

**DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO MERCADO DE
EXPORTAÇÃO: UM ESTUDO DE CASO**
**CHALLENGES FACED BY MICRO AND SMALL BUSINESSES IN THE EXPORT MARKET: A CASE
STUDY**

Camila Paulus Link¹

Scheila Andres Beumer²

Jadina Santos Leal³

Lincon Vinicius Brixius⁴

Norberto Lengert⁵

Leonei Rother⁶

Eduardo Rowedder⁷

RESUMO: Está se tornando cada vez mais importante e benéfico para as empresas a inserção no mercado externo, a fim de trazer maior estabilidade a organização e maior competitividade perante o mercado no geral. Desta maneira, com as micro e pequenas empresas não é diferente, muitas vezes começando essa participação no mercado estrangeiro a partir da exportação de seus produtos, mesmo com as dificuldades enfrentadas no caminho. O trabalho teve enfoque em uma amostra específica com o objetivo de compreender o processo de exportação e importação nas micro e pequenas empresas, identificando as dificuldades encontradas, os benefícios, assim sendo possível compreender como as mesmas estão perante o mercado. A metodologia empregada foi pesquisa descritiva e do estudo do caso com abordagem qualitativa. A partir da análise realizada, estabeleceu-se que as maiores dificuldades encontradas era o acesso à informação e diversas burocracias existentes no processo, porém a motivação das organizações refere-se ao aprimoramento da qualidade do produto oferecido para estar de acordo com as normas de outros países, a competitividade a visibilidade da marca perante aos demais.

Palavras-chave: Micro e Pequenas Empresas. Exportação. Dificuldades.

ABSTRACT: It is becoming increasingly important and beneficial for companies to enter the foreign market, in order to bring greater stability to the organization and greater competitiveness in the general market. In this way, with micro and small companies it is no different, often starting this participation in the foreign market from the export of their products, even with the difficulties faced in the way. The work focused on a specific sample with the objective of understanding the export and import process in micro and small companies, identifying the difficulties encountered, the benefits, thus making it possible to understand how they are before the market. The methodology used was descriptive research and case study with a qualitative approach. From the analysis carried out, it was established that the greatest difficulties encountered were access to information and various bureaucracies in the process, but the motivation of organizations refers to improving

¹ Mestre em Ciências Contábeis e Administração. Professora do Centro Universitário Uceff- Itapiranga. Email: camilalink@uceff.edu.br

² Graduanda de Administração do Centro Universitário Uceff- Itapiranga. Email: scheilabeumer@gmail.com

³ Graduanda de Administração do Centro Universitário Uceff- Itapiranga. Email: jadina.leal@gmail.com

⁴ Graduando de Administração do Centro Universitário Uceff- Itapiranga. Email: linconbrixius@yahoo.com.br

⁵ Especialização em Gestão de Cooperativas de Crédito. Professor do Centro Universitário Uceff- Itapiranga. Email: norberto@uceff.edu.br

⁶ Mestrando em Ciências Contábeis e Administração. Professor do Centro Universitário Uceff- Itapiranga. Email: leonei@uceff.edu.br

⁷ Especialização em Administração Organizacional e Inovação. Professor do Centro Universitário Uceff- Itapiranga. Email: eduardorowedder@uceff.edu.br

the quality of the product offered to comply with the standards of other countries, competitiveness and visibility of the brand before others.

Keywords: Micro and Small Enterprises. Export. Difficulties

Introdução

Com a globalização as empresas têm a possibilidade de exportar seus produtos para outros países, o que os mantém atrativos e em constante inovação. Manter-se no mercado nacional envolve certa limitação, apesar da sua dimensão faz com que não tenha outras opções de expansionismo ou que resulte em uma provável concorrência desleal (SANTOS; CASTELETTO, 2019)

Desta maneira, quando uma empresa busca exportar seus produtos, ela abre seu capital para a captação de dólar aumentando seu rendimento potencial perante o mercado estrangeiro com a chamada de novos clientes ou investidores e assim está sujeita a possíveis caminhos atraentes que possam somar nas opções de produtos produzidos pela empresa (SANTOS; CASTELETTO, 2019).

Assim, para conseguir se alavancar para o mercado externo, são necessários seguir normas, regras, modelos de exportação para que países abram as portas e comercializem seus produtos, onde cada federação tem sua cultura esta que deve ser respeitada (SANTOS; CASTELETTO, 2019).

Segundo dados do Sebrae (2017), o estado de Santa Catarina compõe 4,1 % de toda exportação do país, vale ressaltar que 34,9% das empresas exportadoras de SC, são micro e pequenas empresas, as quais vêm ganhando cada vez mais espaço no mercado de exportação.

Entretanto, apesar das MPEs estarem a cada dia mais presentes no mercado de exportação, encontra-se um cenário repleto de desafios que se apresenta ainda maiores nestes tipos de empreendimentos (SEBRAE, 2017).

Contudo, a diversificação de mercado representa certa diminuição de riscos as empresas por conta da economia nacional, a qual pode ser atingida por crises econômicas e consequentemente estar afetando diretamente a empresa (KEEDI, 2017).

Segundo Keedi (2017) adentrar no mercado estrangeiros não é apenas evitar possíveis crises nacionais e sim estender seu leque de compradores, além de ampliar as vendas e produção. A organização estará inserida em um ambiente amplo e com muita concorrência, a qual necessita de diferencial competitivo para se destacar das demais.

A partir deste estudo, é possível destacar as seguintes problemáticas: Quais os desafios e as oportunidades encontrados durante a internacionalização das empresas? Diante disso, tem-se como objetivo do estudo: Analisar os desafios e as oportunidades encontradas durante a internacionalização das empresas.

Este artigo visa expor os processos, informações, estratégias e os princípios na internacionalização das micro e pequenas empresas, a qual serve como ferramenta de estudo para quem busca mais fundamentos sobre a internacionalização, tanto acadêmicos quanto empresas interessadas em expandir os negócios para outros países, assim observando o desenvolvimento discente na prática.

Desta forma, este estudo de caso tem por finalidade contribuir na discussão referente aos principais desafios encontrados no processo de exportação, apesar das vantagens salientadas e quais oportunidades pode gerar para as MPEs, apesar de ser pouco efetuado pelas mesmas é algo a ser estudado, a fim de adquirir ainda mais conhecimento referente a internacionalização das empresas.

A metodologia de pesquisa qualitativa e descritiva, pois é resultado de análise e argumenta os resultados do estudo, o que leva a compreensão do processo de internacionalização nas empresas descrevendo as experiências de forma imparcial (DOITYTEAM, 2022).

Importações e exportações

As tímidas iniciativas que resultaram em exportações foram realizadas nos anos 60, conforme as reformas estruturais que ajustaram a economia externa do país (CAVALCANTI; RIBEIRO, 1998).

Podendo assim o fator de exportação ser subdividido em duas partes, no contexto macroeconômico, sendo que a primeira refere-se aos incentivos privados (até estrangeiros) criando a expansão à direção desejada e a segunda refere-se a altas tarifas de exportação e com restrições ao acesso de câmbio (CAVALCANTI; RIBEIRO, 1998).

Por meio de incentivos fiscais as mudanças realmente aconteceram, assim houve maiores estímulos e ganho de produtividade e eficiência por conta da estratégia explícita de crescimento à exportações (CAVALCANTI; RIBEIRO, 1998).

O movimento mundial de libertação de exportação criou uma redução do papel do estado nessa economia, dando maior liberdade e conseqüentemente havendo mudanças no

período a partir dos anos 90. Vale ressaltar que a abertura do mercado brasileiro era um estímulo às empresas nacionais de produção de produtos, mas em contrapartida causou impacto devido a chegada de produtos similares por meio da importação (CAVALCANTI; RIBEIRO, 1998).

Com o objetivo de diminuir a liberdade política dos governos juntamente com o avanço das políticas de empresas, nos anos 90 foi criada a Organização Mundial de Comércio (OMC), a qual passou a ser responsável pela regulamentação do mercado internacional (PINHEIRO; MARKWALD; PEREIRA, 2002).

No âmbito nacional, há uma grande concentração de exportação de produtos aos países latino-americanos e poucas vezes exportam para outras regiões do globo já pela competição do mercado regional local (PINHEIRO; MARKWALD; PEREIRA, 2002).

Por um momento, no final do século XIX, a política comercial brasileira se submetia a uma alienação de preços relacionados aos produtos, porém como a inflação não se baseia em uma âncora onde logo essa combinação gerou na conta corrente um déficit (PINHEIRO; MARKWALD; PEREIRA, 2002).

A desvalorização do real afetou o regime fiscal e conseqüentemente o ambiente comercial brasileiro, em especial a desvalorização ocorrida em 1999 na qual despertou o alerta da balança de importação e exportação. Esse período resultou num incentivo a substituição das importações na intenção de manter um equilíbrio, assim em 2001 apresentou-se um superávit, a primeira desde 1994 (PINHEIRO; MARKWALD; PEREIRA, 2002).

Em 2008, nos Estados Unidos estourou a crise que quebrou no dia 15 de setembro investidores do mundo todo, refere-se a saques de aplicações tanto do governo quanto de empresas, e não poderia ser diferente no Brasil, com esse reflexo bagunçando a balança de bancos e empresas que precisam urgentemente resgatar investimentos antigos para se manterem longe ou pelo menos segurar as pontas nessa crise que reduziu o crédito do mercado de forma astronômica. (GASPARIN, 2011)

Os reflexos no exterior balançaram o dólar, que em agosto estava sendo cotado a R\$1,60 em agosto chega nos seus R\$2,40 em dezembro de 2008, prejudicando diretamente as empresas que viram seu poder de compra quase se repartindo pela metade, sendo sentido no bolso de milhões de consumidores. (GASPARIN, 2011)

Os índices que apontam o crescimento do Brasil, mostraram um recuo de 0,6% no ano de 2008, porém foi rebatida no ano seguinte com um avanço novamente para frente de cerca de 7,5%, possibilitando uma manutenção e até mesmo criação de novos postos de trabalho. (GASPARIN, 2011)

A inflação correu solta no país com o aumento dos preços, porém houve também a chamada inflação de demanda, que se trata numa busca por compra de produtos existentes no mercado, trazendo consigo a oferta e demanda, no sentido de pouca oferta e muita demanda, conseqüentemente encarecendo os preços. Podemos então deduzir que a inflação não está atrelada diretamente à crise, mas sim a esse acontecimento. (GASPARIN, 2011)

Segundo o estudo realizado pela Fundação Getulio Vargas (FGV), entre os anos de 2011 a 2020 a atividade de recuperação da economia foi interrompida, com o principal impacto sendo visto na taxa Selic, que a partir das decisões do Banco Central de manter a taxa Selic no mesmo patamar devido a estagnação da economia. (FERRARI, 2019)

Ressalta Roque Pellizzaro Junior, presidente do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), a reforma da previdência é extremamente necessária para incentivar e capacitar investimentos na área da produção e trazer um equilíbrio nas contas públicas, pois segue no vermelho desde o ano de 2014. Ferrari (2019)

Para o crescimento saudável da economia de uma nação, são fatores importantes o crescimento econômico sendo as exportações/importações, consumo/gasto, da demanda do consumo de um país. Quando vemos uma exportação significativa das exportações, deduzimos que o mercado interno foi adequadamente atendido, e com isso, podendo abrir oportunidade para os estrangeiros, gerando renda nacional e contribuindo para o ingresso das dívida estrangeiras. Porém, a importação diminuir a renda nacional por conta do consumo interno de produtos não fabricados nacionalmente, seja por falta de tecnologia ou insumos (GARCIA, 2019).

A era dos anos 2000

O Brasil nos anos 2000 se intensificou no comercio nacional, conforme dizia Pinheiro, Markwald e Pereira (2002): “Em 2000, essa participação era de apenas 0,87% do total, comparada a um pico no século 20 de 2,2% em 1952, quando os preços do café cresceram espetacularmente”.

A exportação de produtos básicos sofreu uma queda dos anos 80 para os 90, com o cenário apenas se revertendo a partir do ano 2000, onde teve uma trajetória ascendente até 2018, tendo sua participação em torno de 32% (GARCIA, 2019).

As expressões mais visíveis são reportadas a partir do ano de 2008, quando o país alavancou sua bolsa comercial, atingindo em 2011 US \$256 bilhões de exportação e cerca de US \$226 bilhões de importação, já em 2014 houve um déficit de US \$4 bilhões. Esse fator se dá a compras realizadas fora do país, que a partir desse corrente ano só evoluíram. (GARCIA, 2019).

Entre meados de 2001 a 2012, o real foi de certa forma valorizado muito pelos produtos básicos que dentre esse período só aumentavam sua circulação. Porém a partir das últimas décadas produtos importados de sua maioria da China, que de certa forma apresentou pressão até mesmo em cima de commodities internacionais (GARCIA, 2019).

Essa pressão por fim manteve a balança comercial brasileira de certa forma equilibrada, porém esse processo acabou dificultando a exportação de alguns setores da economia, como por exemplo produtos industrializados e manufaturados, já que são mais sensíveis às variações do câmbio mundial (GARCIA, 2019).

A tecnologia de comunicação internacional trouxe uma facilidade tanto em comunicação quanto na comercialização que impulsionou e abriu fronteiras de qualquer distância ou país tanto de origem quanto remitente (SANTANDER, 2021).

O mercado internacional apresenta uma alta atratividade referente ao dólar, isso pode levar empresas a abrirem seu capital para a exportação e isso é uma evolução normal, porém complexa e ímpar, envolvendo vasto detalhes e estudo para que não sejam cometido equívocos ou erros, sendo necessário buscar profissionais com experiência e certificados que os garantem capazes de executar tais artifícios. (FACINI, 2022)

Os procedimentos necessários para exportação

Quando se fala sobre exportação, a impressão que nos passa e que algo muito complicado e burocrático, e se certa maneira realmente é, mas hoje com a globalização possui diversas empresas que trabalham para que esse processo seja mais fácil. E nos dias atuais com o grande crescimento da exportação, torna o mercado mais competitivo exige que a empresa possui esse diferencial, além de precisar ficar atento às novas leis governamentais (ALONG,2019).

Mas quando se trata de exportação, um questionário surge, quais são os documentos necessários para esse processo? A parte documental é extremamente importante e esse processo precisa ocorrer de acordo com os trâmites aduaneiros (REMESSA ONLINE,2020).

Possuir a documentação certa e em dia evita conflito durante o trâmite. Esse processo ocorre por etapas, e todas elas são extremamente pertinentes em razão da legislação e segurança da carga, com a finalidade de assegurar a eficiência da exportação (SPRENGER,2022).

Mas porque devemos saber sobre essas documentações? Expandir o mercado é um anseio de muitas empresas e pessoas que empreendem, e por meio disso a obrigatoriedade com a documentação evita burocracia como atraso e prejuízo na hora de exportar, inclusive uma boa organização demonstra comprometimento do cliente diante de outros países. (SPRENGER,2022)

Os principais documentos são: Fatura Pro forma ou Proforma Invoice uma declaração da negociação do produto que será exportado, onde será detalhado o acordo feito entre exportador e importador, tratando de informações específicas referente a compra. Esse documento nada mais é que manifestar toda a negociação feita entre ambas as partes, criando a licença de importação, sendo usado regularmente para concretizar a confirmação da compra. É parecido com fatura comercial, entretanto contendo vários aspectos de um orçamento, não sendo exigido pagamento do comprador. Precisa ser emitida no idioma de origem ou em inglês. Sendo válido para embarque e remessa ao vendedor (SEBRAE,2022; SPRENGER,2022).

O segundo processo é Fatura Comercial ou Commercial Invoice. É um certificado que aponta a atividade realizada de compra e venda entre ambas as partes, sua utilidade se assemelha a uma nota fiscal, sendo válida desde a saída da mercadoria de seu local de origem. Sendo um documento obrigatório é indispensável, tornando algo exigido pelas autoridades alfandegárias, também pode sofrer interferência de leis internacionais. (SEBRAE,2022; SPRENGER,2022).

Em sequência possui o Romaneio de Carga também conhecido como Packing List é um documento usado para embarque, contendo toda a descrição da mercadoria vendida e que será embarcada, descrevendo todos os componentes ou partes quando houver caso de carga fracionada. Serve para melhorar e agilizar a identificação e conferência dos produtos contidos no lote. (SEBRAE,2022; SPRENGER,2022).

Além do documento citado anteriormente tem a Nota Fiscal de Exportação, usada para na movimentação dos produtos exportados, é extremamente importante e que precisa ser emitida com bastante cautela, pois se encontrado qualquer tipo de erro nela pode causar grandes prejuízos. Contém em sua descrição todas as informações do produto, podendo desta maneira circular todo o trajeto percorrido desde o país de origem até seu destino final, utilizado também no despacho aduaneiro até antes do embarque.(SEBRAE,2022; SPRENGER,2022)

O RE - Registro de Exportação, é feito após a emissão da Nota Fiscal, também sendo usada para acompanhar a mercadoria a partir do momento em que sai do estabelecimento até a liberação efetiva da Receita Federal do Brasil (RFB). Diferente da nota fiscal, o RE é necessário somente para acompanhar o produto durante o trânsito interno.(SEBRAE,2022; SPRENGER,2022)

O CE Comprovante de Exportação, emitido pela Receita Federal do Brasil, como o próprio nome diz, é um comprovante do embarque da mercadoria e a DU-E (documento eletrônico) é um documento que compõe os dados de natureza aduaneira, também contém informações administrativa, comercial, financeira, tributária, fiscal e logística, que identifica a operação de exportação da mercadoria, definindo o enquadramento da operação, sendo uma base para o despacho aduaneiro.(SEBRAE,2022; SPRENGER,2022)

O Conhecimento de Embarque é muito importante no Comércio Exterior, declara a posse da mercadoria, utilizada para outras funções. Emitido pela empresa responsável pelo transporte da mercadoria, usada para oficializar a contratação do transporte internacional, confirmando assim a chegada da carga na origem. Este documento possui nomeações conforme o meio de transporte utilizado, alguns exemplos são: Air Waybill (AWB) e Bill of Lading (BL ou B/L). (SEBRAE,2022; SPRENGER,2022)

Para a segurança da mercadoria exportada é necessário fazer a Apólices de Seguro para Transportes, protegendo assim o transportador de imprevistos durante o trajeto, como por exemplo um roubo ou acidente. Serve também para cobrir possíveis danos e prejuízos causados à carga transportadora.(SEBRAE,2022; SPRENGER,2022)

Procedimentos metodológicos

A metodologia empregada para a realização da pesquisa descritiva e do estudo do caso teve como abordagem qualitativa, baseando-se em estudos já publicados e formatos de livro e publicações na internet, descrevendo fatos reais baseados no depoimento que servem de base para a criação do conteúdo em questão (TUMELERO, 2019).

A pesquisa foi realizada no período de 03/08/2022 a 23/11/2022 com "Jéssica" de nome fictício, consultora em exportação, a qual teve a coleta de dados a partir de questionário, este enviado pelo whatsapp referente a exportação e importação nas micro e pequenas empresas, e assim realizada análise de conteúdo das mesmas.

A base para as perguntas foi retirada do artigo "O desafio Exportador - Dificuldades de Inserção de Micro e Pequenas Empresa Porto - Alegrenses no comércio Internacional", do autor William Rudy Steigleder Herrera no ano de 2010.

Assim, a população da pesquisa seria a consultoria na área de exportação e importação, justamente o tema da pesquisa, a qual tem como amostra a própria Jessica, por ser a consultora respondente dentro da população.

Apresentação e análise dos resultados

A fim de compreender como funciona o processo de importação e exportação nas micro e pequenas empresas, foi realizado o questionário voltado a salientar como acontece os procedimentos utilizados, quais benefícios e dificuldades encontradas, além de ressaltar como programas auxiliam as empresas entrarem no mercado exterior.

Desta forma o primeiro questionário realizado para Jessica foi referente a motivação de uma empresa começar com processos de importação e exportação e assim obtivemos a seguinte resposta " Exportar é primeiramente a vontade de querer começar um processo né, depois a busca por informação, a busca por comprador, a busca pelo que ela deve alterar no seu processo/no seu produto, o que ela vai fazer ao longo do caminho, mas primeiramente ela tem que ter a vontade e interesse em começar. Exportar nem sempre ela tem que tá vendendo para o mercado interno, digamos assim, vender para o Brasil inteiro, não, se ela quer começar [...] exportando, tudo bem, ela vai conseguir, só que ela tem que ir atrás, atrás informação, tem que estar ciente que vai ter que fazer adaptação da empresa no produto para conseguir conquistar o mercado externo. Se ela quer importar, também! ela tem que ter a vontade de buscar por vendedores internacionais. Existem diversos meios para chegar lá, mas demanda tempo, demanda pesquisa, demanda vontade né. Uma coisa que a gente

sempre fala e ensina bastante empresas a exportar e a gente sempre começa dizendo “Oh precisa ter vontade né, isso não cai do céu”. É muito raro um caso de uma empresa que nunca exportou, nunca escutou ou viu falar, nunca obteve informações sobre né de repente cai do céu alguém que queira comprar né seus produtos da exportação, É muito raro, mas acontece mas quem é pequena ou média empresa e quer começar esse ramo ela vai conseguir sim mas tem que ir atrás.

Conforme o Departamento de Promoção Comercial e Investimentos (DPR) do Ministério das Relações Exteriores (2011), a exportação é de suma importância perante a um mercado cada vez mais globalizado, pois assim as empresas buscam maior capacitação tanto no mercado interno quanto externo. Mas para que alcancem realmente o sucesso é necessário se basear em três principais fatores, sendo eles a participação em feiras e missões comerciais, a perseverança e a percepção a longo prazo.

Desta forma o próximo questionamento foi referente aos benefícios para uma empresa que abrange no seu processo a exportação e importação, para avaliar se toda persistência e busca por informação é realmente válida e assim Jessica salienta: “Benefícios desse processo são vários também, ela consegue exportando [...] ser mais competitiva, onde ela pode demonstrar para outros no mercado interno que ela é uma empresa exportadora, isso aumenta a visibilidade dela. Ela consegue às vezes vender lotes maiores para fora claro depende do produto ela consegue fazer pedidos por contrato e vendas [...] regidos com leis mais rígidas né, ela consegue às vezes clientes que vão comprar com mais frequência dela, então ela garante mais estabilidade no seu negócio né, vendas recorrentes, ela vai conseguir receber normalmente mais, porque vai receber em dólar, claro que existe variação de câmbio, mas ela sempre vai conseguir fazer um valor maior [...] ela vai ter que conseguir fazer um preço bom né para o mercado externo e recebemos um valor maior do que ela responde aqui no mercado interno [...]. Quando você vai para o mercado externo você acaba adaptando seus produtos né conforme exigências de outros países e dessa forma também para adquirir conhecimento e melhorar os produtos também para venda interna então são diversos pontos que ela se beneficia .”

Jessica ressalta também: “No caso da importação ela vai se beneficiar de produtos às vezes matéria-prima ou às vezes importa só um pedaço do que vai produzir então vai encontrar matéria-prima que aqui no Brasil tem ou aqui no mercado interno é oferecido a um custo mais alto né muitas empresas que trabalham com produtos importados, mas as

vezes fazendo importação direta consegue obter um custo menor do que a importação indireta, então ela vai agregando valor ao seu produto comprando né materiais matéria-prima que vão melhorar cada vez o desempenho e elaboração de seu produto.”

Exportar os produtos da empresa se torna algo benéfico para as empresas pois deixa de depender somente do mercado interno, assim trazendo maior flexibilidade para a organização. Assim, se o país estiver enfrentando alguma crise, a empresa adquire certa estabilidade vendendo para fora (GRUPO SERPA, 2020).

Vale ressaltar que a qualidade do produto oferecido aumenta, pois é necessário estar dentro de um padrão para poder vender para outro país. Outro benefício seria receber em outra moeda, podendo estabelecer um preço melhor e assim gerar maior estabilidade para lidar com mudanças no câmbio (GRUPO SERPA, 2020).

Posteriormente foi abordado se as micro e pequenas empresas têm potencial para adquirir uma cultura de exportação e assim Jessica ressalta: “ Sim, com certeza não existe tamanho de empresa para começar a exportação. Inclusive MEI também pode exportar. Existe apenas a dificuldade no enquadramento tributário. Pro MEI tem um certo limite e normalmente quando você vai fazer exportação. Você tem a tendência de aumentar seu volume de venda. Então um MEI ou até uma pequena empresa, uma micro empresa, ela vai num certo momento, atingir seu seu limite tributário. Então não existe tamanho de empresa para começar a exportar [...] existe apenas a vontade do empresário em querer começar a exportar e buscar por informação, buscar por conhecimento para conseguir fazer isso da forma correta.”

Foi realizada a seguinte pergunta à consultora: Como você vê os planos futuros das micro e pequenas empresas em relação à exportação e importação? “Eu vejo que pequena e média empresa com certeza é uma tendência que cada vez mais pequenas e médias empresas comecem a fazer processo de exportação. Hoje ainda muitas empresas não têm conhecimento, mas cada vez mais os empresários estão mostrando interesse e querem começar a fazer exportação, justamente porque cada vez mais começam a conhecer os benefícios de fazer exportação. Então, sim, é uma tendência muito grande, cada vez mais empresas pequenas comecem. E também as informações se difundirem cada vez mais rápido”.

Com relação às dificuldades encontradas no processo e aos pontos a serem seguidos para realizar a exportação, Jessica expõe: “Essa pode ser uma resposta extensa, porque

assim, há dificuldades no processo. Uma delas é a busca por informação. Por isso é preciso muita vontade e demanda de tempo para conseguir encontrar todas as informações necessárias. Dificuldade? Acho que a maior delas é que cada país tem a sua legislação. Não existe um país igual ao outro, pois cada governo cria suas regras, tanto internas quanto para assuntos externos. Então, encontrar essas informações em outro país às vezes é um pouco burocrático. Existem diversas plataformas, inclusive no nosso governo, que nos auxiliam muito quando a gente quer começar a exportar, né? Mas tem muita informação que a gente só encontra lá no mercado externo mesmo, lá no país onde a gente quer exportar. Aí que demanda de tempo, né? A dificuldade também é linguística. Você dificilmente vai encontrar informação na nossa língua. Então tem que conhecer um pouquinho da língua do país que você está querendo exportar. Existe dificuldade de que às vezes existem barreiras limitantes, às vezes barreiras tarifárias, barreiras sanitárias. Dependendo do produto, barreiras, às vezes logísticas, barreiras comerciais mesmo quando no nosso país não tem acordos com os outros países. Então são diversos pontos que têm que ser verificados antes. Por isso. Demanda de tempo e de estudo do empresário. Não é todo produto que pode ir para qualquer lugar do mundo. O Brasil também coloca regras, algumas regras que impedem alguns produtos de sair do nosso país, porque protege. E assim como nosso país protege o nosso mercado interno, os demais países também vão proteger o deles. Então ali que começam as barreiras, mas tudo demanda informação. O nosso país hoje tem acordos, mantém acordos com diversos países, o que facilita e beneficia muitas exportações brasileiras, mas demanda dessa busca para encontrar quais são todos, todos os empecilhos. E também cada produto. Não existe uma regra, sempre tem que consultar cada produto, cada destino. Tudo o que vai interferir no meio do trajeto.”

Expandir o mercado é um anseio de muitas empresas e pessoas que empreendem, juntamente a isso vem a obrigatoriedade com a documentação e legislação a qual o país exige, sendo uma das maiores dificuldades encontradas pelas empresas, ter as mesmas em dia evita maiores burocracia como atraso e prejuízo na hora de exportar, inclusive uma boa organização demonstra comprometimento do cliente diante de outros países. (SPRENGER,2022)

No que diz respeito ao processo de exportação em Grandes e Pequenas empresas, foi questionado se possui alguma diferenciação dos processos por conta de seu porte, assim a consultora revela: “Diferenças no processo de exportação entre uma grande e pequena

empresa, não existe diferença no processo. No processo, o processo de exportação é igual, seja para uma micro empresa média, empresa, grande empresa. O processo não muda. O que pode mudar internamente na empresa? O que pode ser diferente entre uma e outra? Às vezes, uma pequena empresa vai ter que contratar alguém externo para fazer o processo por ela não ter pessoal habilitado, pessoal com conhecimento. Então, às vezes ela vai ter que contratar alguém externo que faça em uma grande empresa. Normalmente ela já tem um setor próprio para isso, com pessoas que já entendem do processo e vão fazer isso com mais rapidez. A única coisa que diferencia o que eu vejo de diferença, mas no processo em si de exportação, os trâmites burocráticos, enfim, papelada. Não tem diferença”.

Procurar ajuda para realizar a exportação acaba sendo um método mais rápido e eficaz pois além de realizar a contratação de quem já lida com isso no seu dia a dia, poupatempo do empresário que busca pela informação e legislação necessária para se adquirir perante ao mercado (SANTANDER, 2022)

No que tange o processo de Exportação/ importação , é nítido que possui várias burocracias. Diante disso, Jessica fala sobre as dificuldades encontradas pelas empresas para sanar suas dúvidas, assim citando programas e entidades auxiliares no processo de exportação: “E sim, o nosso país mantém diversos programas para poder ajudar as empresas a exportar. Pois é, o próprio país mesmo quer melhorar a sua política externa e quer melhorar a visão do Brasil lá fora. Quer melhorar a nossa balança comercial, principalmente. O nosso setor nacional é a Agência Nacional de Promoção, Exportação é a Apex-Brasil. Ela é mantida terceirizada, mas mantida em partes pelo próprio governo federal para justamente promover a indústria nacional, tanto de bens quanto de serviço, assim como promover investimentos externos e atrair investimentos para o país. Então, essa é a nossa principal agência que auxilia as empresas a começar a exportar ou a se internacionalizar ou a trazer investimentos para cá. Dentro da Apex mesmo existe o PEIEX, que é o programa de qualificação para exportação, que é justamente para pequenas e médias empresas aprenderem o processo de exportação. É um programa bem bacana que pode ser oferecido. É um programa gratuito. Existem outras outras entidades, como o Sebrae, que também é nacional e também é uma entidade do sistema S e que também tem programas bem legais também para internacionalizar empresas e que promovem diversos eventos também na área. Ambos fazem diversas participações em feiras nacionais e internacionais para promover os produtos brasileiros, além também de trilhas de exportação mesmo, para

promover as empresas e outras entidades que ajudam também nesses processos são as federações da indústria dentro dos estados. Aqui no nosso estado, por exemplo, é a Fiesc, que também tem um setor específico. Dessa forma, cada estado tem o seu, Então são ali então já três entidades que auxiliam as empresas que querem começar a exportar. Então, principalmente pequenas e médias empresas estão sempre “essas” entidades preparadas para para quem quer começar algum processo de exportação e importação. E dentro deles também diversos outros serviços para quem já exporta”.

Existem diversos programas que auxiliam as empresas no processo de exportação/ importação principalmente aquelas que estão começando e não tem muito conhecimento referente ao tema, assim o PEIEX tem profissionais especialistas na área que orientam estas empresas a como começar, quais procedimentos, viabilidade do mesmo (APEX- BRASIL, 2022).

O Sebrae é outra plataforma onde é oferecido cursos a fim de auxiliar os gestores a realizar o processo de importação e exportação das empresas, além disso tem vários estudos no site que o empresário pode estar acompanhando para sanar dúvidas referente ao tema (SEBRAE, 2022)

Dentre os sistemas e entidades citadas acima, a consultora em exportação relata como esses programas podem contribuir efetivamente com o estímulo para as exportações de micro e pequenas empresas: “Já citei um pouco noutra resposta, mas elas ajudam dessa forma, fornecendo diversos produtos. Eles chamam de produtos, né? Por exemplo, participação em feira internacional. Então eles promovem algumas feiras, ajudam, participam da promoção de feiras internacionais e levam algumas empresas com elas. Então auxiliam no processo de elaboração do estande, dão as diretrizes de como participar nas feiras.”

“Além das feiras, também promovem rodadas de negócios. Todas essas entidades fazem fazem isso. Existe a diferença que dentro da Apex-Brasil o serviço, por exemplo, é gratuito e outros serviços também. Eles mantêm outras entidades, outros programas facilitadores. Muitas coisas acontecem gratuitamente. No Sebrae existe um rateio de custos entre governo e empresário e Fiesc da mesma forma. Mas por ser dentro do sistema S, o custo é bem reduzido. Existem muitas entidades particulares que também fazem rodadas de negócios, por exemplo, mas há um custo mais elevado. Então, essas entidades, por serem também partes financiadas pelo governo, elas conseguem fazer a um custo bem mais

reduzido para as entidades. Rodadas de comprador, vendedor, enfim, onde se trazem empresas internacionais para o nosso país e daí acontecem rodadas de negócios. Que mais missões empresariais que vão para fora do país, essas normalmente feitas também com o governo, junto com embaixadas, enfim. Dessa maneira, aproximando o comprador, o vendedor brasileiro, com o comprador internacional. Além de outros sistemas que essas próprias entidades mantêm de acesso à informação dentro do site de cada uma delas, vocês vão conseguir buscar algumas, alguns links que conseguem, que vocês vão ver que são específicos para quem está exportando. Então, para ter o acesso à informação de começar e para quem quer começar a exportar dentro dos próprios sites, vão encontrar muitas plataformas que vão ajudar nesse processo inicial da empresa. E esses e essas plataformas, quem mantém, quem gere esses dados, enfim, são as próprias entidades. Então, às vezes, com estudos de mercado, elas elaboram também. Então é sempre uma equipe envolvida e que trazem um estudo bem completo sobre cada mercado. Caso alguém queira, quer exportar para os Estados Unidos o que eu sei nos Estados Unidos para exportar o meu produto em específico. Então, às vezes essas entidades estão fazendo estudos específicos para auxiliar os empresários a conseguir acessar aquele mercado de uma forma mais fácil”.

Ao ser questionada sobre a adequação dos produtos às exigências do mercado externo, Jessica afirmou: "A adequação de produtos para o mercado externo é muito importante e é por isso que vem lendo desde lá do início a resposta. Isso precisa ser estudado. precisa ser estudado precisa ser analisado antes. Como acessar esse mercado é uma das exigências, às vezes readequação de embalagem. Então isso é um item muito importante no processo. Às vezes, um produto precisa de uma adequação muito grande e demanda de um investimento muito grande e tornar esse processo inviável. Vamos dar um exemplo. Bebida. Digamos que vamos vender uma bebida alcoólica ou uma cachaça, por exemplo, ou qualquer item assim. Nem sempre a empresa tem uma garrafa aceita naquele mercado e quando ela quer fazer uma garrafa nova, ela vai precisar comprar essa garrafa de algum lugar ou mandar fazer, mas nem sempre fazer uma garrafa nova. Às vezes ela quer fazer algo muito exclusivo. Nem sempre ela vai conseguir isso tão fácil, pois garrafas demandam de moldes e moldes são caros. Então, às vezes uma pequena empresa não vai estar disposta a comprar um molde para fazer aquela garrafa. Então tudo tem que ser analisado com antecedência e não, nem sempre o produto do jeito que ele é feito aqui no Brasil, ele vai poder entrar no mercado externo. Então isso tudo tem que ser pesquisado

antes e ver o que aquele produto aceita. Assim como embalagens secundárias, tipo a embalagem que vai logo ao redor do produto, por exemplo, ele precisa às vezes ter especificações muito claras e conforme leis e regras, enfim, que regem naquele país. Então, do jeito que nós temos, às vezes não dá a mesma coisa da língua, né? A nossa embalagem aqui está em português, mas você vai mandar para um outro país ou mandar para a Itália, por exemplo. Não pode chegar lá em português. Ela tem que estar na língua daquele país, o que vai demandar, dependendo do tipo de embalagem que é usada. Às vezes ela precisa fazer muitas unidades para compensar o custo e fazer alterações disso tudo. Ela tem que ter uma venda às vezes já garantida para compensar o custo dessa alteração de embalagem. Existe também a embalagem terciária, que é aquela que vai por fora de tudo, por exemplo, por embalagem, papelão ou politizados, né? Isso também tem que adequar. Também é diferente, né? Para a maioria dos casos, commodity é diferente. Não existe essa questão de embalagem, mas a micro e pequena empresa não vamos falar de commodity, né? Então normalmente vai ter uma embalagem e ela vai ter que ser adequada sim, se não, ela não entra. Isso, inclusive, é um item que normalmente ela passa por fiscalização quando chega no outro país, às vezes até mesmo antes de ir. Então, se ela não está adequada àquele país, ela simplesmente vai ser barrada, não vai entrar. Aí gera multa e gera transtorno de ter que voltar a mercadoria ou ter que eliminar a mercadoria lá por ser inviável o retorno. Então tem que sim, ser bem, bem cuidadoso quanto a esse critério”

Para uma empresa poder exportar seus produtos, ela precisa estar dentro das normas exigidas pelo país que irá receber a mercadoria, então é necessário atender a qualidade exigida, as condições de transporte da carga até o destino, ter a documentação correta, a fim de agregar valor e se destacar dos concorrentes no mercado externo (GOV, 2022)

A fim de entender como as empresas estão em relação ao acesso à informação , Jessica foi questionada se as micro e pequenas empresas têm conhecimento da logística do mercado, ou seja, das formas de armazenagem, despacho e transporte dos produtos para exportação , assim ela ressaltou que: “Isso varia bastante de empresa para empresa. Difícil a gente julgar assim o conhecimento de cada uma delas. Logística interna. A maioria já conhece a logística para ir para fora do país. Difícilmente alguém vai conhecer. Quem nunca? Quem nunca exportou? Mas hoje em dia existem tantas empresas que fazem isso que com o tempo ela vai adquirindo esse conhecimento, assim como todas as outras etapas. E cada

uma tem o seu processo. Algumas vão precisar de armazenagem, outras não. Vai variar muito de produto para produto também. O que ela vai precisar conhecer tudo nessa questão logística. Mas hoje em dia não faltam empresas no Brasil também para atender essas demandas”.

Com relação a consultoria que a Jessica dá às empresas, foi perguntado sobre o tipo de capacitação que ela julga ser necessário receber antes de começar o processo: “Assim, quando a gente chega na empresa, a gente faz sim uma análise do que ela já sabe e o que falta. Mas ela precisa sim conhecer diversas, diversas coisinhas antes de ter de começar a exportar, por exemplo, ela precisa conhecer muito bem o seu próprio produto, o que ela vai ter que adequar, ou seja, formar o seu preço, vai envolver também conhecer o que ela vai precisar adequar no produto para poder formar um preço adequado. Ela vai ter que também aprender sobre câmbio, formas de pagamento, como é que os bancos funcionam ou outras entidades financeiras que podem auxiliar ela nesse processo financeiro. Ela precisa sim entender de burocracias e regras para essas barreiras comerciais, né? Para chegar lá fora, ela vai ter que estudar isso também. Vai ter que estudar a logística internacional. Que mais? Eu acho que esse é o principal, a questão do ou do produto para elaborar o preço dela para ela ter o poder de barganha. A logística é a parte financeira, né? Existem também questões tributárias aí que ela depois, conforme o enquadramento dela, que ela também vai ter, que, junto com o contador, enfim, entender melhor essa parte. E ela também vai ter que verificar se ela está pronta para fazer ela mesma o processo, ou seja, com seus próprios funcionários, enfim, com o que ela já tem ou se ela vai contratar uma empresa externa para fazer o processo, então vai ter que estudar como que ela vai fazer, porque ela pode sim contratar alguém terceirizado, ou fazer direto ou fazer indireto exportação. Ela também pode tomar essa e fazer essa análise para tomar essa decisão”.

De acordo com os obstáculos encontrados no processo de exportação, a consultora ressalta que tem haver mais com o ambiente externo da empresa do que o interno: “Os maiores obstáculos estão sim fora da empresa, por existir muita informação que ela precisa descobrir, precisa ir atrás, pois cada mercado vai ter regras e exigências diferentes. Então, se hoje ela tem interesse em exportar para o Paraguai e vai fazer as adequações para lá, é uma situação, mas ela vai querer para os Estados Unidos as regras vão ser bem diferentes, a logística vai ser bem diferente. Então, acredito que essas são as maiores dificuldades, os obstáculos que ela vai encontrar, que são a parte externa. Dentro da empresa existem sim

algumas dificuldades que podem existir às vezes, principalmente na cultura e na cultura da empresa dela adequar um pouco ou fazer algumas modificações na empresa para conseguir mesmo exportar. Mas isso é uma coisa mais fácil de fazer e de resolver se ela realmente quer exportar. Mais obstáculos de verdade mesmo ela vai encontrar lá fora e muitas vezes, inclusive, obstáculos na negociação. Na questão cultural, são diversos pontinhos que ela vai ter que ir olhando e cada um vai ser um obstáculo. Mas ela tem que querer mesmo exportar para conseguir”.

Como já salientado acima, para que uma empresa possa exportar seus produtos ela precisa se adequar às exigências dos outros países, respeitando suas regras e cultura estes que mudam de país para país (GOV, 2022).

Considerações Finais

O objetivo deste trabalho é demonstrar os principais pontos que as ME e EPP precisam levar em conta na hora de pensar em exportar, também citamos alguns fatores identificados que dificultam nesse processo sendo esses obstáculos gerado por política de câmbio, burocracia durante o processo também problemas de infra-estrutura, bem como a documentação necessária, como citado durante o trabalho o descuido pode gerar várias consequência desse atraso na entrega a perda do produto.

A motivação leva pequenos empresários junto com suas empresas a exportarem, pois como já foi referido, exportação é uma evolução natural de uma empresa saudável, expandir seu comércio de nacional para internacional é almejado por quase todas as empresas, exceto empresas que não conhecem ou desacreditam de seu potencial ou capacidade.

O acesso cada vez maior ao mundo global, traz mais e mais empresas a um comércio lucrativo dominado pelo dólar, que por sua vez é uma das moedas mais valorizadas e o carro chefe da economia global, com essa capacitação acabando com barreiras econômicas e maior lucratividade nas empresas.

Programas de franquias e implementação massiva de sua marca no mercado é fundamental para sua sobrevivência, criando um comércio justo e sustentável em volta do negócio, criando estruturas no longo prazo e consolidando novas práticas globais adquiridas por experiência.

O espaço que micro e pequenas empresas ocupam no cenário mundial cresce a cada dia, com novas marcas desafiando as gigantes em todos os aspectos, criando assim mais opções para o consumidor e competitividade do mercado.

Para compreender mais sobre o processo foi feito uma pesquisa, que proporcionou uma visão maior do processo, e também entender que para estar exportando o empreendedor ou sócios de uma empresa precisa tem bastante vontade e possuir demanda para suprir a necessidade do mercado, outro ponto importante frisar que por ser um processo tanto quanto burocrático precisa analisar bastante as legião de cada país, pois possui diversas regrinhas que diferem de um país e outro, essas informações muitas vez não são fáceis de encontrar criando assim receio de exportar. Uma frase que diz que as portadoras continuaram como referência no mercado de PEIEX cativa bastante para as novas empresas que estão adentrando esse novo mercado, possibilitando que as empresas verificam qual a necessidade do mercado e se a empresa está preparada para essa nova etapa.

Como bem sabemos a Pandemia da Covid19, nós mostramos que as empresas precisam estar preparadas para tudo, e principalmente para exportar, hoje existe diverso e commerce sendo aberto para atender a demanda do mercado interno futuramente essa demando deve se expandir para o externo também

O trabalho proporcionou uma grande experiência dando oportunidade de conhecer o mercado exterior e perceber que não é simplesmente tem uma ideia de adentrar no mercado, precisa seguir processo muitas a empresa precisa buscar alguém de fora do seu quadro de funcionário para acompanhar e ensinar todo o transcurso, gerando assim custo a empresa.

Referências

- APEX-BRASIL. **Qualifique sua empresa Peiex**. 2022. Disponível em: <https://portal.apexbrasil.com.br/qualifique-sua-empresa-peiox/>. Acesso em: 20 nov. 2022.
- DOITYTEAM. **Saiba quais são os principais métodos de pesquisa**. 2022. Disponível em: <https://doity.com.br/blog/metodos-de-pesquisa/>. Acesso em: 10 ago. 2022.
- DPR, Departamento de Promoção Comercial e Investimentos do Ministério das Relações Exteriores. **Exportação Passo a Passo**. 2011. Disponível em:

<http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/manuais/PUBExportPassoPasso2012.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2022.

FACINI, Heitor. **O que é exportação? Descubra tudo o que você precisa saber.** 2022.

Disponível em:

<https://blog.logcomex.com/exportacao/#:~:text=Exporta%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A9%20o%20processo%20de,economia%20brasileira%20e%20rela%C3%A7%C3%B5es%20internacionais..> Acesso em: 20 nov. 2022.

FERRARI, Hamilton. **2011 a 2020: a pior década da história da economia brasileira em 120 anos.** 2019. Disponível em:

https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2019/06/23/internas_economia,764945/2011-a-2020-a-pior-decada-da-historia-da-economia-brasileira-em-120-a.shtml.

Acesso em: 20 nov. 2022.

GASPARIN, Gabriela. **Entenda como a crise de 2008 influenciou a vida dos brasileiros. 2011.**

Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2011/09/entenda-como-crise-de-2008-influenciou-vida-dos-brasileiros.html>. Acesso em: 20 nov. 2022.

GOV.BR. **Adequando os Produtos.** 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/siscomex/pt-br/servicos/aprendendo-a-exportar/identificando-mercados-1/adequando-os-produtos>.

Acesso em: 20 nov. 2022.

HERRERA, William Rudy Steigleder. **O DESAFIO EXPORTADOR - DIFICULDADES DE INSERÇÃO DE MICROS E PEQUENAS EMPRESAS PORTO-ALEGRENSES NO COMÉRCIO INTERNACIONAL.** 2010. Disponível em:

<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/29750/000779057.pdf?sequence=1>.

Acesso em: 10 ago. 2022.

KEEDI, Samir. **ABC do Comércio Exterior: Abrindo as Primeiras Páginas.** 2017. Disponível em: <https://ler.amazon.com.br/kp/embed?linkCode=kpd&asin=B075LQJ2PY&tag=ler-livros-20&amazonDeviceType=A2CLFWBIMVSE9N&from=Bookcard&preview=newtab&reshareId=Q6891R85J27EFPNDPSSZ&reshareChannel=system>. Acesso em: 29 ago. 2022.

MANFRÉ, Maurício. **Manual de Gestão do Comércio Internacional Fundamentos, Estratégia & Ações.** 2009. Disponível em:

<https://www.funcex.org.br/material/estudos/MGCIMManfre.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2022.

- REUTERS, Thompson. **Módulo de Exportação**. 2022. Disponível em:
<https://www.thomsonreuters.com.br/pt/tax-accounting/comercio-exterior/blog/veja-as-principais-tendencias-de-comercio-exterior.html>. Acesso em: 20 nov. 2022.
- SANTANDER. **Descubra o que é consultoria em exportação e as vantagens de utilizá-la**. 2021. Disponível em:
<https://santandernegocioseempresas.com.br/conhecimento/internacionalizacao/consultoria-em-exportacao/#:~:text=A%20consultoria%20orienta%20o%20empres%C3%A1rio,c%C3%A1lcu%20de%20convers%C3%A3o%20de%20moeda>. Acesso em: 20 nov. 2022.
- SEBRAE. **AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS: 2009-2016 ESTADOS**. 2017. Disponível em:
[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f3e98ebcf879867c722e7b742dacb0ea/\\$File/7854.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f3e98ebcf879867c722e7b742dacb0ea/$File/7854.pdf). Acesso em: 10 ago. 2022.
- SEBRAE. **Documentos necessários para a empresa que deseja exportar**. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/documentos-necessarios-para-a%20empresa-que-deseja-exportar,56699e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 20 nov. 2022.
- SEBRAE. **Exportar: sua empresa também pode**. 2022. Disponível em:
<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/exportar-sua-empresa-tambem-pode,fbe0b8a6a28bb610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 20 nov. 2022.
- SPRENGER, Leandro. **Conheça os documentos de exportação**. 2022. Disponível em:
<https://www.fazcomex.com.br/npe/documentos-de-exportacao/>. Acesso em: 20 nov. 2022.
- WATSON, Andréa Saldanha da Gama. **O BRASIL E AS RESTRIÇÕES ÀS EXPORTAÇÕES**. 2016. Disponível em: http://funag.gov.br/loja/download/1171-O-Brasil-e-as-restricoes-as-exportacoes_FINAL.pdf. Acesso em: 06 nov. 2022.