

O PAPEL DO COMÉRCIO EXTERIOR, CLASSIFICAÇÃO FISCAL E INTELIGÊNCIA COMPETITIVA NA EXPANSÃO DA PMES BRASILEIRAS

Leandro Carvalho Tempesta¹

Orientadora: Rafaela Saraiva Correia²

Centro Universitário do Sul de Minas – Unis, Varginha, Minas Gerais

RESUMO

O presente trabalho analisa o papel do comércio exterior, da classificação fiscal e da inteligência competitiva na expansão das Pequenas e Médias Empresas (PMEs) brasileiras. A pesquisa, de caráter qualitativo e bibliográfico, utilizou fontes nacionais e internacionais para compreender os principais desafios enfrentados por esse segmento no processo de internacionalização. Os resultados indicam que, apesar da representatividade numérica das PMEs, sua participação no valor total exportado ainda é reduzida, reflexo de barreiras estruturais como a elevada carga tributária, a complexidade normativa e os custos logísticos. Evidenciou-se, também, que a correta utilização da classificação fiscal constitui não apenas requisito legal, mas ferramenta estratégica para reduzir riscos e ampliar oportunidades em mercados externos. A inteligência competitiva, por sua vez, mostrou-se essencial para transformar informações em conhecimento útil, permitindo às empresas identificar mercados potenciais, antecipar tendências e sustentar decisões mais assertivas. Conclui-se que o fortalecimento das PMEs brasileiras no comércio exterior depende da modernização tributária, da valorização da classificação fiscal como recurso competitivo e da incorporação de práticas de inteligência competitiva, articuladas a políticas públicas de apoio à internacionalização.

Palavras-chave: Comércio exterior. PMEs. Classificação fiscal. Inteligência competitiva. Internacionalização.

ABSTRACT

This study analyzes the role of foreign trade, tax classification, and competitive intelligence in the expansion of Brazilian Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). The research, of qualitative and bibliographic nature, was based on national and international sources to identify the main challenges faced by this segment in the internationalization process. The results indicate that, despite the large number of SMEs, their share in total export value remains limited, due to structural barriers such as high tax burden, regulatory complexity, and logistic costs. It was also demonstrated that proper use of tax classification is not only a legal requirement but also a strategic tool to reduce risks and expand opportunities in foreign markets. Competitive intelligence proved to be essential for transforming information into useful knowledge, enabling firms to identify potential markets, anticipate trends, and support more assertive decisions. It is concluded that strengthening Brazilian SMEs in foreign trade depends on tax system modernization, on the recognition of tax classification as a competitive resource,

¹ Graduando em administração com ênfase em comércio exterior. Email: leandro.tempesta@alunos.unis.edu.br

² Bacharel em administração com ênfase em comércio exterior, com pós-graduação em logística empresarial. Email: rafaela.correia@professor.unis.edu.br, ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-0472-6845>.

and on the incorporation of competitive intelligence practices, articulated with public policies aimed at supporting internationalization.

Keywords: Foreign trade. SMEs. Tax classification. Competitive intelligence. Internationalization.

1. INTRODUÇÃO

As Pequenas e Médias Empresas (PMEs) brasileiras enfrentam barreiras estruturais para se inserirem no comércio internacional, mas também encontram oportunidades de expansão com o avanço tecnológico e as cadeias globais de valor. Embora sua participação nas exportações ainda seja limitada frente às grandes corporações, políticas de incentivo, modernização das plataformas de comércio exterior e acesso a informações estratégicas têm favorecido sua internacionalização (IPEA, 2023). Nesse cenário, a balança comercial brasileira apresentou crescimento recente, evidenciando o papel estratégico do comércio exterior no desenvolvimento econômico. Para as PMEs, compreender instrumentos como a classificação fiscal de mercadorias e a inteligência competitiva é essencial para ampliar a competitividade e assegurar presença sustentável em mercados internacionais (Brasil, 2025).

A classificação fiscal de mercadorias, baseada na Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM) e no Sistema Harmonizado (SH), representa elemento central para o comércio exterior, pois impacta diretamente a tributação, a elegibilidade para regimes especiais, o tratamento administrativo e a conformidade aduaneira. Uma classificação equivocada pode gerar autuações, multas e até mesmo o perdimento da mercadoria, comprometendo a sustentabilidade financeira da empresa e a credibilidade de sua atuação internacional (Receita Federal do Brasil, 2021). Por essa razão, a gestão estratégica da classificação fiscal deve ser compreendida não apenas como uma obrigação regulatória, mas também como um diferencial competitivo.

O problema de pesquisa que norteia este trabalho consiste em investigar como as PMEs brasileiras podem estruturar processos eficientes de classificação fiscal e de inteligência competitiva para superar barreiras e consolidar sua presença no comércio exterior. A hipótese central é que muitas empresas não utilizam plenamente tais instrumentos por falta de capacitação, de recursos técnicos ou de apoio institucional, o que limita seu potencial de internacionalização.

Assim, o objetivo geral deste estudo é analisar como o comércio exterior, a classificação fiscal de mercadorias e a inteligência competitiva podem contribuir para a expansão das PMEs brasileiras. Os objetivos específicos compreendem: mapear as barreiras e os facilitadores da

inserção internacional das PMEs; demonstrar a relevância da classificação fiscal para a tributação, o compliance e a formulação de estratégias; propor um modelo de inteligência competitiva adaptado à realidade das PMEs; e avaliar o papel das políticas públicas de fomento e dos acordos comerciais na performance exportadora.

A relevância deste estudo reside no fato de que ainda são escassas as pesquisas que abordam, de forma integrada, os três eixos aqui propostos: comércio exterior, classificação fiscal e inteligência competitiva. A presente investigação pretende preencher essa lacuna, oferecendo subsídios teóricos e práticos tanto para gestores de PMEs quanto para formuladores de políticas públicas voltadas ao fortalecimento da concorrência internacional das empresas brasileiras. Além disso, ao propor ferramentas aplicáveis e alinhadas à realidade das organizações de menor porte, espera-se contribuir para a construção de um ambiente de negócios mais inclusivo e sustentável (OECD, 2021).

A metodologia adotada nesta pesquisa é de natureza qualitativa, fundamentada em revisão bibliográfica. Esse procedimento permite reunir, analisar e interpretar contribuições de diferentes autores nacionais e internacionais, possibilitando a construção de um referencial teórico sólido e atualizado sobre os temas comércio exterior, classificação fiscal e inteligência competitiva aplicados às PMEs brasileiras. A revisão bibliográfica foi conduzida a partir da consulta a livros, artigos científicos e relatórios institucionais disponíveis em bases acadêmicas e órgãos oficiais, com o objetivo de identificar conceitos, teorias e evidências empíricas que sustentem a discussão proposta. Essa abordagem se justifica pela pertinência em compreender o fenômeno a partir de diferentes perspectivas, sem a necessidade de coleta de dados primários, assegurando profundidade analítica e coerência com os objetivos do trabalho.

Dessa forma, o presente trabalho está estruturado em cinco capítulos, além desta introdução. O Capítulo 2 apresenta o referencial teórico, abordando os principais conceitos sobre internacionalização das Pequenas e Médias Empresas (PMEs), comércio exterior, classificação fiscal e inteligência competitiva. O Capítulo 3 descreve a metodologia empregada, especificando o tipo de estudo, os procedimentos técnicos e as fontes utilizadas. O Capítulo 4 reúne os resultados e discussões, destacando os desafios e oportunidades das PMEs no comércio internacional. Por fim, o Capítulo 5 apresenta as considerações finais, com as conclusões do estudo e recomendações para futuras pesquisas e políticas de fortalecimento da competitividade empresarial.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 INTERNACIONALIZAÇÃO DE PMES: TEORIA E DESAFIOS

O processo de internacionalização das pequenas e médias empresas em países emergentes, como o Brasil, apresenta especificidades que as diferenciam das corporações de maior porte ou das oriundas de economias desenvolvidas. Essas organizações lidam com barreiras estruturais, como altos custos logísticos e tributários, infraestrutura deficiente e instabilidade institucional, fatores que compõem o chamado *Custo Brasil* e dificultam sua disputa externa (Zonta; Amal, 2018).

Além disso, são em geral empresas jovens, de estrutura familiar e com menor acesso a financiamento e mão de obra qualificada, o que limita sua capacidade de expansão internacional. Apesar dessas restrições, as PMEs representam a maioria das empresas exportadoras brasileiras, embora concentrem menor valor em termos de receita quando comparadas às grandes corporações, o que demonstra sua relevância no cenário de comércio exterior, mas também evidencia a necessidade de políticas públicas mais eficazes de apoio ao setor (Winckler, 2018).

As teorias contemporâneas sobre internacionalização têm enfatizado o fenômeno das *born globals*, empresas que se caracterizam por uma inserção acelerada em mercados internacionais desde sua fundação ou logo após. Esse comportamento contrasta com o modelo incremental de Uppsala, que entende a internacionalização como um processo gradual, baseado na aprendizagem e na redução de incertezas em mercados próximos (Picchiai; Zorzetti, 2018).

De acordo com Stocker *et al.* (2022), as *born globals*, por sua vez, desafiam esse paradigma ao adotar uma postura mais proativa, explorando oportunidades globais à medida que surgem, geralmente sustentadas por empreendedores com elevada qualificação, experiência internacional prévia e orientação estratégica voltada ao mercado externo. Pesquisas recentes demonstram que, embora algumas dessas empresas possam iniciar de forma passiva, sua trajetória tende a se consolidar em torno da inovação, do uso de redes de relacionamento e da capacidade de atuar simultaneamente em múltiplos mercados, o que reforça uma abordagem mais dinâmica e menos linear do que aquela prevista pelas teorias tradicionais.

O estudo de Zonta e Amal (2018) enfatiza que as *Born Globals* emergem em um contexto de competição global cada vez mais intensificada, onde a vantagem competitiva está relacionada à capacidade de explorar recursos internacionais e desenvolver capacidades inovadoras de forma ágil. Além disso, o artigo aponta que a literatura vem destacando a

importância dessas empresas, especialmente em mercados emergentes, de modo que suas estratégias de internacionalização e inovação são essenciais para o crescimento econômico dessas organizações

As barreiras estruturais continuam a ser o maior obstáculo para a internacionalização das PMEs brasileiras. Questões como a elevada carga tributária, os custos logísticos associados à infraestrutura deficitária e a dificuldade de acesso a linhas de financiamento competitivo reduzem a capacidade dessas empresas de ampliar sua presença internacional. Pesquisas recentes indicam que apenas uma parcela restrita das PMEs brasileiras atua de forma contínua no comércio exterior, justamente em razão de entraves regulatórios, institucionais e estruturais que impactam diretamente seu poder de mercado (IPEA, 2022).

Assim, as barreiras estruturais que limitam a internacionalização das PMEs brasileiras não podem ser compreendidas de forma isolada, mas devem ser analisadas no contexto mais amplo da inserção do país no comércio exterior. Nesse sentido, Porter (1990) enfatiza que a competitividade de uma nação não decorre apenas de fatores herdados, como recursos naturais ou baixo custo de mão de obra, mas da capacidade de suas empresas em inovar e melhorar continuamente. Aplicado às PMEs brasileiras, esse entendimento reforça a necessidade de políticas públicas e estratégias empresariais voltadas para a construção de capacidades dinâmicas, que permitam superar limitações estruturais e explorar nichos internacionais. Assim, a inovação gerencial, a digitalização e a utilização da inteligência competitiva devem ser vistas como elementos essenciais para transformar restrições em oportunidades de inserção global.

Outro ponto central refere-se à necessidade de integração em redes de cooperação. De acordo com relatório recente da UNCTAD, a inserção de pequenas empresas em cadeias globais de valor depende não apenas da capacidade produtiva, mas também de sua participação em arranjos colaborativos, sejam eles com fornecedores locais, distribuidores internacionais ou programas de fomento público. Essas redes funcionam como instrumentos que permitem às PMEs compartilhar conhecimento, reduzir custos de transação e acessar mercados de maneira mais efetiva (UNCTAD, 2023).

A crescente complexidade das regras do comércio internacional também amplia os desafios. Além das barreiras tarifárias, destacam-se as não tarifárias, como exigências sanitárias, técnicas e ambientais, que exigem das empresas investimentos contínuos em inovação e adequação regulatória. Relatório da OECD sobre PMEs e empreendedorismo ressalta que o cumprimento de padrões internacionais é um dos maiores obstáculos à internacionalização, mas também um dos fatores que mais contribuem para a melhoria da eficiência econômica global (OECD, 2022).

Winckler (2018) ressalta que, além das barreiras estruturais tradicionais (como infraestrutura precária e custos logísticos elevados), as empresas também precisam lidar com exigências legais e regulatórias. Essas incluem legislações específicas para exportação, regimes aduaneiros como o Drawback e a necessidade de adequação a normas de acordos comerciais. Especialistas entrevistados destacam que a falta de acordos comerciais amplos, bem como a rigidez de blocos como o Mercosul, pode limitar a flexibilidade do Brasil em negociar condições mais vantajosas com outros mercados. Assim, enquanto acordos existentes podem facilitar a inserção internacional em regiões próximas, sua ausência ou limitação representa uma barreira significativa para as PMEs que desejam competir em mercados mais diversificados (Stocker *et al.*, 2022).

Dessa forma, a internacionalização das PMEs brasileiras deve ser compreendida como um processo dinâmico, condicionado por teorias clássicas e modernas, mas sobretudo pelos fatores institucionais e estruturais do país. A utilização de ferramentas de inteligência competitiva, o fortalecimento de redes de cooperação e o domínio de aspectos técnicos, como a correta classificação fiscal de mercadorias, podem transformar as barreiras da internacionalização em oportunidades de crescimento sustentável e competitivo (Zonta; Amal, 2018).

2.2 COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO E ESTATÍSTICAS OFICIAIS

O comércio exterior brasileiro é um dos pilares da economia nacional, sendo responsável por impulsionar a produção, gerar empregos e atrair investimentos. A estrutura exportadora do país é marcada por forte presença de commodities agrícolas e minerais, embora, nas últimas décadas, o setor manufatureiro e de serviços venha ganhando maior participação em determinados segmentos. De acordo com dados oficiais do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, a balança comercial brasileira registrou crescimento expressivo em 2023 e 2024, consolidando superávits comerciais sucessivos e ampliando a corrente de comércio. Esse cenário demonstra a resiliência da economia nacional mesmo em um ambiente de instabilidade global (Brasil, 2024).

Segundo a análise de Polis (2019), as empresas brasileiras, especialmente as de menor porte, acabam restritas a produtos de baixo valor agregado, intensivos em mão de obra e recursos naturais. Essa característica reduz as possibilidades de desenvolver setores de maior intensidade tecnológica e dificulta a inserção em segmentos globais mais sofisticados. Além disso, a baixa participação das PMEs nas exportações reforça esse cenário: embora representem

a maior parte das empresas nacionais, poucas conseguem se manter de forma contínua no mercado externo, em razão das barreiras logísticas, financeiras e regulatórias que enfrentam

Isto posto, as estatísticas oficiais cumprem um papel central no comércio exterior, funcionando não apenas como fonte de informação econômica, mas também como ferramenta estratégica de inteligência de mercado. Nesse sentido, destaca-se o Comex Stat, plataforma do governo federal vinculada ao antigo MDIC (atualmente Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços), que reúne e disponibiliza dados detalhados e atualizados sobre exportações e importações brasileiras. O sistema permite consultar informações por NCM, país de destino, estado e município de origem, oferecendo uma visão ampla da inserção comercial do Brasil (Polis, 2019).

Esses dados são apontados no documento como fundamentais para gestores de PMEs, pois facilitam a tomada de decisão estratégica, apoiam análises de mercado e ajudam na identificação de oportunidades internacionais. A utilização de ferramentas como o Comex Stat é apresentada como um diferencial para superar barreiras informacionais, uma das principais dificuldades relatadas por empresas no processo de internacionalização (Da Silva; Da Costa; De Oliveira, 2024).

O acesso a informações desagregadas e de livre consulta é especialmente relevante para as PMEs, que podem utilizar as estatísticas para identificar oportunidades de mercado, analisar concorrência e planejar sua inserção internacional. Além disso, a disponibilidade de dados sobre frete, seguro e valores CIF em operações de importação amplia a transparência e contribui para maior previsibilidade das decisões empresariais. Tais informações, quando associadas a práticas de inteligência competitiva, transformam-se em vantagem estratégica para organizações de menor porte que buscam superar suas limitações de recursos (OECD, 2022).

Outro aspecto importante é a integração das estatísticas brasileiras com bases internacionais, como o UN Comtrade e os relatórios da UNCTAD, que permitem comparar o desempenho do país e de suas empresas com o de outros mercados emergentes. Esses instrumentos são fundamentais para compreender como o Brasil se posiciona nas cadeias globais de valor e quais setores apresentam maior potencial de expansão. A literatura mostra que países que utilizam dados de forma sistemática em suas estratégias de comércio tendem a obter melhores resultados em termos de diversificação e inovação (UNCTAD, 2023).

De acordo com Porter (1990), a competitividade internacional também depende da rivalidade doméstica e da qualidade das políticas governamentais, que devem atuar como catalisadores da inovação. No caso brasileiro, a utilização estratégica de estatísticas de comércio exterior pode contribuir para a formulação de políticas mais eficazes, orientadas para a

diversificação da pauta exportadora e para o fortalecimento das PMEs. Isso significa que, além de acompanhar indicadores globais, é fundamental criar mecanismos que incentivem a aprendizagem organizacional e a adaptação das empresas às demandas externas, transformando informação em vantagem competitiva (Da Silva; Da Costa; De Oliveira, 2024).

Nesse contexto, a Visão Baseada em Recursos (RBV), conforme proposta por Barney (1991), reforça que a vantagem competitiva sustentável decorre da mobilização de recursos internos valiosos, raros, difíceis de imitar e insubstituíveis. Para as PMEs brasileiras, isso implica compreender dados e estatísticas não apenas como informações externas, mas como insumos estratégicos capazes de orientar decisões de investimento, definir mercados prioritários e estruturar redes de relacionamento internacional. Assim, a capacidade de transformar estatísticas em inteligência de mercado constitui recurso intangível que pode diferenciar empresas menores e ampliar sua presença nas cadeias globais de valor.

Assim, observa-se que o fortalecimento do comércio exterior brasileiro depende não apenas de políticas macroeconômicas, mas também da democratização do acesso à informação. O uso de estatísticas oficiais como ferramenta de planejamento é crucial para as PMEs, pois viabiliza maior inserção em mercados internacionais, auxilia na redução de riscos e contribui para a criação de um ambiente de negócios mais transparente e competitivo. Dessa forma, o acesso a dados confiáveis e atualizados constitui um dos pilares para o desenvolvimento de estratégias de internacionalização mais eficazes e sustentáveis (Da Silva; Da Costa; De Oliveira, 2024).

O desempenho do comércio exterior brasileiro revela, portanto, não apenas os desafios macroeconômicos enfrentados pelo país, mas também os entraves microestruturais que impactam diretamente as PMEs (Da Silva; Da Costa; De Oliveira, 2024). Entre esses, a questão da classificação fiscal assume papel central, uma vez que erros na definição da NCM comprometem a segurança jurídica das operações e aumentam os custos de conformidade. De acordo com Barney (1986), a vantagem competitiva sustentável decorre da mobilização eficiente de recursos, e a correta gestão tributária pode ser entendida como um recurso estratégico capaz de gerar diferenciais competitivos. Dessa forma, torna-se imprescindível analisar a classificação fiscal como elemento estruturante para o dinamismo econômico das empresas brasileiras em mercados internacionais.

2.3 CLASSIFICAÇÃO FISCAL: NCM E SISTEMA HARMONIZADO (SH)

A classificação fiscal de mercadorias representa um dos pilares do comércio exterior, pois é responsável por identificar de forma padronizada os produtos que circulam no mercado

internacional. No Brasil, esse processo é realizado por meio da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), estruturada com base no Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias (SH), desenvolvido pela Organização Mundial das Alfândegas (WCO). Esse sistema é adotado por mais de 200 países e permite uniformidade nas operações aduaneiras, coleta de estatísticas e aplicação de políticas comerciais (WCO, 2022).

A correta utilização da NCM, derivada do SH, é um elemento central para a inserção das empresas brasileiras no comércio internacional. Nas PMEs, que possuem maior vulnerabilidade diante da falta de equipes técnicas especializadas, a classificação fiscal torna-se um desafio estratégico (Sousa, 2015). Um erro na definição do código pode implicar autuações, multas e até a retenção da mercadoria, comprometendo tanto o desempenho financeiro quanto a reputação organizacional. Segundo a Receita Federal (2021), a NCM é obrigatória em notas fiscais e documentos aduaneiros, constituindo base para a incidência de tributos e para a aplicação de regimes especiais.

Sousa (2015) acrescenta que, desde sua adoção no Mercosul, a NCM passou a padronizar a linguagem do comércio exterior regional, garantindo maior previsibilidade e transparência tributária. Dessa forma, a classificação fiscal não deve ser entendida apenas como obrigação regulatória, mas como recurso estratégico capaz de reduzir riscos, viabilizar benefícios fiscais e ampliar a força concorrencial das PMEs no cenário global.

A complexidade tributária e aduaneira no Brasil configura-se como um dos maiores entraves à competitividade das PMEs. Segundo Pessoa e Diniz (2017), além da elevada carga tributária incidente mesmo sobre empresas enquadradas no regime do Simples Nacional, o excesso de obrigações acessórias — como declarações mensais e anuais exigidas pela Receita Federal e demais órgãos — sobrecarrega a gestão e eleva os custos operacionais. Esse cenário, conhecido como “custo Brasil”, demanda que as PMEs invistam em assessoria contábil especializada e em sistemas de controle, recursos que muitas vezes extrapolam sua capacidade financeira. Assim, Winckler (2018) aponta que a burocracia e as exigências fiscais não apenas comprometem a sustentabilidade no mercado interno, mas também dificultam processos de internacionalização, ao restringirem a alocação de recursos que poderiam ser direcionados para inovação, capacitação e inserção em cadeias globais de valor.

Em perspectiva internacional, observa-se que a União Europeia utiliza a *Combined Nomenclature* (CN), derivada do SH, que integra informações tarifárias e estatísticas em um sistema transparente e amplamente acessível (*European Commission*, 2023). Nos Estados Unidos, o equivalente é o *Harmonized Tariff Schedule* (HTSUS), que oferece detalhamento

sobre tarifas, regulamentações e tratamento administrativo para cada mercadoria (USITC, 2023).

Assim, a gestão tributária configura-se como um instrumento essencial de planejamento empresarial, permitindo que as PMEs adotem práticas mais eficientes e sustentáveis. O investimento em consultoria contábil qualificada e em tecnologias de controle fiscal possibilita maior organização financeira, melhor aproveitamento de incentivos legais e redução de riscos relacionados a falhas no cumprimento das obrigações. De acordo com Pessoa e Diniz (2017), essa postura proativa amplia a capacidade de gerar lucro e assegura bases sólidas para a expansão dos negócios. Nesse sentido, a gestão tributária não deve ser vista apenas como um custo operacional, mas como um recurso estratégico capaz de impulsionar a capacidade de competição e preparar as empresas para novos mercados.

A classificação fiscal deve ser compreendida não apenas como um mecanismo de cumprimento de obrigações legais, mas também como um instrumento estratégico capaz de orientar políticas públicas e decisões empresariais. Gonzalez (2024) ressalta que a definição correta dos códigos tarifários impacta diretamente a formulação de políticas comerciais, já que governos utilizam tarifas, barreiras alfandegárias e incentivos tributários para proteger setores estratégicos e fomentar o desenvolvimento econômico. Polis (2019) afirma em seus estudos que, do ponto de vista empresarial, a classificação fiscal influencia custos de conformidade, previsibilidade regulatória e acesso a mercados, configurando-se como elemento essencial para estratégias de competitividade e mitigação de riscos em cadeias globais de suprimento. Assim, sua gestão eficiente contribui tanto para a sustentabilidade das operações privadas quanto para o fortalecimento da inserção internacional das economias nacionais.

Nesse sentido, relatórios da OECD (2021; 2022) reforçam que a simplificação das regras aduaneiras e a padronização internacional dos códigos fiscais são condições essenciais para promover a inclusão das PMEs no comércio global. A redução da complexidade normativa permite que empresas de menor porte, muitas vezes sem equipes especializadas em tributação e comércio exterior, consigam acessar mercados de forma mais previsível e com menores custos de conformidade (Bueno *et al.*, 2025).

Além disso, a padronização internacional contribui para a harmonização de procedimentos entre países, evitando interpretações divergentes e reduzindo barreiras técnicas que desestimulam a internacionalização. Para o caso brasileiro, esse ponto é ainda mais relevante, uma vez que a legislação tributária é reconhecida como uma das mais complexas do mundo, dificultando o protagonismo no mercado das empresas nacionais. A experiência de países que avançaram na simplificação aduaneira demonstra que a clareza regulatória e a

digitalização de processos não apenas ampliam a participação das PMEs no comércio exterior, mas também fortalecem a segurança jurídica e a atratividade do país como parceiro comercial (Pessoa; Diniz, 2017).

Dito isso, Bueno *et al.* (2025), no contexto brasileiro, a participação das PMEs no comércio exterior ainda é incipiente quando comparada às grandes corporações, reflexo de entraves institucionais como a elevada carga tributária, a complexidade das normas aduaneiras e a limitação no acesso a crédito voltado à exportação. O documento destaca que, embora iniciativas de transformação digital tenham sido incorporadas de forma gradual, o avanço permanece desigual, restringindo a capacidade dessas empresas de competir em cadeias globais de valor.

A digitalização e o uso de inteligência competitiva, entretanto, surgem como alternativas estratégicas para superar essas barreiras, ao viabilizar a redução de custos de conformidade e o acesso a informações mais precisas sobre mercados internacionais. Nesse sentido, o fortalecimento de políticas públicas que ampliem o apoio às PMEs, por meio de incentivos fiscais, capacitação e infraestrutura tecnológica, é apontado como condição essencial para a ampliação da inserção do Brasil no comércio exterior (Bueno *et al.*, 2025).

Diante disso, observa-se que a classificação fiscal transcende o papel de mero requisito legal e se torna um instrumento estratégico para o fortalecimento da competitividade empresarial. Relatórios recentes da OECD (2022) e da UNCTAD (2023) reforçam que a simplificação das regras aduaneiras e a padronização internacional dos códigos fiscais são fatores determinantes para a inclusão das PMEs no comércio global. No Brasil, embora avanços tenham sido registrados com ferramentas digitais como o *Sistema Classif*, a Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI, 2022) destaca que ainda há necessidade de maior acessibilidade e clareza nessas plataformas. Nesse sentido, a inteligência competitiva surge como recurso complementar, possibilitando às PMEs transformar informações tributárias e aduaneiras em estratégias de inserção internacional, fechando o ciclo entre análise de barreiras, gestão fiscal e expansão global.

2.4 INTELIGÊNCIA COMPETITIVA E COMÉRCIO EXTERIOR

A inteligência competitiva desempenha papel decisivo para o desempenho exportador das PMEs, pois possibilita a coleta, análise e utilização de informações estratégicas que orientam decisões sobre mercados e concorrência. Isichei *et al.* (2023) demonstram que existe uma relação positiva e significativa entre a prática da inteligência competitiva e os resultados

em exportações, destacando que empresas que sistematizam essas práticas apresentam maior crescimento de vendas externas e participação em mercados internacionais.

Os autores ressaltam ainda que a eficácia da inteligência competitiva é potencializada quando associada a uma orientação para aprendizagem, que favorece a transformação de informações em inovação e vantagem competitiva sustentável. Nesse sentido, a adoção de tais práticas mostra-se especialmente relevante em países em desenvolvimento, onde as PMEs enfrentam maiores barreiras de acesso à informação e necessitam de estratégias que fortaleçam sua resiliência no comércio exterior (Isichei *et al.*, 2023).

Assim, no caso das PMEs, a utilização da inteligência competitiva representa uma forma de compensar limitações de recursos financeiros e tecnológicos. Conforme destacam Silva e Souza (2023), a adoção de práticas de coleta e análise de informações de mercado, apoiada por sistemas digitais e relatórios oficiais, permite que empresas de menor porte identifiquem oportunidades de exportação, ajustem seus preços de forma mais competitiva e ampliem sua presença em nichos específicos. Essa prática é essencial em um contexto marcado por rápidas transformações regulatórias e pela intensificação da concorrência internacional.

Relatórios recentes da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD, 2022) indicam que a inteligência competitiva aplicada ao comércio exterior tem sido decisiva para a inserção de PMEs em cadeias globais de valor. Ao analisar estatísticas comerciais, dados alfandegários e tendências de consumo, essas empresas conseguem reduzir incertezas e alinhar sua produção às demandas internacionais. Essa prática, além de melhorar a tomada de decisão, permite maior previsibilidade nas operações, diminuindo riscos de inadimplência, barreiras tarifárias e entraves logísticos.

Por sua vez, a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD, 2023) reforça que a digitalização das cadeias de suprimentos e dos processos aduaneiros amplia significativamente as possibilidades de utilização de inteligência competitiva. A incorporação de big data, inteligência artificial e plataformas digitais no comércio exterior permite que empresas acompanhem em tempo real as movimentações globais, identifiquem gargalos logísticos e adaptem suas estratégias de exportação. Esse processo é particularmente relevante para as PMEs, que encontram nesses recursos meios de reduzir custos de conformidade e ampliar sua participação nos mercados internacionais (Gonzalez, 2024).

No Brasil, o panorama da digitalização das PMEs ainda é marcado por avanços graduais e pela persistência de barreiras estruturais. Embora iniciativas como o Programa Brasil Mais Produtivo e a Estratégia Nacional para a Transformação Digital tenham buscado fomentar a

inovação tecnológica no setor, muitas empresas continuam enfrentando limitações financeiras, carência de mão de obra qualificada e dificuldades no acesso a crédito direcionado para a inovação (Bueno *et al.*, 2025). Estudos indicam que a maturidade digital das PMEs brasileiras permanece abaixo da média internacional, restringindo sua capacidade de competir em cadeias globais de valor (ABDI, 2022). Além disso, a ausência de políticas públicas de maior alcance e a fragmentação dos programas de apoio reduzem a efetividade das ações já implementadas, fazendo com que grande parte das empresas permaneça em estágios iniciais de adoção tecnológica.

Por fim, a inteligência competitiva, quando integrada ao comércio exterior, representa um instrumento estratégico para que as PMEs superem obstáculos estruturais e ampliem sua inserção internacional. Ao investir na coleta sistemática de informações e no uso de plataformas digitais, essas empresas reduzem a dependência de práticas informais e fortalecem sua capacidade de competir em mercados globais. Assim, a inteligência competitiva deve ser entendida como recurso essencial não apenas para grandes corporações, mas também para organizações de menor porte que buscam internacionalização (Gonzalez, 2024).

3. METODOLOGIA DE PESQUISA

A metodologia de pesquisa constitui o alicerce científico do presente trabalho, orientando as escolhas quanto à abordagem, ao rumo e às técnicas utilizadas para alcançar os objetivos propostos. Segundo Gil (2019), a metodologia deve explicitar o caminho seguido pelo pesquisador para compreender um fenômeno e fundamentar as conclusões com rigor acadêmico. Dessa forma, a construção metodológica garante a validade, a confiabilidade e a coerência dos resultados apresentados.

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa de natureza qualitativa e exploratória, tendo em vista que busca compreender, a partir da análise de produções científicas, relatórios institucionais e legislações pertinentes, como o comércio exterior, a classificação fiscal e a inteligência competitiva se articulam no processo de internacionalização das PMEs brasileiras. Conforme Marconi e Lakatos (2021), a pesquisa qualitativa preocupa-se com a interpretação dos fenômenos e atribui importância central ao contexto no qual estão inseridos, permitindo maior profundidade na compreensão dos elementos analisados.

A escolha pela abordagem qualitativa justifica-se pelo fato de que a investigação não busca mensurar estatisticamente a participação das PMEs no comércio exterior, mas compreender como fatores como a classificação fiscal e a inteligência competitiva influenciam

sua inserção internacional. Esse enfoque permite captar caminhos, significados e relações que dificilmente seriam identificados por meio de métodos puramente quantitativos, oferecendo uma análise mais abrangente e contextualizada.

Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva. Exploratória por examinar aspectos ainda pouco discutidos na literatura sobre PMEs brasileiras em comércio exterior, especialmente a relação entre gestão tributária, inteligência competitiva e digitalização. Descritiva porque busca apresentar e sistematizar as características desses elementos, sem a pretensão de manipular variáveis, mas sim de observar, analisar e interpretar os dados coletados (Gil, 2019).

No que se refere aos procedimentos técnicos, foi adotada a pesquisa bibliográfica e documental. A pesquisa bibliográfica envolveu a análise de artigos científicos nacionais e internacionais, livros e periódicos em bases como *Scielo*, *Google Scholar* e Portal de Periódicos CAPES. Já a pesquisa documental abrangeu relatórios oficiais da Organização Mundial das Alfândegas (WCO), Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD), Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), além de documentos emitidos pela Receita Federal do Brasil relacionados à classificação fiscal e ao comércio exterior. Conforme Gil (2019), esse tipo de pesquisa é adequado quando o objetivo é compreender fenômenos a partir de dados já existentes, organizados e analisados de forma crítica.

A coleta de dados foi orientada por critérios de pertinência, credibilidade e disponibilidade em acesso aberto, abrangendo publicações em português, inglês e espanhol, de natureza acadêmica e institucional. A análise do material utilizou a técnica de análise de conteúdo, que possibilitou sistematizar, categorizar e interpretar as informações de maneira estruturada. Esse procedimento permitiu identificar padrões recorrentes, contradições e complementaridades entre as fontes, contribuindo para a construção de uma visão ampla e consistente sobre o tema investigado.

Por fim, cabe ressaltar que a pesquisa possui caráter teórico e aplicado. Teórico, pois busca contribuir com a literatura acadêmica sobre a relação entre comércio exterior, classificação fiscal e inteligência competitiva. Aplicado, porque seus resultados podem servir de subsídio para gestores de PMEs, formuladores de políticas públicas e instituições de apoio empresarial, no sentido de aprimorar estratégias de inserção internacional. Assim, a metodologia empregada assegura a consistência científica do trabalho e oferece bases sólidas para a análise desenvolvida nos capítulos subsequentes.

A opção pela análise de conteúdo deve-se à sua flexibilidade e aplicabilidade em pesquisas qualitativas que lidam com documentos e textos acadêmicos. Essa técnica, ao organizar e interpretar o material de forma sistemática, possibilita a identificação de categorias temáticas e a construção de lógicas consistentes. Assim, foi possível estabelecer relações entre as dimensões estudadas, comércio exterior, classificação fiscal e inteligência competitiva, estruturando um quadro interpretativo coerente com os objetivos da pesquisa.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 PANORAMA DO COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO E PMES

O comércio exterior brasileiro vem apresentando avanços significativos nas últimas décadas, mas a participação das PMEs ainda se mantém reduzida. De acordo com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC, 2023), menos de 1% das PMEs brasileiras exportam regularmente, número inferior ao observado em países como Chile e México, que apresentam maior integração das empresas de menor porte nas cadeias globais. Essa limitação decorre, em grande medida, da dificuldade de acesso a crédito, da elevada burocracia e da carência de informações estratégicas acessíveis, fatores que restringem o potencial de internacionalização.

Estudos da UNCTAD (2023) apontam que países que ampliaram a inserção de suas PMEs em mercados internacionais o fizeram por meio de políticas públicas direcionadas, baseadas na redução de custos de conformidade e na facilitação logística. No Brasil, iniciativas como o Programa Brasil Mais Produtivo e a Estratégia Nacional de Transformação Digital (E-digital) buscaram reduzir essas lacunas, mas os impactos ainda são iniciais. A OECD (2022) ressalta que a baixa maturidade digital das PMEs brasileiras constitui um fator adicional de limitação, na medida em que reduz sua capacidade de aproveitar plataformas de comércio e de inteligência de mercado.

Dessa forma, o panorama evidencia que a expansão das PMEs no comércio exterior brasileiro exige a combinação de medidas institucionais, apoio governamental e fortalecimento das competências internas das empresas. Sem esse alinhamento, o país continuará registrando a predominância de grandes corporações no fluxo exportador, com pouca diversificação da base exportadora nacional.

Para ilustrar essa realidade, a Tabela 1, abaixo, traz os dados do MDIC (2024) demonstrando que, embora as PMEs representem mais de 90% do número de empresas

exportadoras, sua participação em valor exportado não ultrapassa 15% da pauta nacional. Já as grandes empresas concentram mais de 80% do total das exportações.

Tabela 1. Participação de PMEs e Grandes Empresas nas Exportações Brasileiras (2023-2024)

Categoria	Nº de empresas exportadoras	Participação no valor exportado (%)
PMEs	18.450	14,7%
Grandes	2.130	85,3%

Fonte: Elaboração com base em dados do MDIC (2024).

A Tabela 1 evidencia a forte concentração das exportações brasileiras nas grandes empresas, que, embora representem apenas 2.130 exportadoras, concentram 85,3% do valor total exportado. Em contraste, as PMEs, que somam 18.450 empresas, mais de oito vezes o número de grandes exportadoras, respondem por apenas 14,7% da pauta nacional. Esse dado demonstra um cenário de forte concentração econômica, no qual o volume exportado está restrito a um número reduzido de organizações de grande porte.

Esse quadro revela uma assimetria estrutural no comércio exterior brasileiro: as PMEs possuem representatividade numérica, mas não conseguem converter sua presença em participação significativa em valor exportado. Segundo a OECD (2022), esse fenômeno é comum em países em desenvolvimento e resulta da combinação de barreiras de acesso ao crédito, custos logísticos elevados e falta de capacitação em gestão internacional.

Ao mesmo tempo, os dados reforçam o potencial das PMEs como agentes de diversificação da base exportadora. Experiências internacionais mostram que políticas de apoio como incentivos fiscais, capacitação e digitalização aduaneira ampliam significativamente sua participação nas exportações. Nesse sentido, o Brasil precisa adotar medidas mais eficazes de incentivo, reduzindo a dependência das grandes corporações e fortalecendo a competitividade global.

4.2 CLASSIFICAÇÃO FISCAL COMO BARREIRA E ESTRATÉGIA

A classificação fiscal, representada pela NCM, é um dos principais pontos de atenção para empresas que atuam no comércio exterior. Uma classificação incorreta pode gerar custos adicionais, autuações e até a retenção de mercadorias, configurando-se como barreira significativa, sobretudo para as PMEs. A Receita Federal do Brasil (2021) ressalta que erros de

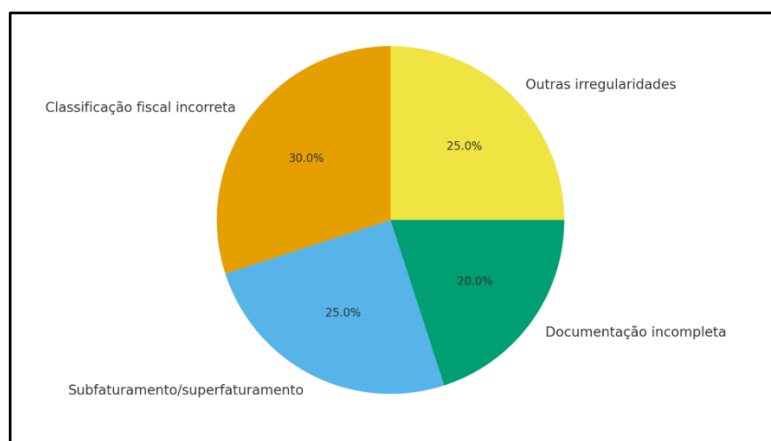
enquadramento são recorrentes e frequentemente associados à falta de capacitação técnica, elevando o chamado “custo Brasil”. Esse cenário evidencia que a classificação fiscal, quando mal gerida, se transforma em obstáculo ao desempenho competitivo.

No entanto, sob outra perspectiva, a classificação fiscal pode ser utilizada como recurso estratégico. Gonzalez (2024) destaca que a correta utilização dos códigos tarifários influencia diretamente a formulação de políticas públicas e permite às empresas maior previsibilidade e segurança jurídica em suas operações. Relatórios da OECD (2022) e da UNCTAD (2023) reforçam que a padronização internacional das regras de classificação é condição essencial para ampliar a participação de pequenas empresas nas cadeias globais de valor. No Brasil, o desenvolvimento do *Sistema Classif* pela Receita Federal representa um avanço, apesar de que sua utilização ainda é limitada, em razão da dificuldade de acesso e da falta de clareza para usuários de menor porte.

Assim, a classificação fiscal deve ser compreendida de forma dupla: como barreira quando associada à burocracia e à complexidade normativa, mas também como estratégia quando utilizada como instrumento de gestão competitiva, capaz de reduzir riscos e orientar políticas de inserção internacional.

As autuações fiscais no comércio exterior brasileiro refletem a complexidade normativa e os desafios enfrentados pelas empresas, sobretudo pelas PMEs, que dispõem de menos recursos técnicos e humanos para lidar com as exigências legais. Entre os fatores que mais geram penalidades, destacam-se erros na classificação fiscal, inconsistências de valores declarados e falhas documentais. De acordo com a Receita Federal do Brasil (2021), aproximadamente um terço das autuações está relacionado à classificação incorreta de mercadorias, evidenciando o impacto direto desse aspecto na competitividade e na segurança das operações. Para ilustrar essa realidade, apresenta-se, a seguir, o Gráfico 1.

Gráfico 1. Percentual de Autuações em Comércio Exterior segundo a causa (2021)



Fonte: Elaboração com dados da Receita Federal do Brasil (2021).

A análise do gráfico demonstra que os erros de classificação fiscal representam a maior causa de autuações, respondendo por 30% do total, o que confirma seu papel como um dos principais gargalos das operações de comércio exterior. O elevado percentual de penalidades por subfaturamento e superfaturamento (25%) e por documentação incompleta (20%) reforça a dificuldade das empresas em lidar com a complexidade dos processos aduaneiros e com a necessidade de conformidade regulatória.

No caso das PMEs, a ausência de equipes especializadas torna esses desafios ainda mais expressivos, impactando diretamente a competitividade e a credibilidade internacional. Nesse sentido, conforme apontam a OECD (2022) e a UNCTAD (2023), a simplificação normativa e o fortalecimento de mecanismos digitais de apoio como o Sistema Classif são medidas fundamentais para reduzir a incidência de autuações e ampliar a participação das PMEs brasileiras no comércio exterior.

4.3 INTELIGÊNCIA COMPETITIVA APLICADA ÀS EXPORTAÇÕES

A inteligência competitiva tem se consolidado como prática fundamental para ampliar o desempenho exportador das PMEs, especialmente em contextos de incerteza e alta concorrência. Isichei *et al.* (2023) demonstram que a adoção sistemática de inteligência competitiva está positivamente associada ao crescimento das exportações, pois permite identificar mercados-alvo, antecipar tendências e alinhar estratégias de inovação. Além disso, os autores ressaltam que a eficácia dessa prática é potencializada quando combinada com uma orientação organizacional voltada ao aprendizado, o que aumenta a capacidade de adaptação das empresas a mudanças regulatórias e de mercado.

No caso brasileiro, a aplicação da inteligência competitiva ainda é inicial, mas iniciativas vêm sendo observadas em setores como agronegócio e tecnologia da informação. A ABDI (2022) ressalta que a digitalização das cadeias produtivas e o uso de *big data* permitem que empresas de menor porte acessem informações antes restritas a grandes corporações, tornando o processo de exportação mais previsível. A UNCTAD (2023) reforça que a incorporação de plataformas digitais e sistemas de análise de dados constitui elemento chave para a inserção competitiva de PMEs em cadeias globais de valor.

Dessa forma, a inteligência competitiva aplicada às exportações brasileiras deve ser vista como um caminho estratégico para reduzir a assimetria informacional, otimizar decisões

e fortalecer a inserção das PMEs nos mercados internacionais. Sua adoção contribui não apenas para o desempenho empresarial, mas também para o fortalecimento da base exportadora do país, ampliando sua competitividade no comércio global.

Assim, relatórios da OECD (2022) mostram que empresas que utilizam ferramentas digitais de inteligência de mercado apresentam, em média, crescimento 20% superior em exportações quando comparadas às que não adotam tais práticas. No Brasil, embora em estágio inicial, já se observam ganhos em setores como agronegócio e tecnologia da informação. Dessa maneira, a Tabela 2, abaixo, ilustra o impacto da Inteligência Competitiva das exportações de PMEs.

Tabela 2. Impacto da Inteligência Competitiva no Crescimento das Exportações de PMEs (comparativo internacional, 2022)

País/Região	Crescimento médio das exportações sem IC	Crescimento médio com IC
União Europeia	5%	22%
América Latina	3%	18%
Brasil	2%	14%

Fonte: Elaboração com dados da OECD (2022); UNCTAD (2023).

A Tabela 2 evidencia de forma comparativa o impacto da adoção de práticas de Inteligência Competitiva (IC) no desempenho exportador das PMEs em diferentes contextos regionais. Observa-se que, sem a utilização de IC, os índices de crescimento médio das exportações são modestos: 5% na União Europeia, 3% na América Latina e apenas 2% no Brasil. No entanto, quando as empresas incorporam práticas estruturadas de IC, os ganhos se tornam expressivos, alcançando 22% na União Europeia, 18% na América Latina e 14% no Brasil.

Apesar dos avanços observados, o desempenho brasileiro ainda se mantém inferior ao de outras regiões devido a fatores estruturais e institucionais que limitam a efetividade da inteligência competitiva. Entre eles, destacam-se a baixa maturidade digital das PMEs, a escassez de políticas públicas integradas voltadas à inovação tecnológica e a carência de capacitação gerencial específica para o uso estratégico de dados (ABDI, 2022; OECD, 2022). Além disso, a fragmentação das iniciativas de apoio e a limitada articulação entre universidades, governo e setor produtivo dificultam a difusão de práticas de inteligência de mercado em larga

escala. Assim, a menor performance das PMEs brasileiras não decorre apenas da adoção incipiente de ferramentas de inteligência competitiva, mas também de um ecossistema institucional ainda em desenvolvimento, que carece de infraestrutura, investimento e coordenação estratégica para impulsionar a competitividade internacional.

Esse resultado indica que a inteligência competitiva atua como um diferencial estratégico para pequenas e médias empresas, ampliando sua capacidade de identificar oportunidades, reduzir riscos e responder com maior rapidez às demandas do comércio internacional. A disparidade entre os contextos também sugere que países com maior maturidade institucional e digital, como os da União Europeia, conseguem potencializar mais intensamente os efeitos, ao passo que regiões em desenvolvimento, como América Latina e Brasil, ainda apresentam um ponto a ser superado.

No caso brasileiro, embora os resultados demonstrem avanço significativo de 2% para 14% de crescimento médio nas exportações, o desempenho ainda é inferior ao de outras regiões, o que reforça a necessidade de políticas públicas de incentivo, capacitação gerencial e maior integração digital. Como destacam a OECD (2022) e a UNCTAD (2023), a democratização do acesso a dados de mercado e o fortalecimento de mecanismos de inteligência competitiva podem transformar esse potencial em ganhos mais expressivos para as PMEs brasileiras.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar o papel do comércio exterior, da classificação fiscal e da inteligência competitiva na expansão das Pequenas e Médias Empresas (PMEs) brasileiras. A investigação demonstrou que a participação desse segmento no cenário internacional ainda é limitada, resultado de barreiras como a carga tributária elevada, a complexidade das normas aduaneiras, os altos custos logísticos e as dificuldades de acesso ao crédito. Essas condições acabam concentrando as exportações nas grandes corporações, deixando as PMEs em posição inferior dentro da pauta nacional.

Os resultados indicaram que a correta utilização da classificação fiscal não deve ser entendida apenas como uma obrigação legal, mas como uma prática estratégica capaz de reduzir riscos, ampliar a previsibilidade das operações e fortalecer a competitividade. A gestão tributária, quando tratada de forma integrada à estratégia empresarial, permite que as PMEs melhorem sua inserção em cadeias globais de valor e explorem oportunidades de crescimento internacional.

Outro aspecto fundamental observado é a relevância da inteligência competitiva, que se apresenta como ferramenta indispensável para reduzir a assimetria de informações e orientar as decisões relacionadas às exportações. A utilização de dados de mercado, quando transformados em conhecimento estratégico, possibilita identificar oportunidades, antecipar tendências e elevar o desempenho das empresas no ambiente global.

O estudo também mostrou que as políticas públicas desempenham papel decisivo no fortalecimento das PMEs. Programas voltados à digitalização dos processos aduaneiros, à simplificação normativa e à capacitação técnica representam passos importantes, mas ainda insuficientes para garantir a plena inserção das pequenas e médias empresas no comércio exterior. A experiência internacional demonstra que países que investiram nessas dimensões conseguiram ampliar significativamente a participação das PMEs nas exportações totais, tornando sua base exportadora mais diversificada e resiliente.

Dessa forma, conclui-se que o fortalecimento das PMEs brasileiras no comércio internacional depende de três eixos centrais: a modernização e simplificação do sistema tributário e aduaneiro; a adoção da classificação fiscal como instrumento estratégico de gestão; e a incorporação da inteligência competitiva como prática contínua de apoio às decisões. A articulação entre Estado, setor privado e instituições de apoio empresarial é indispensável para a criação de um ambiente que favoreça a inovação, reduza custos de conformidade e aumente a competitividade no mercado global.

Por fim, destaca-se que este trabalho contribui tanto para a compreensão acadêmica do tema quanto para a prática empresarial, ao propor uma análise integrada dos principais fatores que condicionam a inserção das PMEs brasileiras no comércio exterior. A pesquisa evidenciou que a classificação fiscal, a gestão tributária e a inteligência competitiva não podem ser analisadas de forma isolada, mas sim como dimensões interdependentes que, quando alinhadas, oferecem caminhos para superar barreiras históricas à internacionalização das empresas de menor porte.

Nesse sentido, o estudo fornece subsídios relevantes para gestores, formuladores de políticas públicas e instituições de apoio empresarial, ao destacar práticas e estratégias que podem fortalecer a competitividade das PMEs no cenário global. Ainda assim, reconhece-se como limitação a natureza bibliográfica da investigação, que restringe a análise a dados secundários e à literatura disponível, sem contemplar a realidade prática das empresas em operação. Dessa forma, este trabalho deve ser entendido como ponto de partida para novas investigações e debates sobre os caminhos possíveis para o fortalecimento das PMEs brasileiras no comércio exterior, em direção a uma participação mais sólida, diversificada e sustentável.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL (ABDI). **Transformação digital na indústria química: estudo de tendências**. Brasília: ABDI, 2022. Disponível em: <https://www.abdi.com.br>. Acesso em: 23 abr. 2025.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2016.
- BARNEY, Jay B. Mercados de fatores estratégicos: expectativas, sorte e estratégia de negócios. **Ciência da Administração**, v. 32, n. 10, p. 1231-1241, 1986.
- BARNEY, Jay. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>. Acesso em: 23 abr. 2025.
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. **Balança Comercial – Principais Resultados 2024**. Brasília: MDIC, 2024. Disponível em: https://balanca.economia.gov.br/balanca/pg_principal_bc/principais_resultados.html. Acesso em: 02 mai. 2025.
- BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. **Portal da Balança Comercial – Principais Resultados**. Brasília: MDIC, 2025. Disponível em: https://balanca.economia.gov.br/balanca/pg_principal_bc/principais_resultados.html. Acesso em: 11 mai. 2025.
- BUENO, Claudia Oliveira et al. Transformação Digital Nas Pmes: Uma Revisão De Literatura Sobre Inovação E Eficiência Na Gestão. **Revista DCS**, v. 22, n. 81, p. e3111-e3111, 2025.
- DA SILVA, Julia Tauana Saraiva; DA COSTA, Rafael Alves Silva; DE OLIVEIRA, Margibel Adriana. Estratégias De Expansão No Comércio Exterior: Um Estudo Sobre Os Processos Burocráticos Na Internacionalização Das Pequenas E Médias Empresas. **REVISTA CIENTÍFICA ACERTTE-ISSN 2763-8928**, v. 4, n. 9, p. e49205-e49205, 2024.
- EUROPEAN COMMISSION. Combined Nomenclature (CN). Brussels: European Commission, 2023. Disponível em: https://taxation-customs.ec.europa.eu/customs-4/calculation-customs-duties/customs-tariff/combined-nomenclature_en. Acesso em: 25 mai. 2025.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- GONZALEZ, A. **Sourcing Strategies to Mitigate the Risks of Trade Actions**. *Journal of International Trade and Economic Development*, 2024. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4696862. Acesso em: 28 mai. 2025.
- INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Internacionalização de pequenas e médias empresas brasileiras: obstáculos e perspectivas**. Brasília: IPEA, 2022. Disponível em: https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=39742. Acesso em: 15 jun. 2025.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Desafios à inserção internacional das pequenas e médias empresas brasileiras**. Brasília: IPEA, 2023. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/portal/>. Acesso em: 15 jun. 2025.

ISICHEI, E. **et al.** *Linking competitive intelligence, learning orientation and export performance of SMEs*. *Journal of Small Business Strategy*, v. 33, n. 2, p. 1-23, 2023. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/21582440231184979>. Acesso em: 2 ago. 2025.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

MDIC – MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS. **Estatísticas de Comércio Exterior Brasileiro 2023**. Brasília: MDIC, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/comercio-exterior/estatisticas>. Acesso em: 06 ago. 2025.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). **OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2021**. Paris: OECD Publishing, 2021. Disponível em: <https://www.oecd.org/industry/oecd-sme-and-entrepreneurship-outlook-2021-97a36957-en.htm>. Acesso em: 19 ago. 2025.

OECD – ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. **Financing Growth and Turning Data into Business: The OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2022**. Paris: OECD Publishing, 2022. Disponível em: <https://www.oecd.org/industry/oecd-sme-and-entrepreneurship-outlook-2022-bdb9256a-en.htm>. Acesso em: 12 set. 2025.

PESSOA, R. S.; DINIZ, F. **Os principais desafios que as Pequenas e Médias Empresas (PMEs) enfrentam no Brasil**. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*, v. 2, n. 1, p. 137-161, jan./abr. 2017. Disponível em: <http://www.regmpe.com.br>. Acesso em: 12 set. 2025.

PICCHIAI, Djair; ZORZETTI, Julio Cezar. Internacionalização de empresas nascentes: análise do fenômeno born global. **Conhecimento Interativo**, v. 12, n. 1, p. 168-202, 2018.

POLIS, Mário Cesar Barreto. Barreiras à internacionalização de pequenas e médias empresas no Brasil: um. **International Small Business Journal**, v. 29, p. 648-670. 2019.

PORTER, M. *The competitive advantage of nations*. New York: The Free Press, 1990.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. **Classificação fiscal de mercadorias – NCM**. Brasília: RFB, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/assuntos/aduana-e-comercio-exterior/classificacao-fiscal-de-mercadorias/ncm>. Acesso em: 25 set. 2025.

SOUSA, Sônia Maria Fontinele de. **Nomenclatura Comum do Mercosul/Sistema Harmonizado**. Trabalho de Conclusão de Curso (Ciências Contábeis) – Faculdade Nossa Senhora Aparecida, Aparecida de Goiânia, 2015

STOCKER, Fabricio et al. Percepção de risco e internacionalização de empresas born global em mercados emergentes. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 24, p. 332-350, 2022.

UNCTAD – UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. **World Investment Report 2023: Investing in sustainable energy for all**. Geneva: United Nations, 2023. Disponível em: <https://unctad.org/publication/world-investment-report-2023>. Acesso em: 25 set. 2025.

UNITED STATES INTERNATIONAL TRADE COMMISSION (USITC). *Harmonized Tariff Schedule of the United States (HTSUS)*. Washington, D.C.: USITC, 2023. Disponível em: <https://hts.usitc.gov/>. Acesso em: 28 set. 2025.

ZONTA, Thaisa Carolina; AMAL, Mohamed. Internationalization and innovation: The case of a born global from Brazil. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais: Internext**, v. 13, n. 1, p. 63-76, 2018.

WCO – WORLD CUSTOMS ORGANIZATION. International Convention on the Harmonized Commodity Description and Coding System (HS Convention). Brussels: WCO, 2022. Disponível em: https://www.wcoomd.org/en/topics/nomenclature/instrument-and-tools/hs_convention.aspx. Acesso em: 28 set. 2025.

WINCKLER, Natália Carrão. Recursos do país na internacionalização de PMES de países emergentes: um estudo no contexto brasileiro. 2018.