



## Inserção de Pequenas e Médias Empresas (PMEs) no mercado internacional: dificuldades e formas de estímulo

Gean L. Pannellini \*, Cristiano Morini.

### Resumo

Apesar do número elevado de pequenas e médias empresas (PMEs) no Brasil, a participação das exportações é considerada insignificante. Do universo de quase 9 milhões de empresas cerca de 9 mil micro e pequenas empresas exportam. Mesmo com o crescimento e a expansão das empresas exportadoras no Brasil, o processo de internacionalização ainda não é comum para as PMEs. Esta pesquisa analisa as barreiras que afetam o processo de internacionalização de pequenas e médias empresas (PME) no Brasil e examina simultaneamente a relação entre barreiras internas e externas e, mais especificamente, entre barreiras político-econômicas / legais (GOV), barreiras processuais e monetárias (PROC), barreiras socioculturais (SOCIO), barreiras de informação (INFO), barreiras de gestão (GESTAO), barreiras financeiras (FINAN), barreiras de mercado (MKT) e barreiras ao empreendedorismo (EMPREE). A identificação de barreiras à internacionalização das PMEs brasileiras pode ser uma ferramenta diagnóstica útil para fomentar ações específicas em termos de políticas públicas voltadas para a geração de empregos, inovação e competitividade, bem como ações internas voltadas para o desenvolvimento de capacidades da empresa.

**Palavras-chave:** Barreiras de internacionalização, pequenas e médias empresas, modelagem de equações estruturais.

### Introdução

No Brasil, as pequenas e médias empresas representam grande parte do total de empresas no país. O índice de investimento para a internacionalização das empresas é ainda baixo, sendo este um dos procedimentos fundamentais para a replicação de sua cadeia operacional e de melhoria ao processo de diferenciação do mercado para a empresa.

Desta forma, questionam-se as dificuldades e as barreiras burocráticas e legais que dificultam o investimento e a manutenção dessas empresas no mercado externo. Esta pesquisa apresenta uma revisão sistemática que foi elaborada a partir de palavras chaves, dividindo-a em 4 fases, correspondendo na coleta e eliminação dos artigos, permanecendo os correspondentes ao tema - com análise da revisão focada na elaboração do questionário. O questionário foi elaborado direcionado para PMEs para ser aplicado aos tomadores de decisão das pequenas e médias empresas do setor de semijoias, da cidade de Limeira.

### Resultados e Discussão

Através de uma revisão sistemática de literatura, reuniu-se, utilizando as palavras-chaves, os principais artigos que se relacionavam com o tema. Através da leitura dos artigos coletados, excluiu-se os duplicados e os que não estavam em conformidade com o tema proposto. Buscou-se a identificação de artigos que possuíam aplicação de questionário para PMEs, a fim de selecionar e validar a criação do próprio questionário desta pesquisa. Foram analisados 221 artigos, destes permaneceram somente 46. Dos 46 artigos, somente 12 possuíam questionários aplicados em seus métodos de pesquisa.

Dessa forma, validou-se diversos constructos relacionados a barreiras internas e externas de internacionalização de pequenas e médias empresas.

### Conclusões

Ao final do projeto, pode-se concluir que através da análise bibliográfica, os constructos encontrados se relacionam com as dificuldades de exportação das PMEs brasileiras, sendo estes constructos relacionados as barreiras governamentais, processuais, informacionais, sociais, de gestão, financiamento, marketing e de empreendedorismo. Dessa forma, espera-se ações governamentais e de gestão para fomentar a internacionalização de pequenas e médias empresas brasileiras.

### Agradecimentos

A família, amigos e orientador.  
Ao PIBIC/CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico).

ROY, A.; SEKHAR, C.; VYAS, V. Barriers to internationalization: A study of small and medium enterprises in India. *Journal of International Entrepreneurship*, v. 14, n. 4, p. 513-538, 2016.

PINHO, J. C.; MARTINS, L. Exporting barriers: Insights from Portuguese small- and medium-sized exporters and non-exporters. *Journal of International Entrepreneurship*, v. 8, n. 3, p. 254-272, 2010.

HADI PUTRA, P. O.; HASIBUAN, Z. A. The relationship between enterprise internationalization and E-business adoption: A perspective of Indonesian SMEs. *International Conference on Information Society, i-Society 2015*, p. 122-126, 2015.

RAHMAN, M.; UDDIN, M.; LODORFOS, G. Barriers to enter in foreign markets: evidence from SMEs in emerging market. *International Marketing Review*, v. 34, n. 1, p. 68-86, 13 fev. 2017.

HADDOUD, M. Y. et al. Investigating the moderating role of Export Promotion Programmed using evidence from North-Africa. *Critical Perspectives on International Business*, v. 14, n. 2-3, p. 282-308, 2018.

COLAPINTO, C. et al. Different approaches to the pursuit of internationalization by Italian SMEs. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, v. 17, n. 2, p. 229-248, 2015.