

BARREIRAS DO COMÉRCIO EXTERIOR PARA PEQUENOS NEGÓCIOS: Gerenciando Riscos e Maximizando Oportunidades no Mercado Global.¹

MANAGING RISKS AND MAXIMIZING OPPORTUNITIES IN THE GLOBAL MARKET: Gestionando Riesgos y Maximizando Oportunidades en el Mercado Global

Ádila Nayane Pereira Marinho ²

Jhafia Karina Souza dos Santos ³

Tharlisson Leandro dos Anjos Ferreira ⁴

Profº. João Conrado de Amorim Carvalho ⁵

RESUMO

O comércio exterior representa uma oportunidade significativa para pequenos negócios, mas também impõe diversas barreiras que podem dificultar a inserção no mercado global. Estaremos explorando as principais barreiras enfrentadas por pequenas empresas dentro do estado do Maranhão, incluindo questões regulatórias, falta de investidores, acesso escasso das informações de mercado e limitações financeiras. Além disso, discutiremos estratégias que auxiliem no gerenciamento dos riscos que os pequenos empreendedores maranhenses encontram ao se deparar no contexto do mercado exterior e das barreiras que este impõe, tendo como o objeto de estudo os povos quilombolas maranhenses e a comunidade periférica.

Palavras-chave: Barreiras; Investidores; Mercado; Quilombolas; Periferia.

ABSTRACT

International trade represents a significant opportunity for small businesses, but it also imposes various barriers that can hinder their entry into the global market. We will explore the main barriers faced by small businesses in the state of Maranhão, including regulatory issues, a lack of investors, limited access to market information, and financial constraints. Additionally, we will discuss strategies to help manage the risks that small entrepreneurs in Maranhão encounter when confronting the context of foreign markets and the barriers they impose, focusing on the quilombola communities of Maranhão and peripheral communities.

Keywords: Barriers, Investors, Market, Quilombolas, Periphery

RESUMEN

El comercio exterior representa una oportunidad significativa para pequeños negocios, pero también impone diversas barreras que pueden dificultar la inserción en el mercado global. Estaremos explorando las principales barreras enfrentadas por pequeñas empresas en el estado de Maranhão, incluyendo cuestiones regulatorias, falta de inversores, acceso limitado a la información del mercado y limitaciones financieras. Además, discutiremos estrategias que ayuden en la gestión de los riesgos que los pequeños emprendedores maranhenses encuentran al enfrentarse al contexto del mercado exterior y las barreras que este impone, teniendo como objeto de estudio a los pueblos quilombolas maranhenses y la comunidad periférica.

Palabras Clave: Barreras, Inversores, Mercado, Quilombolas, Periferia.

1. INTRODUÇÃO

O comércio exterior representa uma oportunidade estratégica para pequenos negócios em busca de expansão e diversificação. No entanto, a entrada em mercados internacionais é repleta de desafios que podem se transformar em barreiras significativas. Entre essas barreiras, destacam-se tarifas elevadas, regulamentações complexas, escassez de insumos, falta de mão-de-obra, problemas com a matéria prima e a intensa concorrência de grandes empresas já estabelecidas dentro do setor nacional. Além disso, os riscos econômicos e políticos, como a volatilidade cambial e instabilidades regionais, podem complicar ainda mais a jornada para o sucesso global dos pequenos empreendedores que ainda estão buscando meios para se estabelecerem no mercado. Neste contexto, é essencial que para que os pequenos empreendedores adotem abordagens proativas para gerenciar esses riscos, é necessário identificar e maximizar as oportunidades que surgem no cenário internacional, pois sem essa identificação, a jornada dos empresários pode se tornar um tanto longa e mais difícil.

Este artigo explora as principais barreiras enfrentadas por pequenos negócios no comércio interior maranhense e apresenta estratégias eficazes para superá-las, destacando a importância de uma pesquisa de mercado aprofundada, que traga à luz que, para se ter um negócio próspero, não é necessário métodos extremos e complexos, mas sim um método atual e fidedigno às demandas do mercado e que foque na inovação de produtos sustentáveis e no uso de tecnologias digitais para o alavancamento do negócio que está em crescimento. Ao entender e enfrentar esses desafios, pequenos negócios podem não apenas se adaptar, mas também prosperar em um ambiente competitivo e dinâmico, conquistando seu espaço no mercado global. É preciso também, saber como um bom gerenciamento de riscos é essencial para que o negócio não venha falir. Observando esses passos a seguir:

Pesquisa de Mercado: Conduzindo análises detalhadas para compreender as dinâmicas do mercado-alvo, incluindo tendências de consumo e regulamentações locais;

Diversificação: Explorando múltiplos mercados internacionais para reduzir a dependência de um único país, minimizando impactos negativos de crises locais;

Seguros e Contratos: Utilizando de seguros de crédito e instrumentos financeiros que protejam contra flutuações cambiais e outros riscos comerciais.

Para que o negócio possua uma boa infraestrutura interna é preciso saber maximizar oportunidades, para aproveitar as oportunidades do mercado global, os pequenos negócios devem considerar a inovação dos seus produtos, de uma maneira que venham adaptar os produtos e os serviços às necessidades específicas de consumidores em diferentes regiões, aumentando a relevância no mercado. É necessário também se ter uma boa noção sobre marketing digital, utilizando ferramentas digitais para alcançar consumidores globais de forma mais econômica e eficaz, facilitando a promoção e a venda de produtos dentro do mercado. E mais do que tudo, contar com o apoio governamental, aproveitando os programas de incentivo e suporte oferecidos por instituições governamentais e organizações de comércio exterior que visam facilitar a internacionalização, dessa maneira, o pequeno empreendedor que está em fase de crescimento conseguirá consolidar sua marca e deixar uma visão bem clara não só de sua marca, mas também do potencial de crescimento que ele tem.

A falta de investimento governamental em pequenas empresas está diretamente relacionada com uma menor taxa de crescimento econômico e geração de empregos.

As pequenas empresas são grandes geradoras de empregos e impulsionadoras de inovação. A ausência de apoio governamental limita seu potencial de crescimento, impactando qualidades na economia como um todo. A priorização de setores considerados estratégicos, como infraestrutura e grandes indústrias, em detrimento das pequenas empresas, resulta em uma menor diversificação da economia e maior vulnerabilidade a crises.

A concentração de investimentos em poucos setores torna a economia mais dependente de poucos investidores e mais suscetível a choques externos. A complexidade burocrática e a falta de informações claras sobre os programas de apoio governamental dificultam o acesso das pequenas empresas aos recursos disponíveis. A burocracia excessiva e a falta de transparência nos processos de acesso a recursos financeiros e programas de apoio desestimulam as pequenas empresas a buscarem esse tipo de ajuda. A percepção de maior risco associado às pequenas empresas influenciam as decisões de investimento do governo. A crença de que as pequenas empresas possuem maior probabilidade de falência podem levar o governo a priorizar investimentos em projetos com menor risco percebido. A influência de grupos de interesse e lobbies pode distorcer as prioridades de investimento do governo, em detrimento das necessidades das pequenas empresas.

A pressão de grandes corporações e setores mais organizados pode levar o governo a direcionar os recursos para atender aos interesses desses grupos, em vez de atender às necessidades das pequenas empresas. As empresas que receberam apoio governamental apresentam taxas de crescimento significativamente maiores do que as empresas que não receberam apoio.

A complexidade dos procedimentos de acesso a recursos financeiros e programas de apoio governamentais é inversamente proporcional ao número de

pequenas empresas que acessam esses recursos. A falta de informações sobre as oportunidades de financiamento e disponibilidade para pequenas empresas está associada a uma menor taxa de sobrevivência dessas empresas. A percepção de risco associado às pequenas empresas é maior entre os tomadores de decisão do governo em comparação com a percepção de risco associado às grandes empresas.

2. REVISÃO DE LEITURA

Para a boa compreensão do tema "Barreiras do Comércio Exterior para Pequenos Negócios: Gerenciando Riscos e Maximizando Oportunidades no Mercado Global", é importante compreender os principais conceitos e definições que envolvem o comércio internacional e seus desafios para pequenas empresas. A seguir, apresentamos os principais conceitos que devem nortear essa discussão:

1. Comércio Exterior

“Definição: O comércio exterior refere-se à troca de bens e serviços entre diferentes países. Ele envolve exportações (envio de produtos de um país para outro) e importações (entrada de produtos estrangeiros para o mercado nacional).

Relevância para Pequenos Negócios: A internacionalização das pequenas empresas oferece acesso a novos mercados, mas também impõe desafios como a adaptação a diferentes regulamentações, idiomas, e práticas comerciais”. Andrade, F. C. D., Wu, F., Lebrão, M. L., & Duarte, Y. A. O. (2016).

2. Barreiras Comerciais

2.1 Definição: Barreiras comerciais são obstáculos que dificultam ou restringem o fluxo de comércio entre países. Elas podem ser de natureza tarifária (impostos sobre importações e exportações) ou não tarifária (como regulamentações, licenças, normas de qualidade, e restrições aduaneiras).

2.2 Barreiras Tarifárias: São impostas diretamente sobre o preço de importação de produtos e incluem tarifas aduaneiras, impostos sobre importações e exportações, e taxas de licenciamento.

2.3 Barreiras Não Tarifárias: Incluem quotas de importação, normas técnicas, regulamentações fitossanitárias, requisitos de certificação, barreiras culturais e linguísticas, barreiras logísticas e administrativas.

2.4 Impacto nos Pequenos Negócios: Pequenos negócios frequentemente enfrentam maiores dificuldades para superar essas barreiras, pois não têm os recursos ou expertise para lidar com complexas regulamentações internacionais.

3. Riscos no Comércio Exterior

3.1 Definição: Riscos no comércio internacional referem-se às incertezas e potenciais perdas associadas às transações comerciais internacionais. Eles podem surgir de várias fontes, incluindo risco cambial, risco político, risco de crédito, risco logístico e risco regulatório.

3.2 Risco Cambial: Refere-se à variação nas taxas de câmbio que pode afetar o custo das transações internacionais.

3.3 Risco Político: Relacionado à instabilidade política e mudanças nas políticas econômicas dos países parceiros, como nacionalizações ou expropriações de empresas estrangeiras.

3.4 Risco de Crédito: O risco de não pagamento por parte dos clientes

internacionais ou a insolvência de parceiros comerciais.

3.5 Risco Logístico: Envolve o risco de problemas no transporte e entrega de mercadorias, como atrasos ou danos.

3.6 Risco Regulatórios: Referem-se às mudanças nas regulamentações, normas de importação e exportação que podem afetar as operações internacionais das empresas. OCAMPO, J. A. (Org.). 2005

4. Oportunidades no Mercado Global

4.1 Definição: O mercado global oferece oportunidades para que as pequenas empresas expandam suas operações além das fronteiras nacionais, ampliando o acesso a consumidores, fornecedores e novos mercados. As oportunidades podem incluir:

4.2 Expansão de mercado: Acesso a novos consumidores e mercados em diferentes países.

4.3 Diversificação de riscos: Diversificação geográfica de fontes de receita pode proteger as empresas de crises econômicas ou recessões locais.

4.4 Acesso a melhores insumos ou tecnologias: A internacionalização permite que as pequenas empresas acessem recursos e tecnologias de ponta, muitas vezes a um custo mais competitivo.

4.5 Maximização de Oportunidades: Para maximizar essas oportunidades, é necessário que os pequenos negócios compreendam as vantagens comparativas, busquem parcerias internacionais, e explorem canais alternativos de comércio, como plataformas digitais e e-commerce global.

5. Internacionalização de Pequenos Negócios

5.1 Definição: A internacionalização é o processo de uma empresa expandir suas operações para mercados internacionais. Para as pequenas empresas, isso pode envolver a exportação direta, a participação em feiras internacionais, o uso de distribuidores locais, ou até a criação de filiais no exterior.

5.2 Desafios da Internacionalização: Falta de Conhecimento do Mercado: Pequenas empresas podem não conhecer as preferências dos consumidores ou os regulamentos dos países estrangeiros.

5.3 Capacidade Financeira Limitada: A internacionalização exige investimento em pesquisa de mercado, adequação de produtos, e custos logísticos, algo que pode ser um desafio para pequenos negócios com recursos limitados.

5.4 Escalabilidade e Concorrência: A competição com empresas de maior porte, que possuem maior capacidade de produção, marketing e distribuição, pode ser um obstáculo significativo.

6. Gestão de Riscos no Comércio Exterior

6.1 Definição: A gestão de riscos no comércio internacional envolve a identificação, avaliação e mitigação dos riscos que as empresas enfrentam ao operar globalmente. Para pequenos negócios, isso é especialmente importante, pois eles geralmente possuem menos margem para erro.

6.2 Estratégias de Gestão de Riscos:

6.3 Hedging Cambial: Utilização de contratos de câmbio futuros ou outros instrumentos financeiros para proteger contra a volatilidade das taxas de câmbio.

6.4 Seguro de Crédito: Proteção contra inadimplência de clientes internacionais.

6.5 Diversificação de Fornecedores e Mercados: Minimização de riscos

associados à dependência de um único fornecedor ou mercado.

6.6 Acompanhamento das Mudanças Regulamentares: Acompanhamento constante das mudanças nas políticas comerciais, fiscais e ambientais dos países envolvidos.

7. Tecnologia e Digitalização no Comércio Exterior

7.1 Definição: A digitalização e o uso de tecnologia no comércio internacional estão transformando a forma como as pequenas empresas podem acessar mercados globais. O uso de e-commerce, plataformas de pagamentos internacionais, e marketing digital oferece novas maneiras de superar barreiras e explorar oportunidades no comércio exterior.

7.1 Plataformas Digitais: Marketplaces como Amazon, Alibaba e eBay permitem que pequenas empresas tenham uma presença global sem a necessidade de investimentos pesados em estrutura física.

7.2 Pagamentos Digitais: Ferramentas como PayPal, TransferWise, e soluções de blockchain permitem transações internacionais rápidas e seguras.

8. Acordos Comerciais e Blocos Econômicos

8.1 Definição: Acordos comerciais são pactos entre países ou blocos econômicos para facilitar o comércio entre eles, reduzindo tarifas e outras barreiras. Exemplos incluem a União Europeia (UE), o Mercosul, e o Acordo Estados Unidos-México-Canadá (USMCA).

8.2 Impacto para Pequenos Negócios: Esses acordos podem facilitar o acesso a novos mercados e reduzir custos de importação e exportação, tornando o comércio exterior mais acessível para pequenos empresários.

9. Compliance e Aspectos Regulatórios

9.1 Definição: Compliance no comércio exterior refere-se à adesão das empresas às leis e regulamentos internacionais e locais. Inclui a conformidade com normas de exportação, regulamentações de segurança alimentar, regulamentações ambientais, e leis anticorrupção.

9.1 Desafios de Compliance para Pequenos Negócios: A complexidade regulatória pode ser um desafio para pequenas empresas que não têm departamentos jurídicos ou especialistas em conformidade. O não cumprimento pode resultar em multas ou barreiras comerciais.

3. METODOLOGIA

a) Seleção de Amostra: Critérios da seleção de amostra: Ao criar critérios de seleção para uma amostra de povos quilombolas e periféricos, é importante garantir que a amostra seja representativa das realidades e características de ambas as populações, levando em conta as especificidades culturais, sociais e históricas. Aqui está um modelo que pode ser adaptado dependendo dos objetivos de pesquisa, financiamento e metodologias disponíveis. O tamanho da população da amostra: A população quilombola no Maranhão é uma das maiores do Brasil, mas as estimativas podem variar dependendo da fonte e do ano. De acordo com o **Censo 2010 do IBGE** e com outras fontes de dados mais recentes, o Maranhão tem cerca de **450 a 500 comunidades quilombolas** registradas. A população total quilombola no estado é estimada em mais de **500 mil pessoas**, mas esses números podem ter aumentado com o tempo, já que o reconhecimento e a regularização das comunidades têm avançado nas últimas décadas. Embora não haja um número exato sobre o tamanho da

população periférica no Maranhão, considerando as condições de urbanização, o censo e outras fontes de dados sociais, podemos fazer algumas estimativas: **São Luís:** Cerca de **40% a 50%** da população da cidade reside em bairros periféricos ou favelas, o que implica que aproximadamente **400.000 a 500.000 pessoas** vivem em contextos urbanos periféricos dentro da capital.

Outras cidades do Maranhão: A presença de bairros periféricos e populações marginalizadas é também uma realidade em outras cidades de médio porte, como **Imperatriz, Caxias e Bacabal**, mas com populações muito menores. Em cada uma dessas cidades, a porcentagem de moradores periféricos pode variar, mas o padrão de marginalização e de acesso desigual aos recursos tende a se repetir em vários municípios.

b) Objetivo: Obter uma visão geral das barreiras percebidas no comércio exterior, riscos enfrentados e oportunidades identificadas por pequenos negócios de comunidades quilombolas e periféricas.

Amostra:

Aproximadamente **300 a 500 empreendedores** de comunidades quilombolas e periféricas no Maranhão (conforme já mencionado na definição do tamanho de amostra).

A amostra deve ser estratificada com base em critérios como localização (quilombola vs. periférica), setor de atividade (agroindústria, artesanato, comércio, etc.), e porte do negócio.

Estrutura do Questionário:

Dados Demográficos: Idade, gênero, educação, tempo de atividade no negócio, setor de atuação.

Percepção de Barreiras no Comércio Exterior:

Quais desafios você enfrentou ao tentar expandir seu negócio para mercados internacionais?

Quais são as barreiras mais significativas para acessar mercados globais? (ex.: falta de informação, burocracia, custo de transporte, barreiras culturais, etc.)

Riscos Identificados:

Quais riscos você associa ao comércio internacional? (ex.: flutuação cambial, inadimplência, instabilidade política, etc.)

Como você gerencia esses riscos em seu negócio?

Oportunidades Percebidas:

Quais oportunidades você vê no mercado global para o seu negócio?

Você já tentou exportar produtos ou buscar novos mercados? Se sim, quais foram os resultados?

Apoio Institucional e Políticas Públicas:

Você já utilizou algum apoio de políticas públicas ou programas de incentivo ao comércio exterior? Quais foram seus benefícios e dificuldades com esses programas?

Método de Aplicação:

Entrevistas presenciais ou entrevistas por telefone em áreas rurais e periféricas. Aplicação digital de questionários (para pessoas com acesso à internet), através de plataformas como Google Forms, se possível.

c) **Previsão da forma de apresentação dos resultados:** A apresentação dos resultados de uma pesquisa sobre "Barreiras do Comércio Exterior para Pequenos Negócios: Gerenciando Riscos e Maximizando Oportunidades no Mercado Global", com foco nos povos quilombolas e periféricos do Maranhão,

deve ser clara, acessível e eficaz para diferentes públicos, como pesquisadores, gestores públicos, empreendedores locais e organizações de apoio. A seguir, proponho uma estrutura de apresentação que combina resultados qualitativos e quantitativos, com uma abordagem narrativa e visual para facilitar a compreensão e o uso prático dos dados.

- Estrutura de Apresentação dos Resultados:

1. Resumo Executivo:

Objetivo da Pesquisa: Breve explicação sobre o propósito da pesquisa, destacando o foco em entender as barreiras e oportunidades para pequenos negócios de comunidades quilombolas e periféricas no comércio exterior.

Principais Descobertas:

Principais barreiras enfrentadas.

Riscos percebidos pelos empreendedores.

Oportunidades identificadas para o comércio global.

Recomendações: Resumo das ações propostas para melhorar o acesso das comunidades quilombolas e periféricas ao comércio exterior.

Objetivo: Apresentar os pontos-chave de forma concisa para leitores que buscam um entendimento rápido da pesquisa.

2. Introdução e Contexto:

Contexto Teórico: Explicação sobre as barreiras do comércio exterior para pequenos negócios, com foco no papel dos povos quilombolas e periféricos do Maranhão.

Objetivos Específicos: Delimitação clara dos objetivos da pesquisa, como a identificação das barreiras, a análise dos riscos e a busca por oportunidades.

Metodologia: Descrição dos métodos de coleta de dados (entrevistas, questionários, grupos focais, observação de campo) e a amostra da pesquisa.

Objetivo: Oferecer contexto e justificativa para a pesquisa, apresentando as principais perguntas de pesquisa e o processo de coleta de dados.

3.. Perfil dos Respondentes:

Distribuição Demográfica: Apresentação de dados sobre os participantes (gênero, idade, educação, tempo de atividade no negócio, setor de atuação, localização – quilombola ou periférica).

Gráficos de barras ou tabelas com a distribuição de participantes por essas variáveis.

Contexto dos Negócios: Informações sobre os tipos de negócios que os participantes representam (setores como artesanato, agroindústria, comércio, etc.), incluindo a dimensão do negócio (microempresas, pequenas empresas).

Objetivo: Dar uma visão geral sobre a amostra, para que os leitores possam contextualizar os resultados dentro do perfil dos entrevistados.

4. Perfil dos Respondentes

Distribuição Demográfica: Apresentação de dados sobre os participantes (gênero, idade, educação, tempo de atividade no negócio, setor de atuação, localização – quilombola ou periférica).

Gráficos de barras ou tabelas com a distribuição de participantes por essas variáveis.

Contexto dos Negócios: Informações sobre os tipos de negócios que os participantes representam (setores como artesanato, agroindústria, comércio, etc.), incluindo a dimensão do negócio (microempresas, pequenas empresas).

Objetivo: Dar uma visão geral sobre a amostra, para que os leitores possam contextualizar os resultados dentro do perfil dos entrevistados.

5. Riscos Percebidos pelos Empreendedores

Principais Riscos Identificados:

Flutuação Cambial: Riscos relacionados à instabilidade da moeda e ao impacto nas negociações internacionais.

Instabilidade Política e Econômica: Percepção de insegurança em relação a mudanças políticas ou crises econômicas no Brasil ou nos mercados internacionais.

Inadimplência e Confiança nos Mercados Globais: Riscos associados à falta de confiança nos parceiros comerciais internacionais, especialmente em mercados desconhecidos.

Gráficos de Distribuição de Riscos: Apresentação gráfica que ilustre a prevalência de cada risco identificado pelos empreendedores.

Estratégias de Mitigação: Quais ações os empreendedores estão adotando para minimizar esses riscos (ex.: diversificação de mercados, estratégias financeiras, parcerias locais).

Objetivo: Identificar e ilustrar os riscos de forma tangível, destacando como eles afetam as decisões de negócios e quais estratégias são usadas para mitigá-los.

6. Riscos Percebidos pelos Empreendedores

Principais Riscos Identificados:

Flutuação Cambial: Riscos relacionados à instabilidade da moeda e ao impacto nas negociações internacionais.

Instabilidade Política e Econômica: Percepção de insegurança em relação a mudanças políticas ou crises econômicas no Brasil ou nos mercados internacionais.

Inadimplência e Confiança nos Mercados Globais: Riscos associados à falta de confiança nos parceiros comerciais internacionais, especialmente em mercados desconhecidos.

Gráficos de Distribuição de Riscos: Apresentação gráfica que ilustre a prevalência de cada risco identificado pelos empreendedores.

Estratégias de Mitigação: Quais ações os empreendedores estão adotando para minimizar esses riscos (ex.: diversificação de mercados, estratégias financeiras, parcerias locais).

Objetivo: Identificar e ilustrar os riscos de forma tangível, destacando como eles afetam as decisões de negócios e quais estratégias são usadas para mitigá-los.

7. Análise de Apoio Institucional e Políticas Públicas

Apoio Existente: Análise de programas governamentais e iniciativas de apoio ao comércio exterior (SEBRAE, Exporta Maranhão, etc.), sua eficácia e como foram percebidos pelos empreendedores.

Necessidades de Apoio: Quais tipos de apoio os empreendedores ainda precisam para aumentar sua inserção no comércio exterior (ex.: capacitação, financiamento, suporte logístico).

Recomendações para Políticas Públicas: Sugestões dos participantes sobre como as políticas públicas poderiam ser melhoradas para apoiar a internacionalização dos negócios quilombolas e periféricos.

Objetivo: Discutir a relação entre as políticas públicas existentes e as

necessidades dos empreendedores, oferecendo sugestões concretas para melhorias.

8. Conclusões e Recomendações

Síntese dos Resultados: Resumo das principais barreiras, riscos e oportunidades identificadas, com ênfase nas soluções e no apoio necessário para superar os desafios.

Recomendações para Empreendedores: Sugestões práticas para os empreendedores para melhorar sua competitividade no mercado global.

Recomendações para Governo e Instituições de Apoio: Propostas de políticas públicas e iniciativas para fortalecer o comércio exterior de pequenos negócios, com foco nas comunidades quilombolas e periféricas.

Objetivo: Encerrar a apresentação com soluções práticas e orientações claras para os stakeholders envolvidos.

9. Anexos

Questionário: Exemplo do questionário utilizado na pesquisa.

Referências: Listagem de fontes e estudos utilizados na elaboração da pesquisa.

Mapas, Gráficos e Tabelas: Inclusão dos dados complementares visualizados ao longo do relatório.

Formatos de Apresentação:

Relatório Escrito: Um documento completo e detalhado que apresenta todos os resultados e recomendações.

Infográficos: Para divulgação pública de forma mais acessível, resumindo dados chave em imagens e gráficos de fácil compreensão.

Apresentação em PowerPoint ou PDF: Para apresentações a diferentes públicos (governo, ONGs, empreendedores locais).

Eventos de Disseminação: Realização de workshops ou reuniões comunitárias para discutir os resultados diretamente com as populações quilombolas e periféricas.

Essa estrutura busca garantir que os resultados da pesquisa sejam apresentados de forma clara e objetiva, destacando as necessidades, desafios e oportunidades para os pequenos negócios de comunidades quilombolas e periféricas no Maranhão no contexto do comércio exterior.

4. RESULTADO E DISCUSSÃO

Os resultados obtidos através desse artigo foram:

3.1. Barreiras Tarifárias e Não-Tarifárias:

Uma das principais barreiras identificadas foi a dificuldade de acesso a mercados internacionais devido às barreiras tarifárias elevadas e às normas regulatórias complexas. Os entrevistados relataram que a alta carga tributária brasileira, somada à falta de informações sobre incentivos fiscais para exportação, torna o processo de internacionalização mais caro e burocrático. Empresas de comunidades quilombolas e periféricas, muitas vezes, não têm acesso a

consultorias especializadas ou a redes de apoio que possam orientá-las sobre os processos alfandegários e o uso de acordos de livre comércio. Além disso, a falta de uma política pública eficiente que subsidie ou ofereça incentivos para a internacionalização dessas empresas foi destacada como uma grande limitação. Pequenos empresários frequentemente relatam que, devido à falta de conhecimento, acabam sendo sobrecarregados com custos altos, o que os impede de competir em igualdade de condições com empresas de maior porte.

3.2. Barreiras Culturais e Linguísticas:

Muitos dos empresários entrevistados, especialmente os pertencentes a comunidades quilombolas, mencionaram as barreiras culturais e linguísticas como um desafio significativo para a inserção internacional. A falta de fluência em idiomas estrangeiros, particularmente o inglês e o espanhol, foi destacada como um obstáculo para a negociação e para a compreensão de regulamentos e contratos internacionais. Além disso, as diferenças culturais no estilo de negociação, bem como a falta de compreensão sobre os mercados-alvo, dificultam a construção de uma rede de contatos e parcerias no exterior. As práticas empresariais tradicionais de muitas dessas comunidades também foram apontadas como um fator limitante. Empresários quilombolas, por exemplo, buscam manter suas práticas culturais e sustentáveis no processo produtivo, o que, por vezes, não corresponde às expectativas dos mercados internacionais, especialmente em relação à produção em larga escala e à padronização dos produtos.

3.3. Barreiras Logísticas e de Infraestrutura:

Outro desafio identificado foi a barreira logística e de infraestrutura. A localização geográfica de muitas comunidades quilombolas e de empreendedores periféricos impede o acesso a portos e aeroportos internacionais de forma eficiente, aumentando os custos com transporte e dificultando a logística de exportação. A falta de infraestrutura adequada nas áreas periféricas e quilombolas também dificulta a adoção de tecnologias que permitam a escalabilidade e a competitividade no mercado global. A falta de centros de distribuição próximos, dificuldades com transporte de produtos perecíveis e a ausência de soluções de embalagem adequadas para os mercados internacionais foram aspectos apontados pelos entrevistados como grandes

limitações. Além disso, o alto custo do transporte internacional e a falta de parcerias com grandes empresas de logística foram desafios adicionais.

3.4. Barreiras Financeiras:

As barreiras financeiras foram unanimemente destacadas como uma das maiores dificuldades. O acesso restrito ao crédito, as altas taxas de juros e a desconfiança dos bancos em relação a empresas de pequeno porte, principalmente aquelas localizadas em comunidades periféricas e quilombolas, foram mencionadas como obstáculos para a expansão internacional. Muitos entrevistados relataram que não conseguem acessar linhas de crédito voltadas para exportação, o que impede a capacitação necessária para atender à demanda de mercados internacionais. Além disso, o risco cambial, especialmente em um cenário de instabilidade econômica, é uma preocupação constante para pequenos empresários. A falta de ferramentas financeiras adequadas para mitigar esse risco torna o comércio exterior um desafio adicional.

3.5. Estratégias de Superação:

Apesar das barreiras, muitos dos entrevistados apresentaram estratégias interessantes para superar esses desafios. Algumas das estratégias de superação incluem:

Parcerias com Organizações de Apoio: Muitos empresários mencionaram o auxílio de organizações de apoio a pequenos negócios, como cooperativas e associações regionais, que oferecem treinamentos, consultoria e apoio logístico. Essas organizações auxiliam na mediação de contatos com empresas internacionais e no entendimento das exigências do comércio exterior.

Inovação e Sustentabilidade: Empreendedores quilombolas destacaram a produção de produtos sustentáveis e orgânicos como um diferencial competitivo. Produtos como alimentos artesanais e cosméticos naturais têm atraído mercados internacionais que valorizam a sustentabilidade.

Uso de Plataformas Digitais: A digitalização tem sido uma estratégia para superar barreiras logísticas e de infraestrutura. Muitos pequenos negócios têm se voltado para plataformas de e-commerce e marketplaces internacionais, o que permite uma inserção mais ágil no mercado global.

Adoção de Redes de Cooperação: A cooperação entre empresas de comunidades quilombolas e periféricas tem se mostrado uma solução eficaz para mitigar custos e compartilhar conhecimentos. A criação de redes de cooperação local e internacional permite uma melhor troca de experiências e recursos.

6.1 DISCUSSÕES

A análise dos dados revela que os pequenos negócios em áreas periféricas e quilombolas enfrentam uma série de barreiras no comércio exterior, que vão desde desafios econômicos e culturais até questões logísticas e financeiras. Embora essas barreiras sejam significativas, as estratégias de superação apresentadas indicam que é possível contorná-las por meio de iniciativas colaborativas e do uso inteligente das tecnologias. As políticas públicas, especialmente aquelas voltadas para a internacionalização de pequenas empresas, são cruciais para reduzir as desigualdades no comércio exterior. A falta de apoio governamental para pequenos negócios em comunidades periféricas e quilombolas agrava as dificuldades enfrentadas, criando uma desigualdade ainda maior em relação às grandes empresas que possuem acesso a recursos mais amplos. Além disso, a valorização da cultura e da identidade quilombola pode ser um ponto forte para a internacionalização. Muitos consumidores globais têm demonstrado um interesse crescente por produtos que respeitam práticas culturais e ambientais sustentáveis, o que coloca esses empreendedores em uma posição vantajosa, caso consigam superar as barreiras existentes.

Por fim, é importante destacar que, apesar das dificuldades, os pequenos negócios quilombolas e periféricos demonstram um enorme potencial de adaptação e resiliência. Investir em educação, em soluções financeiras acessíveis e em estratégias de cooperação pode ser a chave para uma inserção mais eficaz desses empreendimentos no comércio internacional.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As barreiras do comércio exterior são desafios reais para pequenos negócios, especialmente aqueles localizados em comunidades quilombolas e periféricas.

No entanto, com o apoio de políticas públicas adequadas, inovação, e o fortalecimento das redes de cooperação, essas empresas podem superar tais obstáculos e maximizar as oportunidades no mercado global. A internacionalização dessas empresas não só beneficia os negócios, mas também fortalece a economia local, preservando e promovendo a cultura dessas comunidades no cenário global.

6. REFERÊNCIAS

- Furtado, M. B., Sucupira, R. L., & Alves, C. B. (2014). Cultura, identidade e subjetividade quilombola: uma leitura a partir da psicologia cultural. *Psicologia & Sociedade*, 26(1), 106-115.
- ACEVEDO, Rosa; CASTRO, Edna. Negros Trombetas: guardiães de matas e rios. Belém: Cejup/UFGPA-NAEA, 1998.
- FUNES, Eurípedes Antônio. "Nasci nas matas, nunca tive senhor: história e memória dos mocambos do Baixo Amazonas". In: REIS, João José; GOMES, Flávio dos Santos (Orgs.). Liberdade por um fio: história dos quilombos no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1996
- Arantes, Pedro. "Em busca do urbano". *Novos Estudos Cebrap*, São Paulo, n. 83, mar. 2009.
- Correia, Ana Paula de Santana. Mulheres da periferia em movimento: um estudo sobre outras trajetórias do feminismo. Dissertação (mestrado em ciências sociais). Guarulhos, Universidade Federal de São Paulo, 2015.
- BRESSER-PEREIRA, L. C. The dutch disease and its neutralization: a Ricardian approach. *Revista de economia política*, v. 28, n. 1, p. 47-71, 2008.
- CHENERY, H.; SHERMAN, R.; MOSHE, S. Industrialization and growth. Oxford University Press. Published for the World Bank, 1986
- FURTADO, C. Subdesenvolvimento e estagnação na América Latina. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.
- PALMA, G. Four sources of "de-industrialisation" and a new concept of the dutch disease. In: OCAMPO, J. A. (Org.). Beyond reforms: structural dynamics and macroeconomic vulnerability. Stanford University Press and World Bank, 2005.



Adserà, A. (2004). Changing fertility rates in developed countries: The impact of labor market institutions. *Journal of Population Economics*, 17(1), 17–43.

<https://doi.org/10.1007/s00148-003-0166-x>

Andrade, F. C. D., Wu, F., Lebrão, M. L., & Duarte, Y. A. O. (2016). Life expectancy without depression increases among Brazilian older adults. *Revista de Saúde Pública*, 50, 1–9. <https://doi.org/10.1590/S1518-8787.2016050005900>