, União Europeia, Estados Unidos, Mercosul e Japão. Deles, ressalta-se a relevância da parceria com os países do Mercosul, que englobam, além do Brasil, países como: Argentina, Paraguai e Uruguai. Essa parceria comercial se enquadra na etapa III de internacionalização, sendo, esta, a exportadora experimental. Esse tipo de aliança fortalece os laços comerciais e a economia dos países envolvidos nas operações comerciais, vislumbrando crescimento mútuo entre as nações envolvidas.

As MPEs podem desenvolver competências para competir em mercados externos valendo-se de estratégias competitivas. A elaboração de táticas que visem

inserir as MPEs no mercado internacional é fundamental para que essas empresas consigam se enquadrar nos formatos de internacionalização. Em vista disso, Cassol *et.al* (2018), elenca a exportação, o licenciamento, Joint Ventures e as Franquias como formas estratégicas de internacionalização.

4. MOTIVADORES E DESAFIOS DA INTERNACIONALIZAÇÃO

4.1 MOTIVADORES ESTRATÉGICOS

A Internacionalização demanda uma análise econômica das empresas, considerando desde os motivadores para a internacionalização, até as estratégias que serão utilizadas para a obtenção de êxito no mercado global Silva *et.al* (2020). As razões pelas quais as MPEs buscam o mercado internacional, não se limitam ao acesso ao comércio de outro país, pois fatores como a diversificação da receita, mercados potenciais e inovação tecnológica, são o suprasumo das oportunidades de crescimento de uma organização no exterior.

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, BNDES (2012), destaca que os principais motivadores para o processo de internacionalização estão na busca por novos mercados, na defesa contra a concorrência e no acesso a novas tecnologias. Quando se adentra um novo mercado a prospecção da organização se eleva ao nível internacional. A organização se adequa aos eixos competitivos do ambiente global. Por outro lado, a concorrência no mercado doméstico dificilmente alcançará a empresa que explora o mercado global, pois estariam unindo forças em dois mercados distintos. Ademais, a Integração de novas tecnologias promove a disponibilidade de novas informações e avanços significativos na forma administrar as organizações e também na produção.

Para Ferreira, Serra e Reis (2011), genericamente, os motivadores para a internacionalização dividem-se em duas vertentes. A primeira, se enquadra na detecção de uma oportunidade no estrangeiro, que pode estar pautada nas mudanças tangíveis do aspecto de localização. A segunda, se embasa nas estratégias que podem explorar as oportunidades. Os autores ainda ressaltam, que os motivos moldam a forma como as organizações atuam. Além disso, as estratégias citadas pelos autores como as mais influentes para a internacionalização são: joint venture, licenciamento e investimento direto estrangeiro (IDE).

De forma adicional, Honório e Rodrigues (2006), relacionam dois campos de estímulo à internacionalização, sendo estes, o estímulo à exportação e o empreendedorismo internacional. O incentivo à cadência exportadora é o diferencial para despertar o interesse das organizações pelo mercado externo, as políticas de impulso à internacionalização corroboram com o acesso das empresas brasileiras ao comércio global. Ademais, a busca por novas formas de adentrar este tipo mercado agrega valor, por parte das empresas nacionais, ao empreendedorismo global.

4.2 BARREIRAS E DESAFIOS

O processo de internacionalização é um dos mais complexos e pragmáticos sistemas que as empresas podem enfrentar. As bonanças da internacionalização, não anulam, os desafios e barreiras que as empresas permeiam para alcançar o sucesso internacional. Os obstáculos encontrados pelas organizações durante a expansão global são muitos, portanto, é imprescindível que as corporações nacionais estabeleçam planos estratégicos e financeiros reais e coerentes durante esse processo (Cruz, 2015).

A startup brasileira OutReach (2024), compila os principais desafios encontrados pelas empresas brasileiras ao buscarem o mercado internacional. Entre eles, cita-se, a concorrência global, gerenciamento e compliance- gerenciar os riscos jurídicos e os processos comerciais no exterior exige um estudo aprofundado das leis e regulamentações impostas às empresas nestes países , desafios de recursos humanos- para compreender o acervo cultural, bem como, as leis é necessário a contratação de uma equipe internacional, visando mitigar o impacto cultural na organização, e gerenciamento e reputação do negócio- para além das questões burocráticas, administrativas e operacionais, é necessário zelar pela reputação da empresa, pois, crises de relações públicas podem gerar um impacto negativo globalmente para a organização.

Concorrer globalmente é um desafio elencado nas organizações que buscam a internacionalização. Compreender o mercado e as práticas de comercialização é essencial para mitigar a concorrência. Os padrões de concorrência são marcados pelo mercado em que as organizações estão inseridas (Ferraz e Torracca, 2023). Por outro lado, o gerenciamento e compliance estão pautados na análise e

gerenciamento dos riscos jurídicos e das práticas comerciais adotadas nos países de base internacional (OutReach 2024).

Para além disso, outras barreiras identificadas no processo de internacionalização são os custos elevados, burocracia, e políticas de incentivo insuficientes. De acordo com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil,2023), o processo de internacionalização deve superar os desafios encontrados, fazendo análises criteriosas do mercado-alvo, da estrutura organizacional internacional, da gestão internacional de recursos humanos e também da gestão de riscos. Desta forma, as desconformidades podem ser minimizadas.

O antigo modelo das empresas genuinamente brasileiras começa a ser deixado de lado dando espaço para as empresas nacionais globalmente competitivas. O processo de internacionalização traz benefícios a todos, todavia, esse modelo não evoluirá sem a participação do tripé que move a economia, comandado pelo setor empresarial, pela sociedade e pelo governo (Travesso Neto, 2005).

5. POLÍTICAS DE INCENTIVO À INTERNACIONALIZAÇÃO

5.1 PANORAMA NACIONAL

As políticas governamentais de promoção à internacionalização das empresas brasileiras são essenciais para ajudar as organizações a aumentar a competitividade no mercado global. As políticas públicas atuam, direta ou indiretamente, padronizando os fluxos de investimentos diretos (IED), impactando no volume produtivo e na motivação das empresas para o mercado internacional, Santos (2015). No panorama nacional, o governo brasileiro, efetua programas de apoio à internacionalização das empresas nacionais. Dentre elas, as que mais se destacam são: os incentivos fiscais, financiamento para exportação, programas de fomento e parcerias com órgãos governamentais, Apex e BNDES.

Os incentivos fiscais possuem o papel de promover o alcance das empresas brasileiras na concorrência do mercado global. A atividade exportadora, no processo de internacionalização, é beneficiária destes incentivos, como pode ser destacado no quadro 3.

Quadro 3- Incentivos fiscais disponíveis para exportação

INCENTIVOS	CARACTERÍSTICAS
Imunidade quanto ao pagamento de Imposto sobre Produto Industrializado – IPI	Na saída do produto manufaturado, a operação de exportação é imune ao IPI.
Imunidade quanto ao pagamento do Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação – ICMS	No processo de exportação o ICMS possui tratamento especial, já que todo produto manufaturado exportado possui imunidade.
Isenção de pagamento do Programa de Integração Social (PIS) e de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PASEP) e da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social – COFINS	Produtos e serviços nacionais destinados à exportação são isentos da contribuição social para PIS/PASEP, assim como para a COFINS.
Ressarcimento do PIS/PASEP e da COFINS	Direito à recuperação das contribuições PIS/PASEP e COFINS que incidirem sobre insumo nacional que for utilizado em produto a ser exportado, como crédito presumido do IPI a título de ressarcimento dos valores dessas contribuições. Este ressarcimento podendo ser utilizado para quitar IPI ou ser transferido para qualquer estabelecimento da empresa para efeito de compensação do IPI.
Isenção do Imposto de Renda	Isenção do imposto de renda na fonte, incidente sobre as remessas ao exterior, de juros devidos por financiamentos à exportação.
Isenção do Imposto sobre Operações de Crédito, Câmbio e Seguro, ou Relativas a Títulos ou Valores Mobiliários - IOF	Câmbio e Seguro, ou Relativas a Títulos ou Valores Mobiliários - IOF Incidente sobre operações de financiamento realizadas através da emissão de conhecimento de depósito e warrant, representativos de mercadorias depositadas para exportação em entrepostos aduaneiros e realizadas por meio de cédula e nota de crédito à exportação.
Compras internas com desoneração.	Compras internas com fim de exportação terão o mesmo tratamento fiscal que as importações desoneradas feitas sob o regime de drawback.
Sistema de Registro de Informações de Promoção- SISPROM.	Reduz à zero a alíquota do IR nas remessas para o pagamento de despesas como: participação em feiras, workshops internacionais, missões comerciais, e em realização de pesquisa em mercados atrativos.

Fonte: Zilli *et.al* (2014).

Os autores ressaltam que,

Os incentivos fiscais à exportação são, na sua maioria, a ausência do pagamento dos impostos, incluindo IPI, ICMS, PIS/PASEP, COFINS, IR e IOF, tributados sobre o valor das exportações realizadas. Sendo estes incentivos, a imunidade quanto ao pagamento de IPI, do ICMS do PIS/PASEP e COFINS, a isenção do IR, do IOF e o SISPROM, que é a

isenção do Imposto de Renda sobre as remessas de pagamento de despesas com a promoção da empresa no exterior. (Zilli *et.al* 2014, p.4)

A Agência Brasileira de Promoção à Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), é um órgão governamental, responsável por promover o acesso das empresas do país ao mercado externo. Uma das políticas de incentivo voltadas para esse âmbito é o “Programa de Internacionalização de Empresas”, cujo objetivo é apoiar as organizações brasileiras no trâmite de expansão internacional (ApexBrasil, 2024).

Essa política governamental, conduzida pelo órgão, de acordo com dados da ApexBrasil(2023), tem como ações de fomento à internacionalização: Atendimento personalizado, visando elaborar uma plano estratégico de expansão internacional personalizado de acordo com o formato da organização; participação em feiras e eventos, para compreender os mercados relevantes para o setor internacional; Missões internacionais, que propiciam uma visão geral sobre valor em mercados prioritários, por meio de viagens técnicas e apoio local para a instalação de empresas no exterior, por meio de escritórios da Apex e do Setor de Promoção Comercial (SECOMs).

Ademais, a Apex, promove o Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), voltado para as MPEs, o objetivo desse programa é a elaboração do planejamento da empresa para a abertura de seu negócio no mercado exterior. A orientação estratégica, análise do mercado internacional e a análise da operação internacional são os principais pontos discutidos entre as empresas e a equipe da agência. Ao fim do atendimento, as organizações são direcionadas para três ações distintas: Participar das missões de expansão internacional; integrar um Projeto Setorial da ApexBrasil; ser atendida por Escritórios de Negócios da ApexBrasil (SEBRAE, 2022).

Além disso, ApexBrasil, em parceria com o SEBRAE e com o apoio do Ministério das Relações Exteriores, lançaram o programa MPE Global (ApexBrasil, 2024). O objetivo do programa é estimular a presença das MPEs brasileiras na pauta de exportações, para os setores de bebidas moda e alimentício. O projeto foi estruturado em duas etapas: a primeira é a classificação das mpes que pretendem adentrar o mercado estrangeiro, por meio de um edital para a seleção; a segunda fase, a agência vai construir através de sua rede de escritórios no país, agendas

virtuais onde as empresas apresentaram seus produtos para compradores potenciais, (ApexBrasil, 2022).

A fase 1 do programa MPE global irá ocorrer da seguinte forma: inscrição e confirmação dos critérios mínimos, que são: ser uma MPE, possuir CNPJ e atuar no setor de alimentos e bebidas. Assim, as empresas que atenderem esses critérios seguirão para a etapa 2 que é o período de qualificação preparatória, nesta fase do programa as empresas entenderão quais serão suas oportunidades e desafios, estratégias de marketing internacional e participarão de oficinas de precificação internacional. Por fim, na fase 3, ocorrerão as reuniões e negociações, mediante a assinatura do termo de adesão, que confirma, de forma oficial, a participação das MPEs nesse programa. Essas reuniões possuem um período de tempo estimado de no máximo 3 encontros por videoconferências privadas com potenciais compradores, (SEBRAE SP,2022).

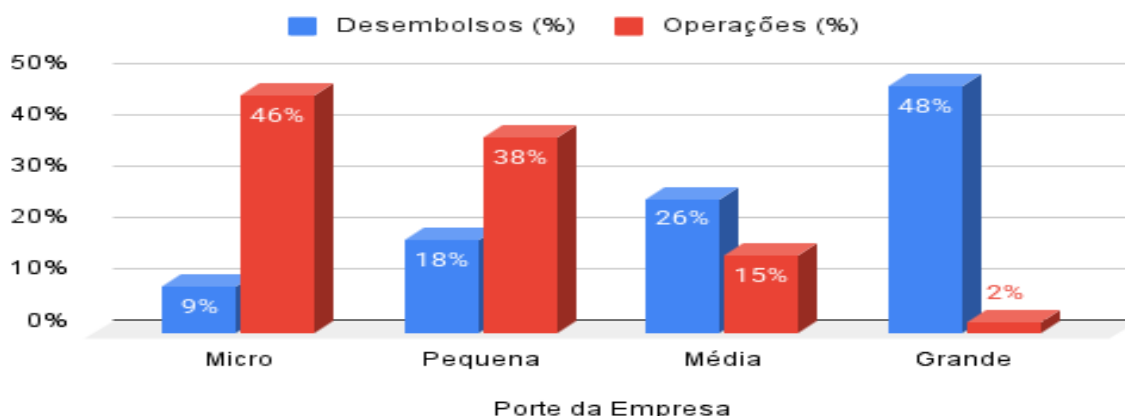
O BNDES financia as exportações dos negócios brasileiros, fornecendo duas modalidades de linha de crédito: o Exim pré-embarque e o Exim pós-embarque. Na modalidade pré-embarque, pode ocorrer o financiamento direto, quando a própria instituição financia a produção dos bens para a exportação, e também, financiamento indireto, que ocorre por meio de uma instituição credenciada pelo BNDES. Por outro lado, na modalidade pós-embarque, existem quatro tipos de apoio: para aeronaves, financiamento à exportação de aeronaves e motores aeronáuticos civis; automático, exportação de bens fabricados no Brasil; de Bens, financiamento de bens nacionais e serviços associados, e, por fim, o financiamento de serviços, exportação de serviços nacionais incorporados aos empreendimentos (BNDES,2023).

5.2 INFLUÊNCIA DAS POLÍTICAS NO DESEMPENHO DAS MPES

O impacto das políticas governamentais de incentivo à internacionalização das MPES torna-se, significativamente, mais abrangente. Em 2020, segundo o relatório anual do BNDES, as MPMEs ficaram com mais da metade dos desembolsos realizados pelo banco, percentualmente, essa parcela ficou em 52% do total dos investimentos daquele ano, sendo que 26% desse percentual foi destinado às médias empresas. No entanto, os financiamentos são destinados para o fomento dos empreendimentos a nível nacional. Esses dados demonstram a

participação em desembolsos e número de operações segundo o porte da empresa, podem ser observados, de forma visual, no gráfico 1.

Gráfico 1- Participação em desembolsos e número de operações segundo o porte da empresa



Fonte: BNDES(2020)

A participação das MPes nas linhas de crédito do BNDES ressalta a força desse segmento empresarial, além de destacar a importância das políticas de incentivo à internacionalização. Todavia, os financiamentos realizados para as MPes são direcionados a expansão dessas organizações no Brasil. Em 2021, 53% das empresas apoiadas pela ApexBrasil, foram MPes, essas organizações representam 7,8 mil empresas de 15 mil atendidas pela agência no ano. Do total dos negócios que se internacionalizaram com o apoio da Apex Brasil, 70% são do Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), (Apex-Brasil,2024). Programas migratórios como esse, fortalecem os vínculos empresariais das MPes, direcionam e expandem os negócios nacionais, principalmente, os concentrados nas regiões mais carentes do país.

Em 2023, a Fundação Dom Cabral, realizou um relatório que analisa a participação das empresas brasileiras no mercado internacional. Os dados revelam que as grandes empresas representam um total de 13,5%, às médias empresas representam 50,4% e as micro e pequenas empresas representam, respectivamente, 12,8%, o que sinaliza a eficácia das políticas públicas no processo de internacionalização das MPes.

No ano de 2024, o Sebrae em parceria com a ApexBrasil, assinaram um convênio no valor de R\$175 milhões, voltado para o aperfeiçoamento da atividade exportadora das MPes brasileiras (SEBRAE, 2024). No entanto, as atividades

voltadas para este convênio ainda estão iniciando, portanto, dados concretos desta ação ainda não são ínfimos.

Apesar de representarem a maior parte dos negócios brasileiros, as MPes ainda são pouco favorecidas no quesito internacionalização. Haja vista, que os programas governamentais de incentivo buscam estabelecer no mercado internacional, grandes empresas, que já estão consolidadas no mercado, tendo em vista que a maior parte dos programas de exportação ou de financiamento estão direcionados às grandes organizações, de acordo com dados da pesquisa.

6 METODOLOGIA

Para Silva e Menezes (2001) a pesquisa básica, tem como finalidade criar conhecimentos relevantes acerca de um tema que irá contribuir para o avanço da ciência. Diante disso, este estudo é caracterizado, quanto a sua natureza, básica, pois visa compreender e ampliar as informações sobre o tema estudado.

De acordo com Godoy (1995), a pesquisa qualitativa se caracteriza pela busca e descoberta de novas informações acerca de determinados temas. Desta forma, essa pesquisa caracteriza-se como qualitativa, pois tem como finalidade identificar teorias, conceitos e estudos anteriores sobre a internacionalização de MPE's brasileiras. Além disso, salienta-se uma análise de base documental das políticas governamentais de incentivo às MPE's, com busca ativa e análise de documentos oficiais, relatórios e legislação.

Segundo Godoy (1995, p. 21) a pesquisa documental,

representa uma forma de que pode se revestir de um caráter inovador, trazendo contribuições importantes no estudo de alguns temas. Além disso, os documentos normalmente são considerados importantes fontes de dados para outros tipos de estudos qualitativos, merecendo, portanto, atenção especial.

Outrossim, é usual realizar a classificação das pesquisas baseando-se, principalmente, em seus objetivos gerais. Assim, as pesquisas apresentam três grupos de classificação: exploratórias, descritivas e explicativas (Gil, 2017).

Isto posto, esta pesquisa, qualifica-se, quanto aos objetivos, exploratória, pois, visa identificar aspectos que preencham lacunas de informações sobre o estudo. Para Gil (2017), a pesquisa exploratória “tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses.”

Assim, esta pesquisa classifica-se como revisão da literatura, que foi feita para compreender o desenvolvimento acerca do tema, observando as lacunas existentes por meio de análises bibliográficas, fundamentadas em artigos, relatórios e sites oficiais e documentos. De acordo com Moreira (2002) este tipo de pesquisa, “serve para posicionar o leitor do trabalho e o próprio pesquisador acerca dos avanços, retrocessos ou áreas envoltas em penumbra. Fornece informações para contextualizar extensão e significância do problema que se maneja.”

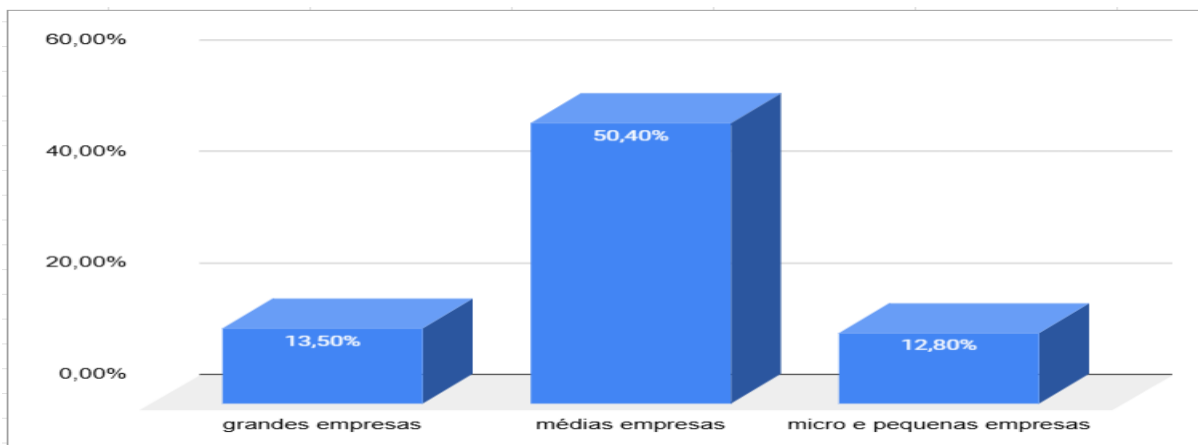
Para efeito de melhor compreensão Moreira (2002) ressalta que, “é quase impossível pensar uma monografia, uma dissertação, uma tese ou outro trabalho acadêmico ou científico sem a necessária revisão da literatura”, porque nela o pesquisador analisa e sintetiza as informações que são responsáveis por cumprir o objetivo de responder o problema relativo ao tema do estudo. Assim sendo, no presente trabalho foi realizada uma busca eletrônica nas plataformas Scielo e Spell Acadêmico. Da mesma forma, foi utilizado como fonte de dados artigos acadêmicos, livros e relatórios de agências de apoio, como SEBRAE, ApexBrasil e BNDS.

7 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo, será apresentada a análise dos resultados desta pesquisa. Identificando o impacto das políticas de internacionalização das micro e pequenas empresas.

De acordo com relatório de Trajetórias de Internacionalização das Empresas Brasileiras, realizado pela Fundação Dom Cabral em 2023, as organizações nacionais que alcançaram um grau de internacionalização estão distribuídas de acordo com o seu porte de ocupação. Dessa forma, as grandes empresas representam um total de 13,5%, as médias empresas representam 50,4% e as micro e pequenas empresas representam, respectivamente, 12,8%, como pode ser observado no gráfico 2, que mostra a distribuição das empresas brasileiras por tamanho na internacionalização.

Gráfico 2- Distribuição das Empresas Brasileiras por tamanho na internacionalização



Fonte: Autoria própria (2025)

O gráfico 2 ilustra uma participação desigual das empresas brasileiras no mercado internacional. Embora, as médias empresas lidere em grau de internacionalização, o que demonstra uma sub-representação dos micro e pequenos negócios no processo de internacionalização. Mesmo com um percentual similar ao das grandes empresas, esses dados demonstram a disparidade existente no processo de expansão internacional das MPEs, principalmente, quando se analisa seu volume e importância para a economia nacional.

Ademais, o relatório ainda afirma que metade das empresas que se enquadram nessas porcentagens ingressaram no mercado internacional por meio da política de exportação. A exportação pode ser utilizada como uma ferramenta estratégica para a internacionalização das empresas como elencado por Cassol [et.al](#) (2018). Políticas como essas, reduzem os impostos cobrados sobre as operações internacionais como os incentivos fiscais apresentados no quadro 3 (IPI, ICMS, PIS/PASEP, COFINS, IR e IOF), que produzem efeitos relevantes, pois buscam reduzir as diferenças no processo de internacionalização das MPEs, quando se compara com as empresas de grande e médio porte no cenário internacional.

Apesar dos incentivos fiscais, que visam mitigar as barreiras financeiras, a baixa representatividade das MPEs no mercado internacional, demonstra a insuficiência dessas políticas. Assim, mesmo com mais de 22 milhões de pequenos negócios ativos, apenas 11 mil MPEs brasileiras conseguiram exportar em 2021 de acordo com dados do SEBRAE, isso representa, percentualmente, 0,05% dessas

empresas, o que demonstra que o alcance da política de exportação para essas organizações ainda é ínfimo, e seu impacto discreto quando se compara à necessidade interna. A lacuna existente entre a internacionalização e as MPEs revelada pelos dados demonstra as disparidades e levantam questões sobre a real eficácia das políticas públicas de acesso à internacionalização.

O impacto das políticas governamentais de incentivo à internacionalização, mesmo que mínimo, sinalizam a existência delas, mas, em contrapartida, alertam para a eficácia apresentada para as MPEs. O relatório anual do BNDES (2020), destaca que as micro e pequenas empresas receberam mais da metade dos desembolsos efetuados pelo banco, percentualmente, essa parcela representa cerca de 52% dos recursos realizados no ano de 2020. Contudo, nota-se que, efetivamente, esses recursos foram direcionados para o desenvolvimento nacional desses negócios. Embora o BNDES atue de forma consistente no financiamento às MPEs, seu foco é, prioritariamente, no desenvolvimento interno. Isso evidencia uma barreira nas políticas públicas de internacionalização, já que a existência de apoio financeiro destinado especificamente para esse fim é quase inexistente.

Desse modo, esses dados revelam, que apesar de representarem quase 30% do PIB brasileiro, metade dos negócios ativos no país e serem responsáveis pelas maiores taxas de empregabilidade entre as empresas do Brasil, as MPEs ainda enfrentam limitações significativas quanto ao suporte governamental voltado à internacionalização. Os financiamentos realizados pelo banco são direcionados para o desenvolvimento dessas organizações a nível nacional.

Nesse contexto, o Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), tornou-se uma das mais significativas políticas de internacionalização das Micro e Pequenas empresas, pois fortalecem os vínculos empresariais das MPEs, direcionam e expandem os negócios nacionais, principalmente, os concentrados nas regiões mais carentes do país, apesar de progredir de forma gradual. Em 2021, cerca de 15 mil micros e pequenos negócios foram apoiados por esse programa migratório realizado pela ApexBrasil, das quais 7,8 mil conseguiram adentrar o mercado estrangeiro, representando, em percentual, 70% do total (Apex-Brasil, 2024). Embora tenha conseguido um número relevante de empreendimentos sendo internacionalizados, esses programas ainda precisam fortalecer suas bases para que consigam impactar e atender a demanda existente que vem crescendo nos últimos anos.

Apesar da existência das políticas como a PEIEX e os incentivos fiscais, seus impactos são baixos e pouco representativos. O limitado efeito dessas políticas no processo de internacionalização das MPEs revelam que existem obstáculos burocráticos e operacionais que são limitadores para que o objetivo desses programas governamentais sejam cumpridos. Desse modo, compreende-se que essas políticas ainda não atingiram, de forma significativa, sua finalidade.

Dando continuidade às ações de incentivo, em 2024, o SEBRAE em parceria com a ApexBrasil, lançaram o programa MPE Global, juntas, essas organizações assinaram um convênio no valor de R\$175 milhões. O principal objetivo desse programa é o aperfeiçoamento da atividade exportadora das MPES brasileiras, em especial daquelas que se mantêm por meio da economia criativa (SEBRAE, 2024). No entanto, as atividades voltadas para este convênio ainda estão iniciando, portanto, dados concretos desta ação ainda não foram divulgados.

Diante do exposto, conclui-se que apesar da existência de políticas governamentais de incentivo à internacionalização das MPEs e dos avanços, mesmo que de forma gradual, foram evidenciadas limitações identificadas, principalmente, na implementação desses programas públicos. Tais limitações, podem ser observadas por duas vertentes: políticas mal estruturadas, nas quais faltam critérios técnicos que descontinuam as ações e a falta de planejamento na criação de estratégias eficazes e na distribuição dos recursos para internacionalizar as mpes brasileiras. Em síntese, as políticas de incentivo à internacionalização das MPEs, embora sejam nomeadas de forma distintas, têm como objetivo central a exportação.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa foi analisar o impacto das políticas governamentais de incentivo à internacionalização das micro e pequenas empresas brasileiras. Após análise de obras da literatura, dados oficiais e documentos, torna-se evidente que as políticas governamentais de incentivo à internacionalização das micro e pequenas empresas existem, todavia elas operam em um ciclo vicioso que compromete sua efetividade. Essas políticas, apesar de existentes, demonstram fragilidades estruturais, sendo aplicadas de forma ineficiente, mal estruturadas e apresentam

pouca viabilidade prática para alcançar o objetivo principal das micro e pequenas empresas.

O objetivo das MPEs que procuram ser atendidas por programas públicos de internacionalização é obter amparo e conseguir se internacionalizar. Porém, quando se observam os investimentos realizados tanto nas políticas governamentais, quanto nos fomentos dos bancos, é perceptível que são voltados para o crescimento dessas organizações apenas no Brasil, reduzindo a participação dessas empresas em outros países, e, conseqüentemente, limitando seu potencial de internacionalização. Assim, os impactos gerados pelos programas de internacionalização ainda são ínfimos.

Diante disso, conclui-se que o governo brasileiro apresenta políticas de internacionalização das MPEs, mas elas são deficientes, não buscam ajudar as organizações a se instalarem em outros países, mas sim a exportar. A exportação, inclusive, é a política mais eficaz do governo brasileiro para com as MPEs no quesito internacionalização, pois ao mesmo tempo que leva produtos ou ideias para outros países, as bases continuam apenas no Brasil.

Logo, convém ressaltar que esta pesquisa não pretende encerrar o debate sobre as políticas governamentais de incentivo à internacionalização das MPEs brasileiras, mas, sim, ampliar e abrir espaço para discussões e percepções relevantes acerca do tema. Além de buscar outras interpretações que reforcem as discussões e dê continuidade a esse assunto relevante para o crescimento internacional dos micro e pequenos negócios do Brasil.

REFERÊNCIAS

ABDI e MDIC criam plataforma de informações sobre MPEs. Disponível em: <<https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/noticias/2023/marco/abdi-e-mdic-criam-plataforma-de-informacoes-sobre-mpes>> . Acesso em: 18 jan. 2025.

ANDRADE, Patricia Mara Simões; ROMANI-DIAS, Marcello; SILVA, Caio Sousa da. A internacionalização das instituições de ensino superior sob a luz da teoria de Uppsala: estudo de casos em escolas de negócios. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, [S.l.], v. 20, n. 1, p. 1-18, 2021. DOI: 10.5585/riae.v20i1.18153.

APEX BRASIL. **Desafios da internacionalização**. 2023. Disponível em: <https://www.apexbrasil.com.br/desafios-da-internacionalizacao>. Acesso em: 22 jan. 2025.

APEX-BRASIL. **Dia das MPES: avanços no mundo com o apoio da Apex-Brasil.** 2024. Disponível em: <https://apexbrasil.com.br/br/pt/conteudo/noticias/dia-das-mpes-avancam-mundo-apoi-o-apexbrasil.html>. Acesso em: 24 jan. 2025.

APEX-BRASIL. **Metodologia de Internacionalização.** 2024. Disponível em: <https://arq.apexbrasil.com.br/midiasocial/internacionalizacao/MetodologiadeInternacionaliza%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2025.

APEX-BRASIL. **Saiba o que o programa oferece.** 2024. Disponível em: <https://www.apexbrasil.com.br/saiba-o-que-o-programa-oferece>. Acesso em: 23 jan. 2025.

APEXBRASIL. **PEIEX Expansão Internacional.** 2023. Disponível em: <https://apexbrasil.com.br/br/pt/solucoes/todas-as-solucoes/peiex-expansao-internacional.html>. Acesso em: 23 jan. 2025.

APEXBRASIL. **Sebrae e ApexBrasil lançam programa para ampliar exportação de micro e pequenas empresas.** 2024. Disponível em: https://apexbrasil.com.br/br/pt/conteudo/noticias/sebrae_apex_mpe.html. Acesso em: 20 de janeiro de 2025.

AURÉLIO, F. B. **Dicionário Aurélio da língua portuguesa.** 5. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2024.

BARRETO, J. A. D. C.; BEZERRA, M. A. D. B.; PASCHOALOTTO, M. A. C.; ENDO, G. Y.; CRUZ, É. M. K. Influência da internacionalização de micro e pequenas empresas: uma revisão sistemática integrativa dos estudos nacionais. **RGO - Revista Gestão Organizacional**, v. 15, n. 1, 2022. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.22277/rgo.v15i1.5864>. Acesso em: 16 jan. 2025.

BNDES. **Exportação.** 2023. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/onde-atuamos/exportacao>. Acesso em: 23 jan. 2025.

BNDES. **Motivações e impactos da internacionalização de empresas.** 2012. Disponível em: https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/2574/1/RB%2038%20Motiva%C3%A7%C3%B5es%20e%20impactos%20da%20internacionaliza%C3%A7%C3%A3o%20de%20empresas_P.pdf. Acesso em: 21 jan. 2025.

BNDES. **Relatório anual 2020.** 2020. Disponível em: https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/20901/1/BNDES_RA2020.pdf. Acesso em: 24 jan. 2025.

BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 15 dez. 2006. Seção 1, p. 1.

BRASIL. **Ministério da Economia. Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira: Relatório Executivo.** Fevereiro 2015. Disponível em:

[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e55cd b1932bc40120b21bf4d277bb6ea/\\$File/5307.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e55cd b1932bc40120b21bf4d277bb6ea/$File/5307.pdf). Acesso em: 15 jan. 2025.

BRASIL. **Ministério do Trabalho e Emprego**. Novo CAGED - Dezembro de 2022. Brasília, 2022. Disponível em: [_Novo CAGED - Dezembro de 2022 — Ministério do Trabalho e Emprego](#). Acesso em: 17 jan. 2025.

CASSOL, Alessandra; NOVAKOWSKI, Bruna Fabiana Dummer; TONIAL, Graciele; DALBOSCO, Inocência Boita. Estratégias de internacionalização de pequenas e médias empresas: estudo multicase. **Revista Gestão Organizacional**, v. 10, n. 3, p. 1-15, ago. 2018. DOI: [10.22277/rgo.v10i3.3889](#).

COSTA, Alcidis Ferreira da; ANDRADE, Alexandre Fernandes; POLI, Leandro Evangelista; BORELLI, Elizabeth; JUNIOR, Antonio Robles. *Custos de exportação e correlação com indicadores de desempenho*. **Revista ENIAC Pesquisa**, Guarulhos, v. 11, n. 1, p. 1-20, abr.-set. 2022. ISSN 2316-2341.

COSTA, Lúcia de Fátima Lúcio Gomes da; AÑEZ, Miguel Eduardo Moreno; MOL, Anderson Luiz Rezende; DAMASCENO, Thiago dos Santos Azevedo. **Escolas teóricas do processo de internacionalização: uma visão epistemológica**. *Cadernos EBAPE.BR*, v. 15, n. 4, art. 12, p. 1-15, out./dez. 2017. DOI: [10.1590/1679-395154072](#).

CRUZ, Guilherme Bombana da. **Os desafios para a internacionalização de empresas brasileiras**. 2015. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Administração com habilitação ao Comércio Exterior) – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2015. Disponível em: [UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC](#). Acesso em: 22 jan. 2025.

DAL-SOTO, Fábio; PAIVA, Ely Laureano; SOUZA, Yeda Swirski de. Análise de competências organizacionais na internacionalização de empresas da cadeia coureiro-calçadista. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 47, n. 3, p. 1-13, set. 2007. DOI: [10.1590/S0034-75902007000300004](#). Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-75902007000300004>. Acesso em: 31 dez. 2024.

FERRAZ, João Carlos; TORRACCA, Julia. Padrões de concorrência e competitividade: conceitos e marco analítico para um programa de pesquisa relevante. **Revista de Economia Contemporânea**, v. 27, p. 1-37, 2023. e232719. DOI: [10.1590/198055272719](#). Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/rec/article/view/232723> . Acesso em: 22 jan. 2025.

FERREIRA, Manuel Portugal; SERRA, Fernando A. Ribeiro; REIS, Nuno Rosa. Motivações para a internacionalização e modos de entrada nos mercados externos. **GlobAdvantage Working Paper**, n. 75, 2011. Disponível em: [_\(1\) Motivações para a internacionalização e modos de entrada nos mercados externos](#). Acesso em: 21 jan. 2025.

FUNDAÇÃO DOM CABRAL (FDC). Trajetórias FDC de internacionalização das empresas brasileiras: edição 2023. Nova Lima: FDC, 2023. Disponível em: https://trajetoriasinternacionais.fdc.org.br/wp-content/uploads/2023/10/51369_Rel_Tr

[ajetoriasFDC_internacionalizacao_2023-Completo.pdf](#). Acesso em: 3 de maio de 2025.

GIL, A.C. **Como elaborar um projeto de pesquisa**. 6.ed. São Paulo: Atlas 2017.

GODOY, Arilda. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v.36, n.2,p.57-63, Mar/Abr 1995.

HONÓRIO, Luiz; RODRIGUES, Suzana Braga. Aspectos motivacionais e estratégicos na internacionalização de empresas brasileiras. **Revista de Administração de Empresas**, v. 46, n. spe, p. 86-98, dez. 2006.
<https://doi.org/10.7819/rbgn.v24i2.4171> .

LEÃO, Hellen Cristina Rodrigues Saraiva. *Panorama econômico das MPes*. Ano VII, n. 01, abr. 2022. Célula de Estudos e Pesquisas Macroeconômicas, Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste (ETENE), **Banco do Nordeste do Brasil**. Disponível em:
https://bnb.gov.br/s482-dspace/bitstream/123456789/1167/1/2022_INET_01.pdf. Acesso em: 14 jan. 2025.

LEDESMA-CHAVES, Pablo; ARENAS-GAITÁN, Jorge. *Capacidades dinâmicas de inovação e seu impacto no desempenho das exportações em tempos de crise econômica*. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, jun. 2022, v. 24, n. 2, p. 351-363.

LEMO, Francisco Figueira de; FERREIRA, Paul. Estratégias de cooperação no processo de internacionalização: revisitando o modelo de Uppsala. **Revista de Administração de Empresas**, FGV EAESP, São Paulo, v. 64, n. 4, p. 1-18, jul. 2024. DOI: 10.1590/S0034-759020240605.

LUDOVICO, N. **Como preparar uma empresa para o comércio exterior**. São Paulo: Saraiva, 2009.

MARTINI, Ricardo Agostini; GALLO, Maria Eduarda Campello; ROITMAN, Fábio Brener; CARRIJO, Tomaz Back; BEVILAQUA, Giovanni. Avaliação do impacto de instrumentos de apoio do BNDES e do Sebrae a micro e pequenas empresas. **Relatório de avaliação de efetividade**, v. 3, n. 9, out. 2021. BNDES. Disponível em: [RAE_v. 3, n. 9, out. 2021.pdf](#). Acesso em: 14 jan. 2025.

MENDES JUNIOR, Biagio de Oliveira; TOMÉ, Luciana Mota. *Desempenho econômico das MPes do Brasil, Nordeste, Ceará, Pernambuco e Bahia – Maio/2018 a Agosto/2021*. **Caderno Setorial Etene**, ano 6, n. 192, nov. 2021. Banco do Nordeste do Brasil (BNB). Disponível em:
https://www.bnb.gov.br/s482-dspace/bitstream/123456789/1008/3/2021_CDS_192.pdf. Acesso em: 15 jan. 2025.

MILAN, Edmilson; MACHADO, Marcelo. *Persistência das PMEs brasileiras na exportação: uma análise dos fatores internos e externos de estímulo*. **E&G Economia e Gestão**, Belo Horizonte, v. 20, n. 56, p. 123-145, maio/ago. 2020.

MOREIRA, Walter. **Revisão de Literatura e Desenvolvimento Científico**: conceitos e estratégias para confecção. Janus, Lorena, ano 1, n.1, p.19-30, jul/dez 2002.

OUTREACH Brasil. **Riscos e desafios da internacionalização**. 2024. Disponível em:

<https://www.outreachbrasil.com/sem-categoria/riscos-e-desafios-da-internacionalizacao/>. Acesso em: 25 de jan 2025.

PEREIRA, Antonio José Patrocínio; GOMES, Josir Simeone. Um estudo das estratégias de internacionalização das indústrias farmacêuticas brasileiras. **Revista de Contabilidade e Organizações**, São Paulo, v. 29, p. 68-79, 2017. DOI: 10.11606/rco.v11i29.127592. Disponível em:

<http://dx.doi.org/10.11606/rco.v11i29.127592>. Acesso em: 16 jan. 2025.

RIBEIRO, Fernanda Ferreira; OLIVEIRA JR., Moacir Miranda; BORINI, Felipe Mendes. *Internacionalização acelerada de empresas de base tecnológica: o caso das Born Globals brasileiras*. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 16, n. 6, p. 866-888, nov.-dez. 2012. 23 p.

ROVAL, Ricardo Leonardo; COSTA, Priscila Rezende da; FERRAZ, Renato Ribeiro Nogueira. **Estratégias de internacionalização de empresas multinacionais brasileiras fabricantes de implementos agrícolas**: estudo de dois casos. *Future Studies Research Journal: Trends and Strategies*, v. 10, n. 2, p. 270-302, abr.-jun. 2018. 33 p. Disponível em: [Documento :: SPELL – Scientific Periodicals Electronic Library](#) . Acesso em: 13 jan. 2025.

SANTOS, Leandro Bruno. Políticas públicas e internacionalização de empresas brasileiras. **Sociedade & Natureza**, Brasília, v.27,n. 1,p. 37-52,abr. 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-451320150103> . Acesso em: 23 de jan. 2025.

SEBRAE (Org.). **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa 2013**. 6. ed. Brasília, DF: SEBRAE, 2013. Disponível em: [Anuario do Trabalho Na Micro e Pequena Empresa_2013.pdf](#). Acesso em: 31 de Dez. 2024.

SEBRAE SP. Regulamento de participação MPE Global: 1ª edição, 2022. Disponível em:

https://contato.sebraesp.com.br/wp-content/uploads/Regulamento_participacao_MPEGlobalSP_1a-edicao_2022.pdf. Acesso em: 10 out. 2023.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Atualização de Estudo sobre Participação de Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**. Brasília, 2020.

SEBRAE. **Como está o processo de internacionalização das pequenas empresas**. Sebrae, 2023. Disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-esta-o-processo-de-internacionalizacao-das-pequenas-empresas,e8f279b5d5656810VgnVCM1000001b00320aRCD>. Acesso em: 20 jan. 2025.

SEBRAE. MPES: muito espaço para crescer no exterior. *Sebrae*, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/mpes-muito-espaco-para-crescer-no-exterior,c15628a7a64b7810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 29 nov. 2024.

SEBRAE. *O que é internacionalização e quais as vantagens para sua empresa*. Sebrae, 2024. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-internacionalizacao-e-quais-as-vantagens-para-sua-empresa,f8db8a4c7a396810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 31 dez. 2024.

SEBRAE. **Parceria entre Sebrae e Apex prevê mais R\$175 mi para pequenos negócios exportadores.** 2024. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/economia-e-politica/parceria-entre-sebrae-e-apex-prev-e-mais-r-175-mi-para-pequenos-negocios-exportadores/>. Acesso em: 23 jan. 2025.

SEBRAE; APEX-BRASIL. **Sebrae e Apex-Brasil firmam parceria para apoiar a internacionalização das MPEs.** 2022. Disponível em: https://apexbrasil.com.br/br/pt/conteudo/noticias/sebrae_apex_mpe.html. Acesso em: 24 jan. 2025.

SEIFRIZ, Marco Antonio; GONDIM, Sonia Maria Guedes; PEREIRA, Marcos Emanuel. Internacionalização e networks em pequenas e médias empresas: o papel dos laços de descendência imigratória. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, v. 16, n. 50, p. 5-24, mar. 2014. DOI: 10.7819/rbgn.v16i50.1417. Disponível em: <https://doi.org/10.7819/rbgn.v16i50.1417>. Acesso em: 11 jan. 2025.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. 3.ed.rev e atual. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Laboratório de Ensina a Distância, 2001. 121 p.

SILVA, Elina Martins; SILVEIRA, Marco Antonio. Cenário de crise e desafios empresariais: inovação em MPEs. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, v. 18, n. 1, p. 22-40, jan.-abr. 2024.

SILVA, Mygre Lopes da; SILVA FILHO, Paulo Cesar Fagundes da; CASSANEGO JUNIOR, Paulo Vanderlei; CAPPELLARI, Gabriela. *Internacionalização de pequenas e médias empresas do setor laneiro: um estudo multicaso*. *Revista Eletrônica Científica do CRA-PR-RECC*, v. 7, n. 2, 2020. ISSN 2358-7083. Disponível em: [INTERNACIONALIZAÇÃO DE PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DO SETOR LANEIRO: UM ESTUDO MULTICASO | Revista Eletrônica Científica do CRA-PR - RECC](#) . Acesso em: 21 jan. 2025.

STOCKER, F.; MASCENA, K. M. C.; ABIB, G.; IRIGARAY, H. A. R. Percepção de risco e internacionalização de empresas born global em mercados emergentes. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, v. 24, n. 2, p. 332-350, 2022. DOI: <https://doi.org/10.7819/rbgn.v24i2.4171> .

TEIXEIRA, Moacir José; PASCUINO, Laís Picolloto. *Análise do processo de internacionalização das micro e pequenas empresas do município de Mogi Guaçu /SP*. *Revista da Micro e Pequena Empresa (RMPE)*, v. 17, n. 1, jan.-abr. 2023, p.

55-70. ISSN 1982-2537. Disponível em:
<http://dx.doi.org/10.48099/1982-2537/2023v17n1p5570>. Acesso em: 20 jan. 2025.

TRAVERSO NETO, David. Os desafios da internacionalização. **Revista Desafios do Desenvolvimento**, ano 2, n. 13, 1 ago. 2005. Disponível em:
[ACFrOgCTnR2uRaMcXX9TaAnU1iy7Iuh71qcdO5D9Jpl4TONVrfUBIsiirdL0vc9DDVQjwgMQpodAFZcU60MIFQU8b0Ww102UzDBNpNg_0fzh-G7SwGjPLxVSDCIlpL_RG07SmFCXe3emNOHsu-T](http://dx.doi.org/10.48099/1982-2537/2023v17n1p5570). Acesso em: 22 jan. 2025.

VIEIRA, Luciana Marques. A contribuição de John Dunning aos estudos de negócios internacionais. **BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, São Leopoldo, v. 6, n. 4, p. 354-355, nov./dez. 2009. DOI: 10.4013/base.2009.64.06. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/base.2009.64.06>. Acesso em: 16 jan. 2025.

ZILLI, Júlio Cesar; FIGUEREDO, Francieli Berti; VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto; WATANABE, Melissa. **Incentivos Fiscais, Financeiros e Regimes Aduaneiros Vinculados a Atividade Exportadora no Brasil**. ResearchGate, 2014. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/323713041_Incentivos_Fiscais_Financeiros_e_Regimes_Aduaneiros_Vinculados_a_Atividade_Exportadora_no_Brasil. Acesso em: 22 de jan. 2025.

ZOUAIN, Deborah Moraes; FERREIRA, Calebe da Costa; MACEDO, Marcelo Álvaro da Silva; SANT'ANNA, Paulo Roberto de; LONGO, Orlando Celso; BARONE, Francisco Marcelo. Gestão de capital de giro: contribuição para as micro e pequenas empresas no Brasil. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 45, n. 3, p. 863-884, jun. 2011. Disponível em:
<https://doi.org/10.1590/S0034-76122011000300007>. Acesso em: 6 jan. 2025.