RESUMO SIMPLES - CSAP - CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

INTERNACIONALIZAÇÃO DE PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS: UMA ABORDAGEM CONCEITUAL NA LITERATURA ACADÊMICA BRASILEIRA

Patrick Brito (britopkrk@gmail.com)

Fabíolo Dias Da Trindade (fabiolodias741@gmail.com)

Rogério Luiz Da Silva Ramos (rogerio.ramos@ifap.edu.br)

INTRODUÇÃO – A internacionalização de pequenas e médias empresas tem ganhado destaque nos estudos sobre comércio exterior e gestão empresarial, sendo associada à busca por novos mercados, ampliação das oportunidades de atuação e inserção das empresas em relações econômicas internacionais. Contudo, apesar da relevância do tema, ainda é necessário compreender como a literatura acadêmica brasileira caracteriza conceitualmente esse processo, especialmente quanto aos fatores que influenciam a entrada de pequenas e médias empresas em mercados externos. Nesse sentido, questiona-se: como a literatura acadêmica brasileira caracteriza a internacionalização de pequenas e médias empresas? Com isso, aqui, objetiva-se: compreender como a literatura acadêmica brasileira caracteriza o processo de internacionalização de pequenas e médias empresas. METODOLOGIA – A pesquisa caracteriza-se como bibliográfica, qualitativa e exploratória, baseada na análise de produções

acadêmicas brasileiras sobre internacionalização de pequenas e médias empresas. A pesquisa foi realizada em ambiente on-line, por meio da consulta a artigos e publicações acadêmicas disponíveis em bases digitais. A amostra reuniu documentos acadêmicos brasileiros sobre internacionalização de pequenas e médias empresas. Foram priorizados materiais com abordagem conceitual sobre o tema, excluindo textos voltados apenas a grandes empresas ou ao comércio exterior em sentido amplo. Os dados foram analisados por meio da leitura, seleção e comparação das informações, observando como a literatura brasileira caracteriza o processo de internacionalização das pequenas e médias empresas. RESULTADOS – Foram considerados 3 estudos acadêmicos sobre internacionalização de micro, pequenas e médias empresas. Um deles analisou 34 artigos nacionais da Plataforma Capes; outro selecionou 23 publicações sobre fatores críticos para internacionalização de PMEs; e um estudo de casos múltiplos analisou 3 empresas brasileiras de menor porte. Os estudos indicam que a internacionalização de pequenas e médias empresas é caracterizada como um processo de inserção em mercados externos, influenciado por conhecimento internacional, recursos tangíveis e intangíveis, redes de relacionamento, inovação, políticas públicas, qualidade do produto, parcerias e compreensão de diferenças culturais. DISCUSSÕES – Os resultados indicam que a internacionalização de pequenas e médias empresas deve ser compreendida como um processo estratégico, e não apenas como venda ocasional para o exterior. Na literatura analisada, esse processo depende de conhecimento sobre mercados internacionais, recursos disponíveis, redes de relacionamento, inovação e apoio de políticas públicas. Também se observa que, nos casos estudados, a exportação aparece como uma das principais formas de entrada em mercados externos, geralmente associada a decisões graduais, planejamento e busca de crescimento empresarial. Assim, para o mundo do trabalho, a internacionalização exige profissionais capazes de analisar mercados, compreender diferenças culturais, organizar estratégias comerciais e apoiar empresas de menor porte na tomada de decisões sobre sua inserção internacional. CONCLUSÕES – Conclui-se, assim, que a internacionalização das pequenas e médias empresas ocorre de forma planejada e, muitas vezes, gradual, tendo a exportação como uma estratégia

importante para ampliar mercados, fortalecer a competitividade e promover crescimento empresarial.

Palavras-chave: internacionalização; mpmes; comércio exterior.