



Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília
Campus Gama
Curso Superior de Tecnologia em Logística

EDUARDA FERNANDES DE OLIVEIRA

**Micro e pequenas empresas em mercados
internacionais: análise da experiência no Programa
Exporta DF**

Brasília
2026

EDUARDA FERNANDES DE OLIVEIRA

Micro e pequenas empresas em mercados internacionais: análise da experiência no Programa Exporta DF

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Logística do Campus Gama do Instituto Federal de Brasília para obtenção de título de Tecnólogo em Logística.

Orientadora: Prof^a Dra. Marta Eliza de Oliveira

Brasília
2026

Ficha Catalográfica

Oliveira, Eduarda Fernandes de.

Micro e pequenas empresas em mercados internacionais: análise da experiência no Programa Exporta DF / Eduarda Fernandes de Oliveira ; orientação Marta Eliza de Oliveira. — Gama, DF: 2026.

54 f. : il. color. ; 30 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Logística) — Campus Gama, Instituto Federal de Brasília, Gama, DF, 2026.

Orientador(a): Marta Eliza de Oliveira.

1. exportações. 2. micro e pequenas empresas. 3. comércio internacional.
4. Programa Exporta DF. I. Oliveira, Marta Eliza de, orient. II. Instituto Federal de Brasília. III. Título.

Ficha catalográfica elaborada por sistema com dados fornecidos pelo(a) autor(a)
SISTEMA DE BIBLIOTECAS DO INSTITUTO FEDERAL DE BRASÍLIA



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Curso Superior de Tecnologia em Logística – IFB Gama

ALUNO(A): **Eduarda Fernandes Oliveira**

TÍTULO DO TCC: **Micro e pequenas empresas em mercados internacionais: análise da experiência no Programa Exporta DF.**

COMPOSIÇÃO DA BANCA EXAMINADORA:

1. Orientadora - Profa. Dra. Marta Eliza de Oliveira
2. Examinador 1 – Prof. Ms. Gabriel Andrade Lima de Almeida Castelo Branco
3. Examinador 2 – Prof. Ms. Emani Aguiar Perez Abreu

RESULTADOS:

Após avaliação do TCC, nesta data, os membros da Banca Examinadora consideram o aluno:

- APROVADO
- APROVADO COM REFORMULAÇÕES (prazo de 30 dias, após a defesa do TCC, para entrega da versão definitiva)
- APROVADO COM ALTERAÇÕES SUBSTANCIAIS (há necessidade de reapresentação do trabalho à banca examinadora)
- REPROVADO

NOTA FINAL DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO: **9,1**

Brasília, 25 de junho de 2026.

Documento assinado eletronicamente por:

- **Martha Mendes Calafé, COORDENADOR(A) DE CURSO - FUC1 - GA-GRAD-TL**, em 27/06/2026 22:44:21.
- **Emani Aguiar Perez Abreu, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 27/06/2026 22:57:08.
- **Marta Eliza de Oliveira, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 28/06/2026 10:38:19.
- **Gabriel Andrade Lima de Almeida Castelo Branco, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 29/06/2026 09:41:21.

Este documento foi emitido pelo SIAPE em 27/06/2026. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse https://sisp.ifb.edu.br/autenticar_documento/ e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 707153
Código de Autenticação: a8674a18b0



Campus Gama
Lote 01, DF 480, Nono, Setor de Múltiplas
Atividades, BRASÍLIA / DF, CEP 72.429-
005

Dedico este trabalho à minha família, pelo apoio, incentivo e confiança em todos os momentos da minha trajetória.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer meus pais, pela vida e por todo o esforço dedicado para que eu pudesse chegar até aqui. Aos meus amigos, Luan e Letícia, registro meu agradecimento pelo apoio constante, especialmente nos períodos mais desafiadores desta trajetória.

Agradeço, igualmente, a todos os colegas que compartilharam comigo esta jornada. E aos professores que, com dedicação, compartilharam seus conhecimentos e nos acompanharam ao longo do curso, em especial à minha orientadora, Profa. Dra. Marta Eliza de Oliveira, por todo o suporte e orientação durante a elaboração deste trabalho.

“No meio da dificuldade encontra-se
a oportunidade.” (Albert Einstein)

RESUMO

Micro e pequenas empresas frequentemente enfrentam desafios relacionados ao conhecimento sobre exportação, à adequação de produtos, ao acesso a mercados e às exigências do comércio internacional. Nesse contexto, programas de apoio à exportação buscam contribuir para a preparação empresarial e para a ampliação das oportunidades de atuação em mercados internacionais. Este estudo teve como objetivo analisar a experiência das empresas participantes do Programa Exporta DF e a perspectiva institucional de sua execução no contexto da preparação e atuação em mercados internacionais. Trata-se de uma pesquisa descritiva e exploratória, com abordagem qualitativa, desenvolvida por meio de pesquisa bibliográfica, documental e de campo. A coleta de dados ocorreu por meio da aplicação de questionário a empresas participantes das edições de 2024 e 2025 do Programa Exporta DF, complementada pela análise de documentos e relatórios institucionais disponibilizados pela Federação das Indústrias do Distrito Federal (Fibra). Os resultados indicaram que as empresas participantes associaram o programa à ampliação do conhecimento sobre exportação, ao acesso a informações sobre mercados internacionais, à adequação de produtos, à aproximação com compradores internacionais e à identificação de oportunidades de negócios. Também foram identificados desafios relacionados aos custos logísticos, à burocracia aduaneira, às exigências dos mercados internacionais e à prospecção de compradores internacionais. As informações institucionais analisadas evidenciaram ações voltadas à capacitação empresarial, à preparação exportadora, à adequação de produtos e processos, à inteligência de mercado e à aproximação com compradores internacionais. A análise integrada dos resultados indicou convergência entre as percepções das empresas participantes e as informações institucionais relacionadas à execução do programa, reforçando a contribuição do Programa Exporta DF para a preparação empresarial e a atuação em mercados internacionais. Conclui-se que o Programa Exporta DF pode auxiliar as empresas participantes por meio de ações de capacitação, orientação técnica, preparação exportadora e aproximação com compradores e mercados externos. Além disso, o estudo amplia o conhecimento sobre a preparação empresarial para atuação em mercados internacionais e sobre o papel dos programas de apoio à exportação nesse processo.

Palavras-chave: exportações; micro e pequenas empresas; comércio internacional; Programa Exporta DF.

ABSTRACT

Micro and small enterprises often face challenges related to export knowledge, product adaptation, market access, and the requirements of international trade. In this context, export support programs seek to contribute to business preparedness and to expand opportunities for participation in international markets. This study aimed to analyze the experience of companies participating in the Exporta DF Program and the institutional perspective regarding its implementation in the context of preparation for and participation in international markets. The research is descriptive and exploratory, with a qualitative approach, and was conducted through bibliographic, documentary, and field research. Data were collected through a questionnaire administered to companies participating in the 2024 and 2025 editions of the Exporta DF Program, complemented by the analysis of institutional documents and reports provided by the Federation of Industries of the Federal District (Fibra). The results indicated that participating companies associated the program with increased knowledge of export activities, access to information on international markets, product adaptation, closer contact with international buyers, and the identification of business opportunities. Challenges related to logistics costs, customs bureaucracy, international market requirements, and the prospecting of international buyers were also identified. The institutional information analyzed highlighted actions focused on business training, export preparedness, product and process adaptation, market intelligence, and connections with international buyers. The integrated analysis of the results revealed convergence between the perceptions of participating companies and the institutional information related to the implementation of the program, reinforcing the contribution of the Exporta DF Program to business preparedness and participation in international markets. It is concluded that the Exporta DF Program can support participating companies through training activities, technical guidance, export preparedness, and connections with international buyers and markets. Furthermore, the study expands knowledge about business preparedness for participation in international markets and the role of export support programs in this process.

Keywords: exports; micro and small enterprises; international trade; Exporta DF Program.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figuras

Figura 1 – Etapas metodológicas da pesquisa

Figura 2 – Tempo de atuação no mercado

Figura 3 – Situação das empresas em relação à exportação

Figura 4 – Conhecimento sobre exportação

Figura 5 – Acesso a informações sobre o mercado internacional

Figura 6 – Apoio à adequação de produtos ou serviços

Figura 7 – Desafios de exportação para MPE's

Figura 8 – Experiência geral no Programa Exporta DF

Figura 9 - Organização da análise integrada dos dados

Quadros

Quadro 1 – Organização do questionário no *Google Forms*

Quadro 2 – Instituições envolvidas no Programa Exporta DF

Quadro 3 – Características das empresas participantes da Edição 2024

Quadro 4 – Características das empresas participantes da Edição 2025

Quadro 5 – Síntese do Programa Exporta DF 2024

Quadro 6 – Síntese do Programa Exporta DF 2025

Quadro 7 – Síntese do alcance dos objetivos específicos

LISTA DE SIGLAS

ABDI	Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial
ApexBrasil	Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos
BRB	Banco de Brasília
CIN-DF	Centro Internacional de Negócios do Distrito Federal
CNI	Confederação Nacional da Indústria
DF	Distrito Federal
EMP	Empresa de Médio Porte
EPP	Empresa de Pequeno Porte
Fibra	Federação das Indústrias do Distrito Federal
GDF	Governo do Distrito Federal
IPEDF	Instituto de Pesquisa e Estatística do Distrito Federal
ME	Micro Empresa
MEI	Microempreendedor Individual
MPEs	Micro e Pequenas Empresas
Sebrae	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SERINTER/GDF	Secretaria de Relações Internacionais do Governo do Distrito Federal
SISCOMEX	Sistema Integrado de Comércio Exterior
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
UCB	Universidade Católica de Brasília

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
1.1 Contextualização.....	13
1.2 Questão de pesquisa.....	14
1.3 Objetivos.....	14
1.4 Justificativa.....	15
1.5 Estrutura do trabalho	15
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	16
2.1 Exportações no contexto do comércio internacional	16
2.2 Processo de exportação e logística internacional	17
2.3 Micro e Pequenas Empresas (MPEs) e desafios para exportação.....	19
2.4 Apoio institucional e o Programa Exporta DF.....	21
3 MÉTODO.....	23
3.1 Caracterização da pesquisa.....	23
3.2 Procedimentos metodológicos.....	23
3.3 Coleta e análise de dados.....	25
4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	28
4.1 O Programa Exporta DF.....	28
4.2 Análise das percepções das empresas sobre a experiência no Programa Exporta DF	33
4.3 Análise qualitativa das informações institucionais.....	42
5 CONCLUSÕES.....	51
REFERÊNCIAS	53

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

As exportações do Distrito Federal (DF) totalizaram US\$ 298,8 milhões em 2024, conforme o Boletim do Comércio Exterior do Instituto de Pesquisa e Estatística do Distrito Federal (IPEDEF). A pauta exportadora do DF concentrou-se principalmente em produtos do agronegócio e da cadeia de proteína animal, com destaque para a soja e diferentes categorias de carne de aves, além do querosene de aviação. Em conjunto, os cinco principais produtos exportados responderam por 78,9% do valor total exportado no período (IPEDEF, 2024).

No mesmo ano, o DF exportou 338 produtos distintos para 121 países. Entre os principais destinos das exportações destacaram-se a Arábia Saudita, principal mercado para carne de aves, e a China, com destaque para a exportação de soja (IPEDEF, 2024).

Dados mais recentes indicam que, em 2025, as exportações do Distrito Federal alcançaram US\$ 316,8 milhões, representando crescimento de 6,0% em relação ao ano anterior. Nesse período, foram exportados 321 produtos para 122 países, mantendo-se a relevância da China e da Arábia Saudita entre os principais destinos das exportações do DF (IPEDEF, 2026).

Embora o Distrito Federal apresente participação no comércio internacional e registre crescimento recente das exportações, a pauta exportadora permanece concentrada em um número reduzido de produtos e empresas. Nesse contexto, iniciativas voltadas à preparação de empresas para atuação em mercados internacionais podem contribuir para ampliar a diversificação da base exportadora e estimular a participação de novos exportadores.

Com o objetivo de expandir as exportações do Distrito Federal e facilitar o acesso de empresas locais aos mercados externos, o Programa Exporta DF foi idealizado pela Federação das Indústrias do Distrito Federal (Fibra), por meio do Centro Internacional de Negócios do Distrito Federal (CIN-DF). A iniciativa é voltada à capacitação, à estruturação e à promoção comercial de micro e pequenas empresas para atuação internacional (Fibra, 2025).

O Programa Exporta DF foi desenvolvido em parceria com a Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), o Banco de Brasília (BRB), os Correios, a Universidade Católica de Brasília (UCB) e a Secretaria de Relações Internacionais do Governo do Distrito Federal (SERINTER/GDF).

O programa já realizou duas edições setoriais: a primeira, em 2024, voltada aos segmentos de moda e vestuário; e a segunda, em 2025, direcionada ao setor de gastronomia, com foco em bebidas, alimentos e grãos (Fibra, 2025). Em 2026, foi iniciada a terceira edição, voltada ao segmento de tecnologia da informação e comunicação (TIC).

Embora o Programa Exporta DF tenha contado com a participação de empresas de diferentes portes nas edições analisadas, observou-se predominância de micro e pequenas empresas entre as participantes. Em razão dessa característica, o presente estudo enfatiza esse segmento ao analisar a experiência empresarial relacionada à preparação e à atuação em mercados internacionais.

1.2 Questão de pesquisa

Como o Programa Exporta DF pode auxiliar as empresas participantes na preparação e atuação em mercados internacionais?

1.3 Objetivos

O objetivo geral desta pesquisa é analisar a experiência das empresas participantes no Programa Exporta DF e a perspectiva institucional de sua execução no contexto da preparação e atuação em mercados internacionais.

Os objetivos específicos são:

- a) Caracterizar o Programa Exporta DF quanto às suas ações, instituições parceiras e proposta de apoio às empresas participantes;
- b) Analisar a percepção das empresas participantes sobre sua experiência no Programa Exporta DF e sua preparação para atuação em mercados internacionais;

- c) Examinar as informações institucionais relacionadas à execução do Programa Exporta DF.

1.4 Justificativa

A escolha do tema justifica-se pela relevância das exportações para o desenvolvimento econômico e pela importância da preparação empresarial para atuação em mercados internacionais. Apesar do potencial das micro e pequenas empresas para ampliar sua participação no comércio exterior, esse segmento ainda enfrenta desafios relacionados ao acesso à informação, ao conhecimento dos mercados externos e ao desenvolvimento de competências necessárias às operações internacionais.

Além disso, a pesquisa mostra-se relevante por analisar uma iniciativa voltada à capacitação e ao apoio de empresas do Distrito Federal para atuação em mercados internacionais. Ao examinar o Programa Exporta DF a partir das percepções das empresas participantes e das informações institucionais relacionadas à sua execução, o estudo amplia a compreensão sobre ações de apoio à exportação desenvolvidas no contexto do Distrito Federal.

1.5 Estrutura do trabalho

O presente trabalho está estruturado em cinco seções. A primeira corresponde à introdução, contemplando a contextualização do tema, a questão de pesquisa, os objetivos e a justificativa. A segunda apresenta a fundamentação teórica. A terceira descreve os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa. A quarta seção apresenta e discute os resultados obtidos. Por fim, a quinta seção reúne as conclusões do estudo. Ao final, são apresentadas as referências utilizadas na elaboração do trabalho.

Na seção seguinte, apresentam-se os fundamentos teóricos que embasam a pesquisa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção apresenta os fundamentos teóricos que embasam a pesquisa. Inicialmente, são discutidos aspectos relacionados às exportações no contexto do comércio internacional. Em seguida, abordam-se o processo de exportação e a logística internacional, bem como os desafios enfrentados pelas micro e pequenas empresas para atuar em mercados externos. Por fim, são apresentados aspectos relacionados ao apoio institucional à exportação e ao Programa Exporta DF.

2.1 Exportações no contexto do comércio internacional

Segundo Ludovico (2012), o comércio internacional pode ser compreendido como o conjunto de operações comerciais realizadas entre países, envolvendo a circulação de bens, serviços, capitais e informações entre diferentes mercados nacionais. Para o autor, essas operações exigem conhecimento sobre normas, procedimentos, documentos e condições de negociação aplicáveis às relações comerciais internacionais.

Para Segre (2018), o comércio internacional caracteriza-se pela circulação de bens e serviços entre países distintos, decorrente das particularidades e especializações econômicas de cada nação. Essa dinâmica ocorre em razão da impossibilidade de os países produzirem, de forma vantajosa, todos os bens e serviços necessários ao atendimento de suas demandas. O autor afirma, ainda, que as operações comerciais internacionais estão sujeitas ao cumprimento das legislações nacionais dos países envolvidos, bem como das normas jurídicas aplicáveis às relações internacionais de comércio.

Entre as operações do comércio internacional, a exportação corresponde ao envio de bens e serviços para mercados externos (Ludovico, 2012). O autor destaca que exportar envolve atividades relacionadas à negociação internacional, documentação, atendimento às exigências dos países de destino e adequação das empresas às práticas do comércio exterior.

Segundo Segre (2018), a exportação constitui uma alternativa estratégica para o desenvolvimento das empresas, uma vez que proporciona experiência em

mercados internacionais e amplia suas oportunidades de atuação no cenário global. Além disso, o processo exportador contribui para o aumento da competitividade, estimulando melhorias na eficiência operacional e na produtividade.

As exportações assumem relevância econômica por contribuírem para a geração de divisas, a ampliação de mercados consumidores e o fortalecimento da competitividade empresarial (Lopez; Gama, 2021). Os autores destacam que a atividade exportadora possibilita às empresas ampliar suas oportunidades comerciais e participar de forma mais ativa das relações econômicas internacionais.

No contexto brasileiro, as exportações constituem componente importante da balança comercial e da inserção do país no comércio internacional, sendo acompanhadas por órgãos governamentais responsáveis pela sistematização de dados sobre as vendas externas brasileiras. Esses dados permitem compreender a composição da pauta exportadora, os principais destinos das mercadorias e a dinâmica da participação brasileira no mercado internacional (BRASIL, 2023).

Apesar da relevância econômica das exportações para o país, a participação das empresas brasileiras nas vendas externas ainda apresenta limitações, especialmente no segmento das micro e pequenas empresas. Diante disso, ações voltadas à inserção dessas empresas no mercado internacional tornam-se relevantes para ampliar sua participação nas exportações e fortalecer a cultura exportadora no país (Ludovico, 2012; Robles; Nobre, 2016).

No âmbito regional, o Distrito Federal apresenta concentração das exportações em produtos como soja, carnes de aves e querosene de aviação, com vendas externas direcionadas a mercados como Arábia Saudita e China. Esse cenário reforça a importância de iniciativas voltadas à diversificação da base exportadora e ao fortalecimento da participação de empresas locais no comércio internacional (IPEDF, 2024).

2.2 Processo de exportação e logística internacional

Segundo Ludovico (2012), o processo de exportação envolve um conjunto de etapas interdependentes que incluem a preparação da empresa, análise de mercado, adequação de produtos, negociação internacional, cumprimento de requisitos regulatórios e execução das operações logísticas. O autor destaca que as

operações de exportação exigem conhecimento técnico, planejamento e capacidade de adaptação às condições comerciais, documentais e logísticas dos mercados externos.

Segre (2018) afirma que para as micro e pequenas empresas, o processo exportador pode representar um desafio significativo em razão da necessidade de conhecimento especializado e da articulação entre diferentes agentes envolvidos nas operações de comércio exterior. Além disso, a atividade exportadora demanda adequação dos produtos, organização documental e planejamento das operações internacionais. O autor destaca, ainda, que a exportação contribui para o aumento da competitividade empresarial, estimulando melhorias na eficiência operacional e na produtividade.

Além das exigências relacionadas ao planejamento e à execução das operações internacionais, o processo exportador envolve procedimentos administrativos e operacionais específicos do comércio exterior brasileiro. As empresas precisam atender a requisitos documentais, cadastrais e regulatórios para atuar no mercado internacional, utilizando sistemas governamentais como o Sistema Integrado de Comércio Exterior (SISCOMEX), responsável pelo controle das operações de exportação e importação no país (Segre, 2018).

A atuação em mercados internacionais requer das empresas não apenas capacidade produtiva, mas também competências relacionadas ao planejamento das operações, à gestão logística, ao atendimento de exigências regulatórias e ao conhecimento dos mercados de destino (Segre, 2018).

O fortalecimento dessas competências contribui para reduzir riscos, ampliar a competitividade e favorecer a permanência das empresas nas atividades de exportação, especialmente no caso das micro e pequenas empresas, que frequentemente enfrentam limitações de recursos, experiência internacional e capacidade de adaptação às exigências dos mercados externos (Pinheiro, 2025).

De acordo com Fleury, Wanke e Figueiredo (2000), a logística internacional constitui parte fundamental do processo exportador, sendo responsável pela movimentação de mercadorias entre países e pela coordenação de atividades como transporte, armazenagem, embalagem e distribuição. A eficiência dessas operações influencia diretamente o desempenho das exportações, impactando custos, prazos e a confiabilidade das entregas.

Para Paoleschi e Buco (2018), a logística internacional está diretamente relacionada aos negócios internacionais e desempenha papel estratégico na efetivação das operações de comércio exterior. Além de viabilizar a movimentação física das mercadorias entre diferentes países, ela pode constituir um importante diferencial competitivo para as empresas que atuam em mercados globais.

No caso brasileiro, limitações estruturais, como a dependência do transporte rodoviário, gargalos na infraestrutura portuária e elevados custos logísticos, impactam negativamente a competitividade das exportações. Esses fatores afetam de forma mais intensa as micro e pequenas empresas, que possuem menor capacidade de absorver custos adicionais e riscos associados às operações internacionais (Fleury, Wanke; Figueiredo, 2000).

2.3 Micro e Pequenas Empresas (MPEs) e desafios para exportação

As micro e pequenas empresas têm ampliado sua participação nas operações de comércio exterior brasileiro. Embora representem parcela expressiva do número de empresas exportadoras do país, sua participação no valor total das exportações permanece reduzida quando comparada às empresas de maior porte. Esse cenário evidencia a existência de desafios relacionados ao acesso a mercados internacionais, à competitividade e à consolidação das atividades exportadoras nesse segmento (BRASIL, 2023).

Destaca-se que as barreiras à exportação enfrentadas pelas MPEs podem ser classificadas em internas e externas. As barreiras internas estão associadas a aspectos da própria organização, envolvendo limitações de gestão, informação, recursos, marketing e logística. Já as barreiras externas decorrem das condições institucionais, regulatórias, econômicas e competitivas dos mercados internacionais (Morini *et al.*, 2021; Pinheiro, 2025).

No contexto brasileiro, esses desafios são intensificados por fatores como a complexidade burocrática, a necessidade de adequação a normas internacionais, a dificuldade de acesso a crédito e a ausência de uma cultura exportadora consolidada. Além disso, dificuldades relacionadas aos custos logísticos, ao transporte internacional e à definição de canais de distribuição também podem

comprometer a inserção e a permanência das MPEs nos mercados internacionais (Lopez; Gama, 2022; Pinheiro, 2025).

Diversas micro e pequenas empresas enfrentam dificuldades para ingressar e se manter nos mercados internacionais em razão de limitações relacionadas ao acesso à informação, ao conhecimento dos mercados de destino e ao desenvolvimento de capacidades organizacionais voltadas às operações de exportação. Nesse contexto, ações de capacitação e apoio institucional podem contribuir para reduzir essas barreiras e ampliar as condições de competitividade das empresas no comércio internacional (Morini et al., 2021; Pinheiro, 2025).

Além das barreiras relacionadas à gestão e ao acesso a mercados, as micro e pequenas empresas também enfrentam desafios relacionados à adequação de produtos às exigências internacionais. Aspectos como embalagem, rotulagem, certificação, padronização técnica e adaptação às normas dos mercados de destino podem influenciar diretamente a competitividade internacional das empresas (Lopez; Gama, 2022).

A inserção internacional de micro e pequenas empresas depende não apenas da capacidade produtiva, mas também do desenvolvimento de competências relacionadas ao comércio exterior, tais como planejamento, adequação de produtos, conhecimento dos mercados de destino, capacitação gerencial e acesso a informações estratégicas para a tomada de decisão. O fortalecimento dessas capacidades contribui para reduzir incertezas, ampliar a competitividade e favorecer a atuação das empresas nos mercados internacionais (Segre, 2018; Pinheiro, 2025).

A combinação dessas barreiras pode contribuir para a descontinuidade das atividades exportadoras das MPEs, especialmente em situações marcadas pela falta de planejamento estratégico e por limitações de capacidades organizacionais. Nesse contexto, as barreiras à exportação podem desencorajar empresas não exportadoras, restringir a expansão das operações internacionais e contribuir para a saída das empresas dos mercados externos (Morini et al., 2021; Pinheiro, 2025).

2.4 Apoio institucional e o Programa Exporta DF

O apoio institucional desempenha papel estratégico na promoção das exportações, especialmente no que se refere à preparação de micro e pequenas

empresas para atuar no comércio internacional. Programas de capacitação, orientação técnica e promoção comercial contribuem para o desenvolvimento de competências empresariais, para o fortalecimento da capacidade exportadora das empresas e para a redução das barreiras à inserção em mercados externos. Nesse contexto, a capacidade exportadora é compreendida como o grau de preparo da empresa para atuar em mercados internacionais (ApexBrasil, 2023).

Neste estudo, a capacidade exportadora é compreendida como o grau de preparo da empresa para atuar em mercados internacionais, incluindo aspectos relacionados ao conhecimento sobre exportação, adequação de produtos, atendimento às exigências dos mercados externos e estabelecimento de contatos comerciais.

No Brasil, instituições como a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas atuam no fortalecimento da cultura exportadora e na ampliação da participação empresarial no comércio internacional. Essas instituições desenvolvem ações relacionadas à qualificação, inteligência de mercado, orientação técnica e apoio à promoção comercial (ApexBrasil, 2023).

Entende-se por inteligência de mercado o conjunto de informações e análises sobre mercados internacionais que auxilia as empresas na identificação de oportunidades e na tomada de decisões relacionadas à exportação.

As ações de apoio institucional à exportação também podem envolver atividades de promoção comercial internacional, como rodadas de negócios, feiras, missões comerciais e aproximação com compradores estrangeiros. Essas iniciativas contribuem para ampliar oportunidades comerciais, aproximar empresas de mercados externos e favorecer a construção de contatos estratégicos para a atuação internacional (ApexBrasil, 2023).

O apoio institucional pode contribuir para reduzir assimetrias de informação, ampliar o acesso a conhecimento técnico e favorecer a inserção das empresas em mercados externos, especialmente no caso das micro e pequenas empresas (Morini et al., 2021; Pinheiro, 2025).

Nesse contexto, o Programa Exporta DF constitui uma iniciativa voltada à capacitação e à preparação de empresas do Distrito Federal para atuação no comércio internacional. O programa envolve ações relacionadas à qualificação

empresarial, promoção comercial e aproximação das empresas com mercados externos, direcionando-se especialmente a empresas com pouca ou nenhuma experiência exportadora (Fibra, 2025).

Em síntese, as ações desenvolvidas pelo Programa Exporta DF concentram-se em cinco eixos principais: capacitação empresarial, preparação exportadora, adequação de produtos e processos, inteligência e oportunidades de mercado e aproximação com compradores internacionais.

Na seção seguinte, apresenta-se o método adotado para o desenvolvimento da pesquisa.

3 MÉTODO

3.1 Caracterização da pesquisa

A presente pesquisa caracteriza-se como descritiva e exploratória, fundamentada em pesquisa bibliográfica, documental e de campo. Segundo Marconi e Lakatos (2021), os estudos descritivos e exploratórios têm como objetivo descrever determinado fenômeno por meio de análises empíricas e teóricas. Quanto à abordagem, trata-se de uma pesquisa qualitativa, uma vez que busca interpretar percepções e informações institucionais relacionadas ao objeto de estudo.

A pesquisa bibliográfica, também denominada pesquisa de fontes secundárias, tem como finalidade colocar o pesquisador em contato direto com produções já existentes sobre determinado assunto (Marconi; Lakatos, 2021). Nesse sentido, contemplou a revisão de temas relacionados à exportação, ao comércio internacional, à logística internacional e às micro e pequenas empresas.

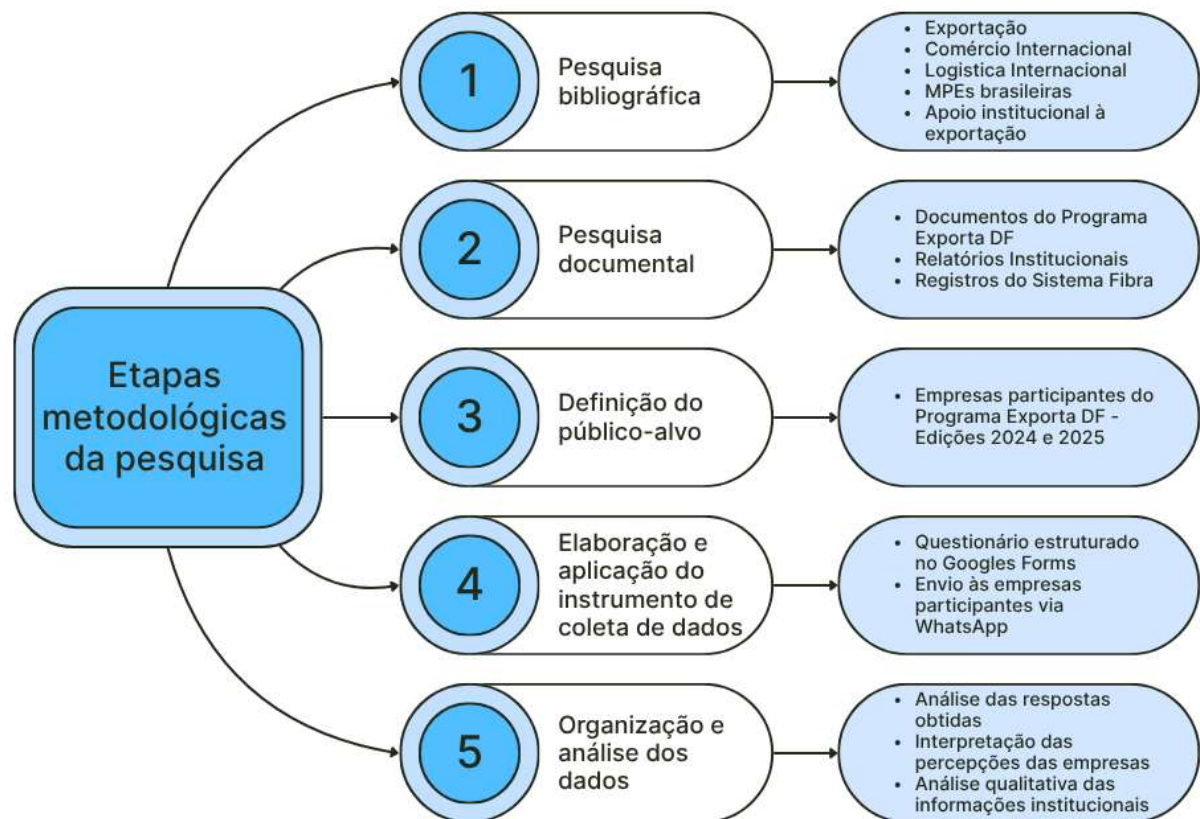
A pesquisa de campo, conforme Marconi e Lakatos (2021), constitui-se, em geral, de levantamento de dados com o objetivo de obter informações acerca de um problema investigado ou identificar novos fenômenos por meio da observação dos fatos tal como ocorrem espontaneamente.

Nesse contexto, a pesquisa de campo contemplou a aplicação de questionário junto às empresas participantes do Programa Exporta DF. Além disso, realizou-se pesquisa documental a partir da análise de documentos e materiais institucionais disponibilizados pelo Sistema Fibra sobre o Programa Exporta DF.

3.2 Procedimentos metodológicos

A Figura 1 apresenta, de forma sintetizada, as etapas metodológicas adotadas na pesquisa, abrangendo a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental, a definição do público-alvo, a aplicação do instrumento de coleta de dados e a organização e análise dos dados obtidos.

Figura 1 - Etapas metodológicas da pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora (2026)

Com a finalidade de coletar dados sobre o Programa Exporta DF, aplicou-se um questionário constituído por perguntas estruturadas, respondidas sem a presença do pesquisador (Marconi; Lakatos, 2021).

A aplicação do questionário foi direcionada às empresas participantes das edições de 2024 e 2025 do Programa Exporta DF, com o objetivo de identificar a percepção das empresas acerca das ações de capacitação e acesso a mercados internacionais desenvolvidas no âmbito do programa.

A edição de 2024 do Programa Exporta DF teve como foco o setor de vestuário e contou com a participação de 15 empresas. Já a edição de 2025 concentrou-se nos setores de alimentos, bebidas e grãos, com a participação de 19 empresas.

Além da aplicação do questionário às empresas participantes do Programa Exporta DF, realizou-se pesquisa documental com o objetivo de analisar qualitativamente as informações institucionais relacionadas ao programa.

Os dados coletados foram examinados à luz da técnica de análise de conteúdo, proposta por Bardin (2016), buscando interpretar as informações obtidas por meio dos questionários e dos documentos institucionais analisados. Para tanto, as informações foram organizadas em eixos temáticos correspondentes às seções do questionário e aos aspectos institucionais investigados, possibilitando a análise das percepções das empresas participantes e das informações institucionais relacionadas ao Programa Exporta DF.

3.3 Coleta e análise de dados

A elaboração do instrumento de pesquisa ocorreu entre os meses de fevereiro e março de 2026, período em que foram definidas as seções e as perguntas do questionário, bem como realizados os ajustes necessários para sua aplicação. Posteriormente, a coleta de dados junto às empresas participantes foi realizada entre abril e maio de 2026.

Para a coleta de dados, foi utilizado um questionário composto por 15 perguntas, elaborado por meio da plataforma Google Forms e enviado aos participantes via WhatsApp. O instrumento foi estruturado em sete seções, sendo uma seção inicial de apresentação e seis seções temáticas (Quadro 1). Das 15 perguntas, seis eram de múltipla escolha e nove foram estruturadas em escala do tipo Likert, com pontuação de 1 a 5, em que 1 correspondia a "discordo totalmente" e 5 a "concordo totalmente".

O questionário foi encaminhado às 34 empresas participantes das edições de 2024 e 2025 do Programa Exporta DF, das quais 10 responderam ao instrumento, correspondendo a 29,4% do universo pesquisado. Considerando a natureza qualitativa da pesquisa, as respostas obtidas foram analisadas com o objetivo de compreender as percepções e experiências das empresas participantes no Programa Exporta DF.

Quadro 1 - Organização do questionário no *Google Forms*

Seções	Conteúdo	Quantidade de perguntas
0	Apresentação	0
1	Perfil das empresas	2
2	Experiência com exportação	2
3	Capacitação e preparação	3
4	Acesso ao mercado internacional	3
5	Percepções sobre a experiência	3
6	Desafios para a atuação no mercado internacional	2

Fonte: Elaborado pela autora (2026)

Na Seção 0 (Apresentação) buscou-se apresentar aos respondentes o objetivo da pesquisa, o tempo estimado e os termos de confidencialidade e participação voluntária.

Já na Seção 1 (Perfil das empresas) procurou-se caracterizar as organizações objeto de estudo no que tange ao seu enquadramento como micro ou pequenas empresas e ao tempo de atuação no mercado.

A Seção 2 (Experiência com exportação) buscou identificar a experiência das empresas com atividades de exportação antes e após a participação no programa.

Na Seção 3 (Capacitação e preparação), buscou-se verificar em que medida o programa ampliou o conhecimento da empresa sobre exportação.

A Seção 4 (Acesso ao mercado internacional) buscou analisar a percepção das empresas quanto à aproximação com potenciais parceiros comerciais ou compradores, além de verificar o nível de acesso às informações sobre o mercado internacional.

Na Seção 5 (Percepções sobre a experiência) foram analisadas as percepções dos respondentes quanto à ampliação da capacidade da empresa para competir em mercados internacionais, a adequação de produtos ou serviços e a ampliação da visão estratégica da empresa.

Na Seção 6 (Desafios para a atuação no mercado internacional) buscou-se identificar os desafios enfrentados pelas empresas na atuação no mercado internacional nos dias atuais, bem como a percepção geral das empresas sobre os resultados obtidos por meio do Programa.

Na próxima seção, são apresentados os resultados da pesquisa, com base nos dados coletados e nas análises realizadas.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

4.1 O Programa Exporta DF

O Exporta DF tem como objetivo facilitar e incentivar a inserção de empresas brasilienses em mercados internacionais, contribuindo com a expansão das exportações do Distrito Federal.

Durante o período de execução do programa, os empresários participam de cursos de capacitação e de ciclos de oficinas, analisam os mercados de destino para exportação, recebem um plano de exportação e participam de feiras de empreendedorismo nacionais e internacionais, com o apoio do projeto Jornada Exportadora da ApexBrasil.

Observou-se a realização de duas edições do Programa Exporta DF, nos anos de 2024 e 2025, das quais participaram, ao todo, 34 empresas. A primeira edição, realizada em 2024, contou com a participação de quinze empresas do setor de vestuário e acessórios, enquanto na segunda edição, realizada em 2025, participaram dezoito empresas do ramo alimentício, de bebidas e grãos.

Além das edições de 2024 e 2025, a Fibra ampliou, em 2026, as ações do Programa Exporta DF com o lançamento da edição Brasília Tech, voltada às empresas de TIC, com foco na ampliação da atuação dessas empresas em mercados globais. No ano de 2026 também foi lançada a edição Exporta DF Pocket, direcionada às indústrias de móveis e decoração com design.

No Quadro 2, apresentam-se as instituições envolvidas no Programa Exporta DF.

Quadro 2 - Instituições envolvidas no Programa Exporta DF

Instituição	Envolvimento	Objetivo no Programa
Fibra	Coordenação	Liderar e estruturar o programa
CIN-DF	Execução	Atuar como gerência técnica, operacional e executiva
ABDI	Parceria técnica	Integrar a jornada da produtividade ao programa
ApexBrasil	Promoção internacional	Promover exportações e investimentos
Sebrae-DF	Capacitação	Fortalecer MPEs e preparar para exportar
BRB	Apoio financeiro	Disponibilizar crédito e soluções bancárias
Correios	Logística	Facilitar exportações simplificadas
Serinter/ GDF	Articulação internacional	Conectar empresas a oportunidades globais
UCB	Suporte técnico e acadêmico	Fornecer suporte técnico, acadêmico e pesquisa para desenvolvimento de projetos
CNI	Fomento à exportação	Atuar como agente de fomento e exportação

Fonte: Elaborado pela autora (2026)

Verifica-se, no Quadro 2, que as dez instituições envolvidas na execução do Programa Exporta DF desempenham funções complementares e estratégicas, contribuindo de forma integrada para o desenvolvimento e a execução das ações do programa.

4.1.1 Exporta DF - Edição 1 - (Ciclo Vestuário) 2024

O Quadro 3 apresenta as empresas, os produtos e o porte das empresas participantes da Edição 1 do Programa Exporta DF.

Quadro 3 - Características das empresas participantes da Edição 2024

Empresa	Produto	Porte da empresa
1	Calças, blusas, shorts saia, tops, conjuntos, etc.	Microempreendedor individual (MEI)
2	Calça legging, blusas e casacos sob medida	Micro Empresa (ME)
3	Sapatos e bolsas feitos à mão	Empresa de Pequeno Porte (EPP)
4	Camisetas e vestidos de algodão, peças em crochê	Micro Empresa (ME)
5	Vestidos, camisetas, calças, saias, conjuntos, macacões, casacos, etc.	Microempreendedor individual (MEI)
6	Bolsas, sandálias, acessórios e óculos	Microempreendedor individual (MEI)
7	Calças, jaquetas, saias, vestidos	Empresa de Médio Porte (EMP)
8	Bolsas e acessórios em couro	Micro Empresa (ME)
9	Vestidos, camisetas, calças, saias, conjuntos, bermudas, coletes, etc.	Micro Empresa (ME)
10	Roupas de modelagem fluídas, Moda Praia e Óculos escuros	Micro Empresa (ME)
11	Bolsas de palha, clutches, chapéus, chaveiros, acessórios de moda artesanal	Micro Empresa (ME)
12	Arte em crochê; bolsas, cintos, chaveiros	Micro Empresa (ME)
13	Vestidos, blusas e shorts.	Micro Empresa (ME)
14	Biquínis, saias, vestidos, etc.	Empresa de Pequeno Porte (EPP)
15	Colares, brincos, pulseiras e anéis.	Micro Empresa (ME)

Fonte: Elaborado pela autora com base em Econodata (2026)

No Quadro 3, observa-se que 60% das empresas participantes são classificadas como microempresas (ME), 20% como microempreendedor individual (MEI), 13,3% como empresas de pequeno porte (EPP) e 6,6% como empresas de médio porte.

Em relação aos produtos comercializados, verifica-se a predominância do segmento de roupas, correspondente a 60% das empresas, com destaque para peças como vestidos, calças e blusas. Os demais 40% concentram-se no segmento de acessórios, incluindo bolsas, calçados, jóias e itens de moda artesanal.

4.1.2 Exporta DF - Edição 2 - Sabores da Capital (Ciclo Alimentos, bebidas e grãos) 2025

Com foco nos setores de alimentos, bebidas e grãos, a Edição 2 do Programa Exporta DF reuniu empresas com diferentes perfis produtivos e níveis de estrutura empresarial. O Quadro 4 apresenta as características das empresas participantes, incluindo os produtos comercializados e o porte das empresas participantes.

Quadro 4 - Características das empresas participantes da Edição 2025

Empresa	Produto	Porte da empresa
1	Cervejas e chopes	Micro Empresa (ME)
2	Produtos de panificação	Microempreendedor individual (MEI)
3	Cachaça e licores	Empresa de Pequeno Porte (EPP)
4	Cervejas artesanais	Empresa de Pequeno Porte (EPP)
5	Produtos veganos	Micro Empresa (ME)
6	Produtos naturais e óleos orgânicos	Micro Empresa (ME)
7	Café (grão e bebida)	Micro Empresa (ME)
8	Sucos naturais	Micro Empresa (ME)
9	Produtos derivados do cacau e de chocolates	Micro Empresa (ME)
10	Cachaças artesanais	Micro Empresa (ME)
11	Pães, bolos e produtos de confeitaria	Micro Empresa (ME)
12	Cereais e grãos diversos	Empresa de Pequeno Porte (EPP)
13	Feijão e grãos	Empresa de Médio Porte (EMP)
14	Cultivo de uva e produção de vinhos finos	Micro Empresa (ME)
15	Queijos, doces de leite e produtos artesanais veganos	Empresa de Pequeno Porte (EPP)
16	Vinhos finos	Micro Empresa (ME)
17	Produtos artesanais à base de fruta específica	Empresa de Pequeno Porte (EPP)
18	Doces tradicionais e sobremesas clássicas	Micro Empresa (ME)
19	Biscoitos caseiros e produtos de milho	Empresa de Pequeno Porte (EPP)

Fonte: Elaborado pela autora com base em Econodata (2026)

No Quadro 4, percebe-se que 57,89% são microempresas (ME), 5,26% são microempreendedor individual (MEI), 31,58% são empresas de pequeno porte (EPP) e 5,26% são empresas de médio porte (EMP). No que se refere à distribuição dos segmentos produtivos, verifica-se que o segmento de bebidas alcoólicas e não alcoólicas representa 31,57% da amostra. Os segmentos de produtos naturais ou veganos, padaria e confeitaria, e grãos e cultivo apresentaram, cada um, participação de 21,05%. Por fim, o segmento de chocolate gourmet possui menor representatividade, com 5,26% da amostra.

4.2 Análise das percepções das empresas sobre a experiência no Programa Exporta DF

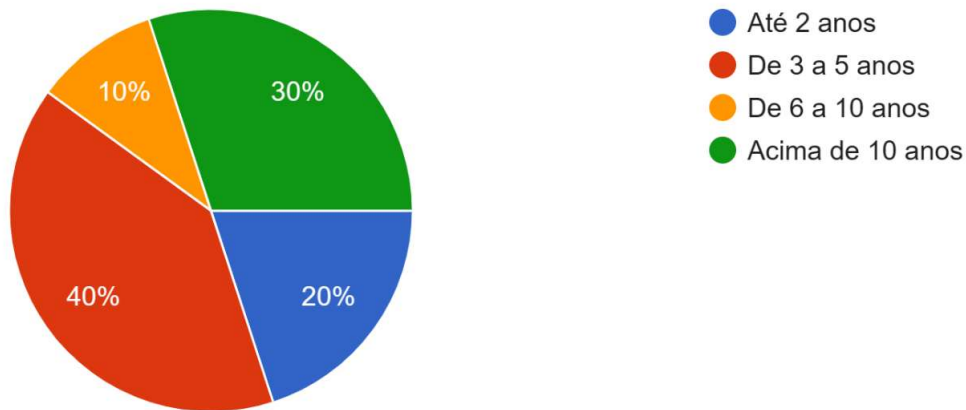
Neste tópico são apresentados os resultados da pesquisa de campo realizada junto às empresas participantes do Programa Exporta DF. A análise fundamenta-se nas respostas obtidas por meio de questionário aplicado às empresas, buscando compreender suas percepções acerca da experiência no programa, da preparação para atuação em mercados internacionais e dos aspectos relacionados ao processo de inserção internacional. Ao todo, foram obtidas respostas de dez empresas participantes das edições de 2024 e 2025 do Programa Exporta DF, cujas informações subsidiaram as análises apresentadas a seguir.

4.2.1 Seção 1 - Perfil das empresas

Na análise do perfil das empresas participantes da pesquisa, observou-se predominância de microempresas, que corresponderam a 90% da amostra. Esse resultado evidencia a forte participação de pequenos negócios entre os respondentes da pesquisa.

Quanto ao tempo de atuação no mercado, verificou-se que 40% das empresas possuem entre 3 e 5 anos de atividade, 30% atuam há mais de 10 anos, 20% possuem até 2 anos de mercado e 10% têm entre 6 e 10 anos de atuação (Figura 2).

Figura 2 - Tempo de atuação no mercado



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

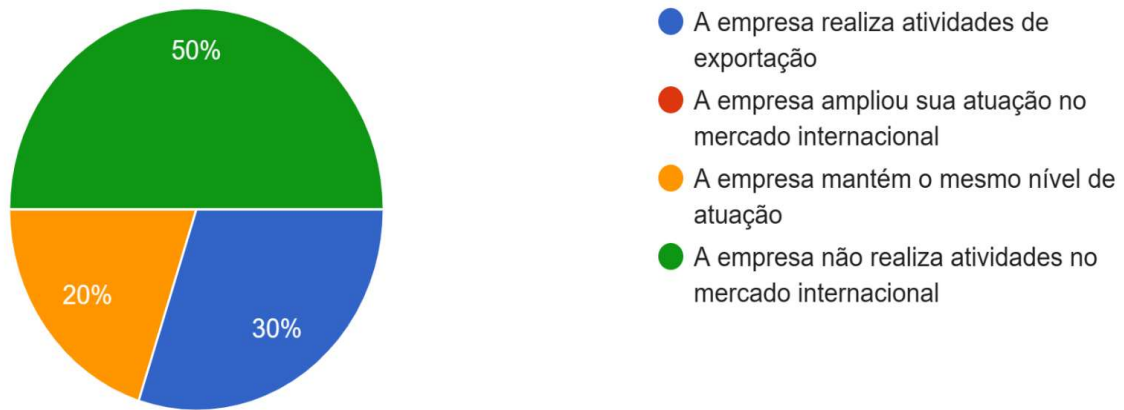
Os resultados evidenciam a participação de empresas com diferentes tempos de atuação, indicando que o interesse pela atuação em mercados internacionais não está restrito a empresas mais consolidadas. Na sequência, são apresentadas informações relativas à experiência das participantes com atividades de exportação e comércio internacional.

4.2.2 Seção 2 - Experiência com exportação

Em relação às experiências anteriores de exportação, observou-se que 90% das empresas participantes da pesquisa declararam que somente a partir da participação no Programa Exporta DF tiveram acesso a atividades voltadas à preparação para atuação em mercados internacionais, enquanto apenas 10% relataram possuir experiência prévia relacionada ao comércio internacional.

Quanto à realização de exportações, verificou-se que 50% das empresas participantes da pesquisa ainda não realizam exportações, enquanto 30% já exportam seus produtos. Os demais 20% mantiveram a mesma condição observada antes da participação no Programa Exporta DF, seja por já exportarem anteriormente, seja por ainda não terem iniciado operações de exportação (Figura 3).

Figura 3 - Situação das empresas em relação à exportação



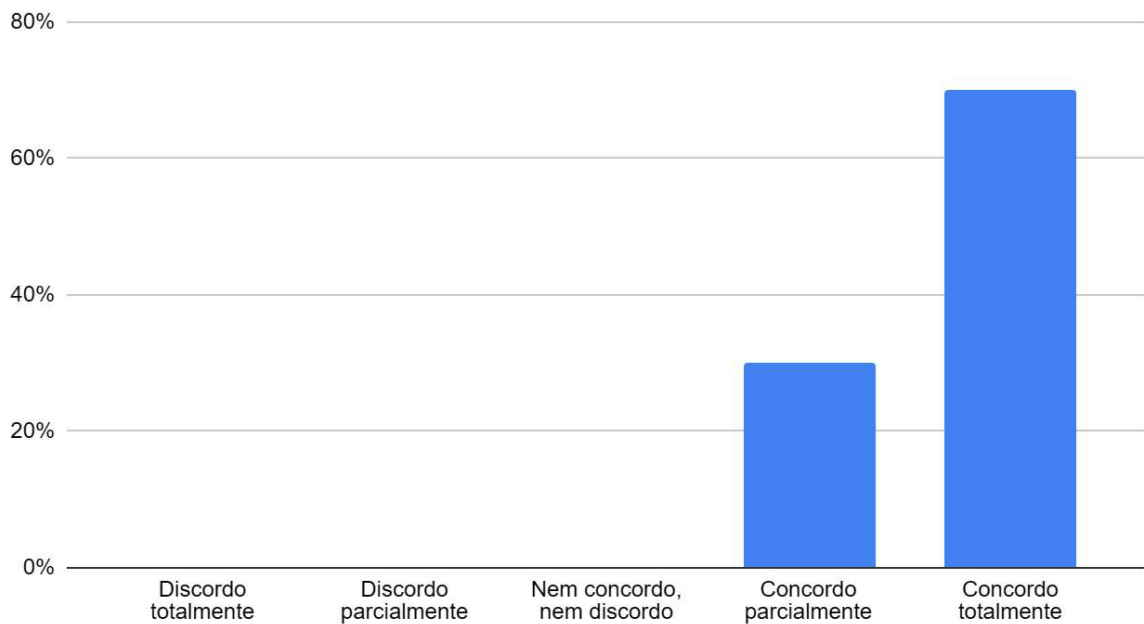
Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Os resultados indicam que a participação no Programa Exporta DF não resultou, necessariamente, no início imediato de operações de exportação para todas as empresas participantes. Ainda assim, observa-se que parte das empresas participantes da pesquisa já realiza exportações e que a maioria teve acesso a atividades relacionadas ao mercado internacional por meio do programa. Na sequência, analisam-se as percepções dos participantes acerca das capacitações e preparações oferecidas.

4.2.3 Seção 3 - Capacitação e preparação

No questionário, as perguntas em escala do tipo *Likert* foram destinadas à experiência em relação às capacitações e preparações oferecidas pelo Programa Exporta DF. Constatou-se que 70% dos respondentes concordaram totalmente que ampliaram seus conhecimentos sobre exportação e 30% concordam parcialmente. Diante disso, os resultados indicam que os participantes perceberam ampliação de seus conhecimentos sobre exportação após a participação no programa.

Figura 4 - Conhecimento sobre exportação



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Nota-se, também, que 70% dos respondentes concordaram totalmente que o programa favoreceu o entendimento sobre os principais processos de exportação, enquanto 30% concordaram parcialmente. Esses dados indicam que os participantes do programa tiveram acesso a conhecimentos especializados sobre as etapas dos processos de exportação.

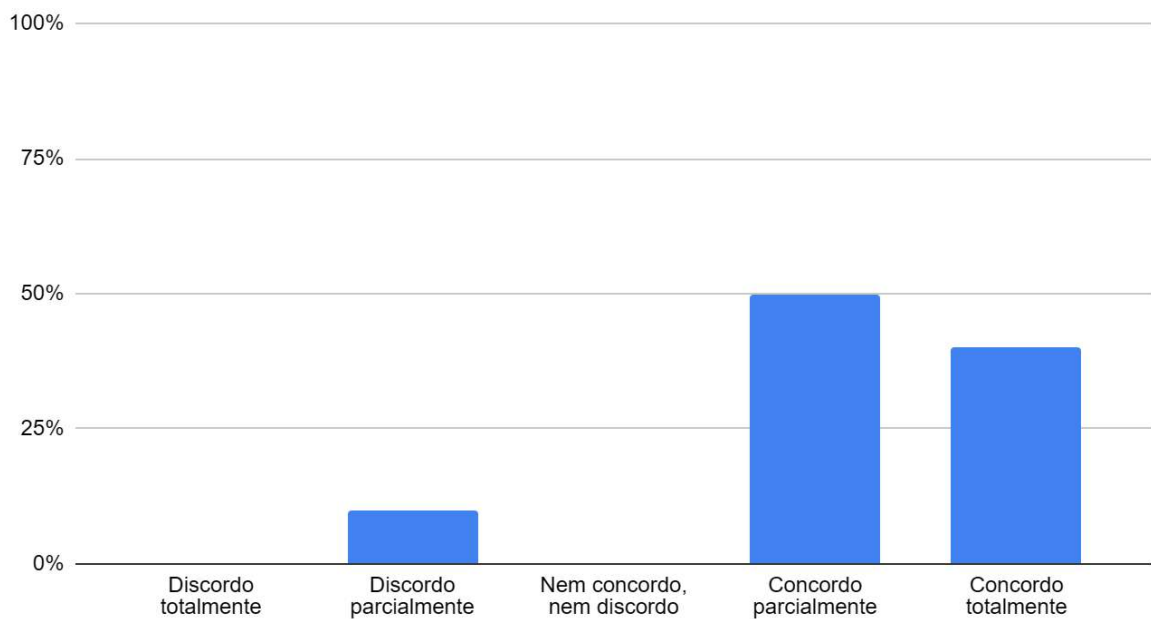
Contudo, no que diz respeito à percepção de segurança, observou-se que 60% concordaram totalmente que se sentem preparados para atuar no mercado internacional, enquanto 40% concordaram parcialmente. Depreende-se, portanto, que, ainda que haja capacitação, parte das empresas não se sente totalmente preparada para ingressar no mercado externo.

Na sequência, são apresentados os resultados relacionados à percepção das empresas acerca do acesso ao mercado internacional proporcionado pelo Programa Exporta DF.

4.2.4 Seção 4 - Acesso ao mercado internacional

A seção 4 do questionário abordou o acesso ao mercado internacional. Entre os empresários que participaram do Programa Exporta DF, 40% concordaram totalmente que a iniciativa favoreceu o acesso a informações sobre o mercado internacional, 50% concordaram parcialmente e 10% discordaram parcialmente (Figura 5). Observa-se uma distribuição de percepções positivas quanto à assistência do programa para o acesso a dados de mercado relacionadas ao comércio internacional. No entanto, os 10% de discordância parcial sugerem que parte das empresas necessite de orientações específicas voltadas ao cenário global.

Figura 5 - Acesso a informações sobre o mercado internacional



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Verificou-se que 60% dos empresários concordaram totalmente que o Exporta DF auxiliou na aproximação com potenciais parceiros comerciais ou compradores, enquanto 30% concordaram parcialmente e 10% posicionaram-se de forma neutra (nem concordaram, nem discordaram). Os resultados indicam que a maioria das empresas participantes da pesquisa confirmou que o programa auxiliou na aproximação com possíveis parceiros e representantes comerciais de organizações estrangeiras. Além disso, a neutralidade de 10% dos respondentes revela que

alguns empreendedores podem demandar ações mais específicas de aproximação comercial.

Segundo os respondentes, 80% concordaram totalmente que a experiência no Exporta DF favoreceu a identificação de oportunidades no mercado internacional, enquanto 20% concordaram parcialmente. Essa questão apresentou um dos resultados mais expressivos da pesquisa, com a maior avaliação positiva entre os participantes. Esse resultado evidencia que os participantes associaram a experiência no programa à ampliação da visão estratégica para identificação de oportunidades em mercados internacionais.

Na sequência, complementando a análise sobre o acesso ao mercado internacional, avaliou-se a percepção dos participantes em relação à contribuição do programa para a aproximação com potenciais parceiros comerciais e compradores internacionais.

4.2.5 Seção 5 - Percepções sobre a experiência

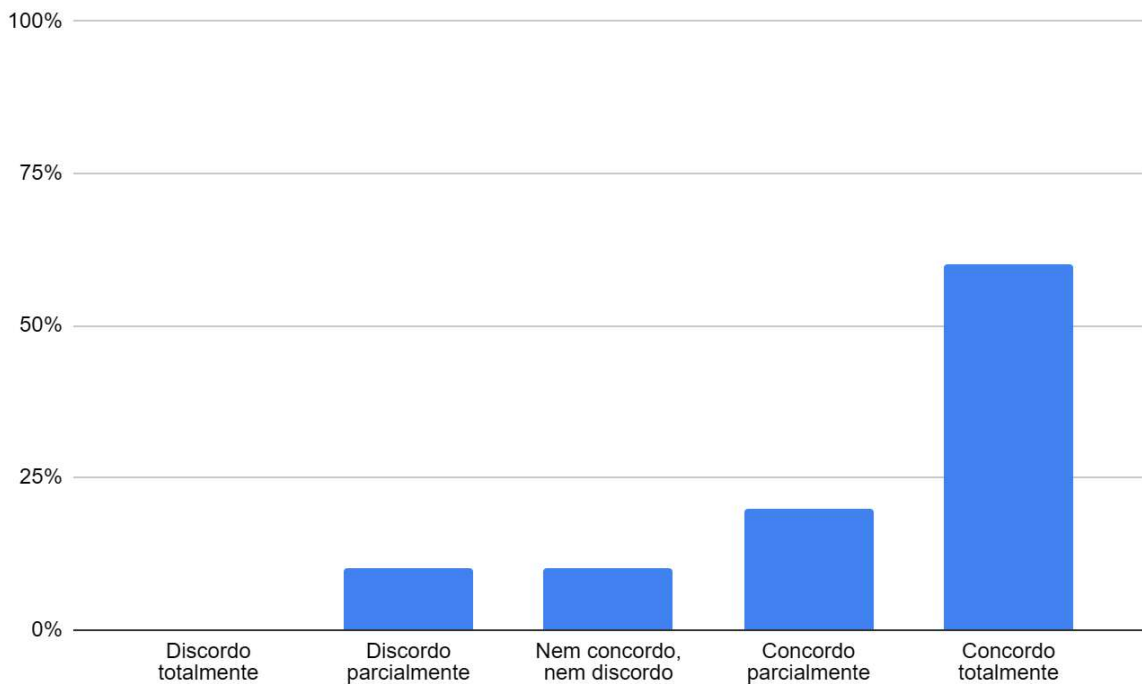
A percepção das empresas participantes da pesquisa constitui um dos elementos centrais deste estudo para compreender suas experiências em relação à preparação e à atuação em mercados internacionais. Nesse sentido, 50% dos empresários concordaram totalmente que o Exporta DF contribuiu para melhorar a sua capacidade de competir no mercado externo, 40% concordaram parcialmente e 10% discordaram parcialmente da afirmação.

Esses indicadores sugerem que a experiência no programa esteve associada à percepção de fortalecimento da capacidade competitiva das empresas para atuação em mercados internacionais. Entretanto, a existência de respostas de concordância parcial e discordância parcial demonstra que essa percepção variou entre os participantes da pesquisa.

Os dados da pesquisa apontam que 60% dos respondentes concordaram totalmente que o Exporta DF ofereceu apoio à adequação de produtos ou serviços às exigências internacionais, enquanto 20% concordaram parcialmente, 10% posicionaram-se de forma neutra e 10% discordaram parcialmente (Figura 6). Embora os resultados sejam favoráveis, a oscilação nas respostas aponta que as

dificuldades de adequação variam conforme as regras e exigências de cada país de destino.

Figura 6 - Apoio à adequação de produtos ou serviços



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

Em relação à ampliação da visão estratégica das empresas para atuação no comércio exterior, 60% dos integrantes concordaram totalmente e 40% concordaram parcialmente. Esse resultado indica que os participantes perceberam contribuições da iniciativa para o desenvolvimento de visão estratégica em relação à exportação. Além disso, os resultados sugerem que a experiência no programa esteve associada ao fortalecimento da cultura exportadora entre as empresas participantes.

Na sequência, buscou-se identificar os principais desafios enfrentados pelas empresas para atuar em mercados internacionais, considerando que a inserção e a permanência no comércio exterior envolvem obstáculos que vão além da preparação e da adequação de produtos e serviços.

4.2.6 Seção 6 - Desafios para a atuação no mercado internacional

Quanto aos desafios de exportação, os dados indicam que os maiores desafios para as microempresas são os custos logísticos elevados (70%), o que demonstra um obstáculo recorrente, uma vez que a complexidade dos modais de transporte impacta diretamente o preço final e a competitividade das exportações. Outro ponto de destaque, apontado por 60% dos respondentes, refere-se à burocracia e à complexidade dos processos aduaneiros. Esse cenário evidencia que a carga burocrática e os custos logísticos constituem barreiras relevantes que dificultam a entrada e a permanência de pequenos negócios em mercados globais.

A dificuldade em estabelecer parcerias com compradores no exterior (50%) configura um desafio central para o alcance de novos mercados. Simultaneamente, tanto as exigências técnicas, regulatórias ou sanitárias internacionais (40%) quanto às limitações da capacidade produtiva (40%) aparecem com o mesmo percentual, o que significa que ambas são barreiras estruturais relevantes para o crescimento das empresas.

A combinação desses fatores demonstra que a inserção no mercado internacional exige das microempresas uma estratégia comercial estruturada, além de adequação operacional e conformidade com as normas técnicas, requisitos fundamentais para viabilizar o ingresso no mercado externo.

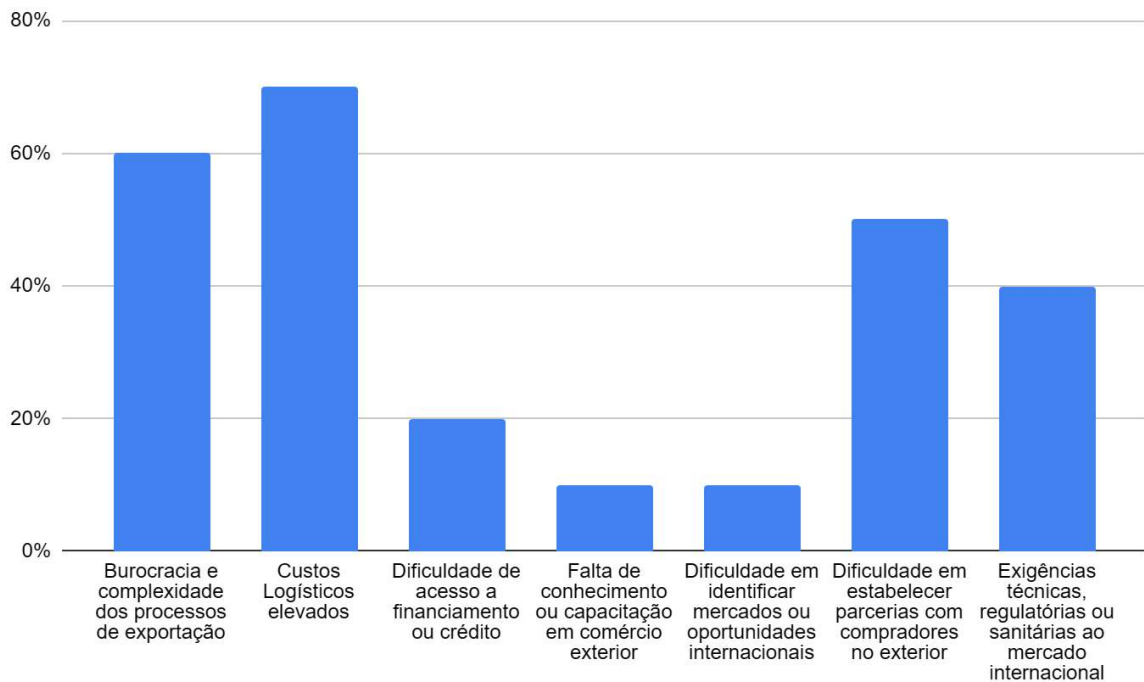
Também se destacam a dificuldade de acesso a financiamentos ou crédito (20%) e a necessidade de adaptação de produtos ou serviços ao mercado internacional (20%), fatores que evidenciam barreiras financeiras e operacionais que podem limitar o ritmo de crescimento das empresas no exterior.

Por fim, a falta de conhecimento ou capacidade técnica em comércio exterior (10%) e a dificuldade em identificar mercados e oportunidades internacionais (10%) surgem como obstáculos que, embora menos frequentes, ainda restringem a capacidade de expansão dessas organizações, tornando o processo de inserção em mercados internacionais um desafio para o segmento de microempresas.

Esses resultados corroboram a literatura que identifica custos logísticos, exigências regulatórias, acesso à informação e dificuldades de inserção em mercados internacionais como desafios recorrentes para micro e pequenas empresas exportadoras (Morini et al., 2021; Lopez; Gama, 2022; Pinheiro, 2025).

A Figura 7, a seguir, mostra os desafios para atuação no mercado internacional.

Figura 7 - Desafios de exportação para MPEs



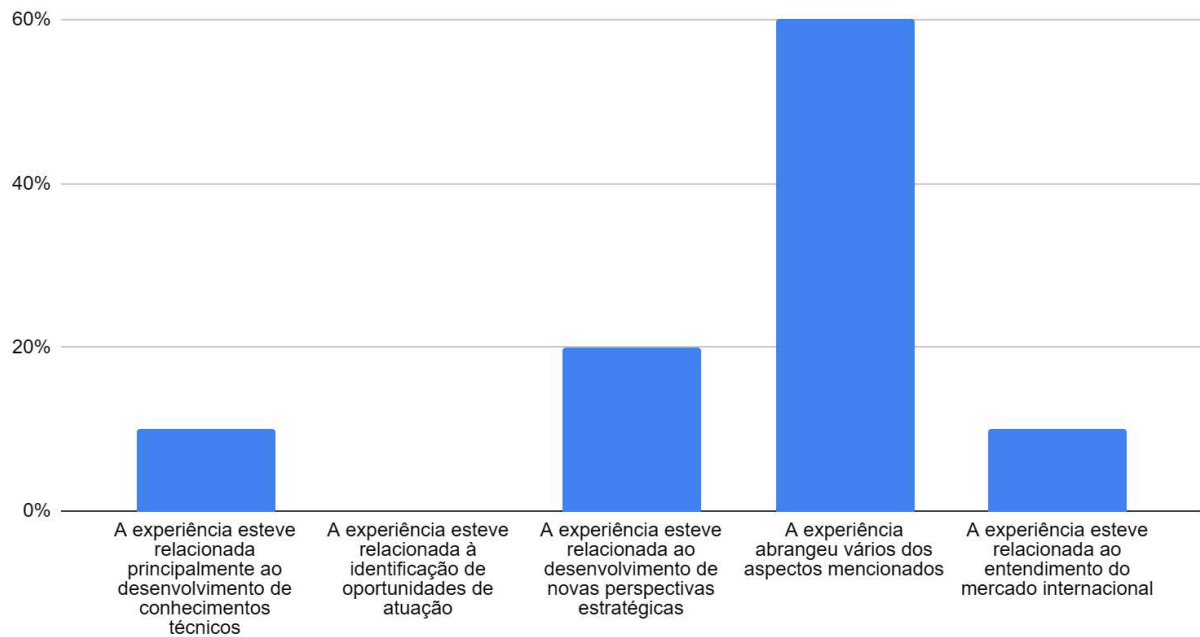
Fonte: Dados da pesquisa (2026)

No que tange à experiência geral das empresas participantes no Programa Exporta DF, observou-se que a maioria dos respondentes, correspondendo a 60%, indicou que a vivência abrange múltiplos aspectos dentre os mencionados. Adicionalmente, 20% dos respondentes assinalaram que a experiência esteve diretamente relacionada ao desenvolvimento de novas perspectivas estratégicas, enquanto o entendimento do mercado internacional e o desenvolvimento de conhecimentos técnicos foram apontados por 10% dos empresários para cada categoria.

Esses resultados demonstram que o programa atua de forma abrangente na formação empresarial, embora o impacto percebido possa se concentrar em áreas estratégicas ou técnicas específicas a depender do perfil e da maturidade de cada negócio.

Na sequência, complementando a análise dos desafios enfrentados pelas empresas, examinou-se a avaliação dos participantes sobre sua experiência geral no Programa Exporta DF (Figura 8).

Figura 8 - Experiência geral no Programa Exporta DF



Fonte: Dados da pesquisa (2026)

A análise das percepções das empresas participantes da pesquisa permite observar que a experiência no Programa Exporta DF envolveu diferentes dimensões relacionadas à preparação para atuação em mercados internacionais, incluindo capacitação, acesso a informações, identificação de oportunidades e ampliação da visão estratégica. Embora os participantes tenham reconhecido contribuições associadas ao programa, também foram identificados desafios relacionados aos custos logísticos, às exigências regulatórias e à prospecção de compradores internacionais.

Com o intuito de complementar essa análise, o próximo tópico apresenta a perspectiva institucional sobre a execução e os resultados do Programa Exporta DF.

4.3 Análise qualitativa das informações institucionais

Com o objetivo de compreender a perspectiva institucional sobre o Programa Exporta DF, foram analisados documentos produzidos pela Federação das Indústrias do Distrito Federal (Fibra), incluindo relatórios e materiais institucionais referentes às edições de 2024 e 2025. A análise buscou identificar os objetivos, as ações desenvolvidas e os resultados apresentados pela instituição em relação à preparação das empresas para atuação em mercados internacionais.

4.3.1 Exporta DF - Edição 2024

Segundo informações institucionais, as atividades ocorreram entre abril e dezembro de 2024, período em que as empresas participantes do segmento da moda percorreram uma trilha de exportação estruturada em três etapas: orientar, adequar e conectar. A proposta institucional do programa esteve relacionada ao desenvolvimento de conhecimento, preparação e aproximação das empresas com mercados internacionais, conforme Quadro 5, a seguir (Fibra, 2024).

Quadro 5 – Síntese do Programa Exporta DF 2024

Item	Descrição
Segmento atendido	Moda (vestuário e acessórios)
Número de empresas participantes	15 empresas
Perfil das empresas	4 de moda fitness e praia; 5 de moda feminina; 5 de acessórios; 1 de jóias
Experiência prévia com exportação	8 possuíam experiência prévia com exportação
Estrutura do programa	Orientar, adequar e conectar
Capacitação técnica	100% capacitadas em adequação de modelagem internacional
Aperfeiçoamento de produtos/processos	83% das empresas
Aumento da maturidade exportadora	89% das empresas
Reuniões de negócios internacionais	109 reuniões

Negócios com expectativa de vendas	24
Negócios fechados	7 exportações realizadas
Novos mercados alcançados	14 mercados internacionais

Fonte: Elaborado pela autora com base em Fibra (2024)

As informações institucionais evidenciam que a Fibra apresenta o Programa Exporta DF como uma iniciativa voltada à preparação gradual das micro e pequenas empresas para atuação no mercado internacional. Os resultados destacados pela instituição demonstram ênfase no desenvolvimento de capacidades exportadoras, no aperfeiçoamento de produtos e na ampliação das conexões comerciais internacionais (Fibra, 2024).

Outro aspecto enfatizado institucionalmente refere-se à participação predominante de empresas lideradas por mulheres e à presença significativa de empresas sem experiência prévia em exportação, o que reforça a proposta do programa de ampliar o acesso de pequenos negócios ao comércio internacional (Fibra, 2024).

Além disso, os resultados relacionados às reuniões de negócios, aos novos mercados alcançados e aos negócios efetivados indicam que a Fibra compreende o programa não apenas como uma ação de capacitação, mas também como mecanismo de aproximação comercial internacional (Fibra, 2024).

4.3.2 Exporta DF - Edição 2025

As atividades da segunda edição do Programa Exporta DF 2025 foram direcionadas aos segmentos de alimentos, bebidas e beneficiamento de grãos. Segundo as informações institucionais, dezenove empresas concluíram a trilha de exportação estruturada em três etapas: oficinas práticas para elaboração do plano de exportação, imersão voltada à adequação de produtos ao mercado externo e conexão com empresas internacionais para prospecção de tendências e oportunidades de negócios (Fibra, 2025).

No Quadro 6, a seguir, apresentam-se os principais aspectos institucionais e os resultados divulgados sobre a edição de 2025 do programa.

Quadro 6 – Síntese do Programa Exporta DF 2025

Item	Descrição
Segmentos atendidos	Alimentos, bebidas e beneficiamento de grãos
Número de empresas participantes	19 empresas
Perfil das empresas	6 de bebidas alcoólicas e não alcoólicas; 4 de produtos naturais ou veganos; 4 de padaria e confeitaria; 4 de grãos; 1 de chocolate gourmet
Estrutura do programa	Oficinas práticas, adequação de produtos e conexão com mercados internacionais
Principais ações desenvolvidas	Adequação de embalagens e rotulagem bilíngue; certificações; habilitações; melhoria de produtos; comunicação internacional; fichas técnicas; modelagem e construção do produto
Capacitação complementar	Formação de preço para exportação e modalidades de pagamento internacional
Aperfeiçoamento de produtos, serviços ou processos	80% das empresas
Aumento da maturidade exportadora	80% das empresas
Reuniões de negócios internacionais	141 reuniões
Participação na Jornada da Produtividade – ABDI	15 empresas
Negócios fechados	5 exportações realizadas
Novos mercados alcançados	27 mercados internacionais

Fonte: Elaborado pela autora com base em Fibra (2025)

As informações institucionais analisadas demonstram que a edição de 2025 do Programa Exporta DF apresentou enfoque na adequação técnica e comercial das

empresas participantes para atuação internacional. Os registros institucionais evidenciam atenção a aspectos relacionados à competitividade internacional, especialmente quanto à adaptação de produtos, comunicação internacional, rotulagem, certificação e formação de preços para exportação.

Além disso, os resultados apresentados pela Fibra indicam que a edição de 2025 foi associada ao aperfeiçoamento de produtos, serviços ou processos e à ampliação da maturidade exportadora das empresas participantes. Os dados relacionados às reuniões internacionais, às exportações realizadas e aos novos mercados alcançados também evidenciam a ênfase institucional na aproximação comercial das empresas do Distrito Federal com mercados internacionais.

Com base nos resultados apresentados nas seções anteriores, apresenta-se a seguir uma análise integrada das evidências obtidas junto às empresas participantes e das informações institucionais, buscando uma compreensão mais abrangente do Programa Exporta DF.

4.3.3 Síntese integrada dos resultados

Após a análise das percepções das empresas participantes e das informações institucionais referentes ao Programa Exporta DF, realizou-se uma síntese integrada dos resultados, buscando identificar pontos de convergência entre as duas fontes de informação. A Figura 9 apresenta a organização adotada para essa etapa da pesquisa.

Figura 9 - Organização da análise integrada dos dados



Fonte: Elaborado pela autora (2026)

Conforme ilustrado na Figura 9, a análise integrada foi desenvolvida a partir das percepções das empresas participantes e dos documentos institucionais do Programa Exporta DF. A articulação dessas informações permitiu compreender de forma mais abrangente a experiência das empresas participantes e a perspectiva institucional relacionada à preparação e à atuação em mercados internacionais.

A análise integrada dos resultados evidenciou alinhamento entre as percepções das empresas participantes e as informações institucionais relacionadas à execução do Programa Exporta DF. Em ambas as fontes, destacaram-se aspectos associados à ampliação do conhecimento sobre exportação, à preparação para atuação internacional, ao aperfeiçoamento de produtos e processos e à aproximação com potenciais compradores e mercados externos.

Sob a perspectiva das empresas participantes, os resultados do questionário indicaram percepções favoráveis quanto às ações de capacitação, ao acesso a

informações sobre o comércio internacional, à identificação de oportunidades de negócios e à ampliação da visão estratégica para atuação no mercado externo. De forma complementar, os documentos institucionais analisados demonstraram que as ações desenvolvidas pelo programa envolveram atividades de capacitação, adequação de produtos, formação exportadora e promoção de conexões comerciais internacionais.

Os resultados obtidos a partir dessas duas fontes de informação sugerem que as ações desenvolvidas pelo Programa Exporta DF foram percebidas pelas empresas como relevantes para sua preparação para atuação em mercados internacionais. A experiência no programa esteve associada não apenas à aquisição de conhecimentos sobre exportação, mas também ao fortalecimento da compreensão sobre exigências do comércio internacional e à ampliação das oportunidades de contato com potenciais parceiros comerciais.

Por outro lado, os resultados também evidenciaram a permanência de desafios relacionados aos custos logísticos, à burocracia dos processos aduaneiros, às exigências técnicas dos mercados internacionais e à prospecção de compradores no exterior. Esses aspectos indicam que, embora o programa contribua para a preparação das empresas participantes, a atuação em mercados internacionais continua condicionada a fatores externos que extrapolam o escopo das ações de apoio institucional.

Com a finalidade de sintetizar os principais resultados da pesquisa, apresenta-se o Quadro 7, que relaciona os objetivos específicos e os resultados alcançados.

Quadro 7 – Síntese do alcance dos objetivos específicos

Objetivos específicos	Resultados alcançados
<p>1. Caracterizar o Programa Exporta DF quanto às suas ações, instituições parceiras e proposta de apoio às empresas participantes.</p>	<p>Verificou-se que o programa foi estruturado por meio da atuação conjunta de instituições parceiras e contemplou ações de capacitação, adequação de produtos e aproximação com mercados internacionais, atendendo diferentes segmentos econômicos nas edições analisadas.</p>
<p>2. Analisar a percepção das empresas participantes sobre sua experiência no Programa Exporta DF e sua preparação para atuação em mercados internacionais.</p>	<p>As empresas relataram percepções favoráveis quanto à preparação para atuação em mercados internacionais, especialmente em aspectos relacionados ao conhecimento sobre exportação, ao acesso a informações e à identificação de oportunidades de negócios, embora tenham apontado desafios relacionados aos custos logísticos elevados e à burocracia e complexidade dos processos aduaneiros.</p>
<p>3. Examinar as informações institucionais relacionadas à execução do Programa Exporta DF.</p>	<p>Os documentos institucionais, principalmente os relatórios disponibilizados (Fibra, 2024; Fibra, 2025) destacaram resultados relacionados à maturidade exportadora, ao aperfeiçoamento de produtos e processos, à realização de reuniões de negócios internacionais e à aproximação com mercados externos.</p>

Fonte: Elaborado pela autora (2026)

Os resultados obtidos na pesquisa mostram-se convergentes com as discussões apresentadas na fundamentação teórica acerca dos desafios enfrentados por micro e pequenas empresas na atuação em mercados internacionais. Conforme discutido no referencial teórico, aspectos relacionados ao conhecimento sobre exportação, à adequação de produtos, ao acesso a mercados e

às exigências do comércio internacional constituem desafios recorrentes para esse segmento empresarial. De forma semelhante, as empresas participantes relataram percepções relacionadas à ampliação do conhecimento sobre exportação e apontaram desafios associados aos custos logísticos, à burocracia aduaneira e à aproximação com compradores internacionais.

A análise conjunta das informações obtidas junto às empresas participantes da pesquisa e dos documentos institucionais relacionados ao Programa Exporta DF permitiu identificar convergência entre as percepções dos respondentes e as informações institucionais analisadas. Essa convergência foi observada principalmente nas dimensões relacionadas à preparação exportadora, à ampliação do conhecimento sobre comércio internacional e às oportunidades de aproximação com mercados externos.

De modo geral, os resultados obtidos permitiram compreender a experiência das empresas participantes no Programa Exporta DF e a perspectiva institucional de sua execução, evidenciando contribuições relacionadas à preparação para atuação em mercados internacionais, ao desenvolvimento de competências exportadoras e à aproximação com mercados externos.

A partir das análises realizadas, apresentam-se, na seção seguinte, as conclusões do estudo.

5 CONCLUSÕES

A presente pesquisa teve como objetivo analisar a experiência das empresas participantes no Programa Exporta DF e a perspectiva institucional de sua execução no contexto da preparação e atuação em mercados internacionais. O objetivo proposto foi alcançado a partir da análise das informações obtidas por meio da pesquisa bibliográfica, documental e de campo, incluindo questionário aplicado às empresas participantes das edições de 2024 e 2025 do programa e documentos institucionais disponibilizados pela Fibra.

Os resultados indicaram que as empresas participantes associaram sua experiência no Programa Exporta DF ao acesso a conhecimentos relacionados ao comércio internacional, à adequação de produtos, ao contato com compradores internacionais e à compreensão das exigências dos mercados externos. As informações institucionais analisadas evidenciaram ações de capacitação, preparação exportadora e aproximação comercial internacional.

A análise qualitativa dos documentos institucionais permitiu identificar que a Fibra e as instituições parceiras apresentam o Programa Exporta DF como uma iniciativa de apoio à competitividade e à atuação de micro e pequenas empresas do Distrito Federal em mercados internacionais. Os documentos analisados destacaram resultados relacionados ao aumento da maturidade exportadora, ao aperfeiçoamento de produtos e processos, à realização de reuniões de negócios internacionais e à abertura de novos mercados.

A análise conjunta das percepções das empresas e das informações institucionais indicou alinhamento entre a experiência relatada pelos participantes e as ações desenvolvidas no âmbito do programa, especialmente quanto à preparação para atuação em mercados internacionais.

Como limitação da pesquisa, destaca-se o número reduzido de respostas obtidas junto às empresas participantes do Programa Exporta DF. Ainda assim, os resultados possibilitaram compreender experiências empresariais e informações institucionais relacionadas ao programa, considerando a natureza qualitativa do estudo e a articulação entre pesquisa documental e pesquisa de campo.

Para pesquisas futuras, sugere-se a realização de estudos comparativos entre diferentes programas de apoio à exportação e suas contribuições para a preparação de empresas para atuação em mercados internacionais.

Por fim, esta pesquisa apresenta contribuições científicas, práticas e acadêmicas. No campo científico, amplia o conhecimento sobre a preparação empresarial para atuação em mercados internacionais e sobre o papel dos programas de apoio à exportação nesse processo. Em termos práticos, sistematiza informações sobre a experiência das empresas participantes e pode subsidiar o aperfeiçoamento de iniciativas voltadas à preparação exportadora. No âmbito acadêmico, amplia as informações disponíveis sobre o Programa Exporta DF e pode servir de referência para futuras pesquisas sobre programas de apoio à atuação em mercados internacionais.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÕES E INVESTIMENTOS (ApexBrasil). *Memória institucional 2023*. Brasília, DF: ApexBrasil, 2023. Disponível em: <https://ApexBrasil.com.br/memoria> Acesso em: 05 ago. 2025.

BARDIN, Lawrence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2016.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. *Comex Stat: estatísticas de comércio exterior*. Brasília, DF: MDIC, 2023. Disponível em: <https://comexstat.mdic.gov.br/pt/home>. Acesso em: 20 ago. 2025.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. *Pequenos negócios correspondem a 41% das empresas brasileiras que exportam*. Brasília, DF: MDIC, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/noticias/2023/marco/pequenos-negocios-correspondem-a-41-das-empresas-brasileiras-que-exportam>. Acesso em: 22 out. 2025.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA (CNI). *Desafios à competitividade das exportações brasileiras 2025*. Brasília: CNI, 2025. Disponível em: <https://www.portaldaindustria.com.br/estatisticas/pqt-desafios-competitividade-das-exportacoes-brasileiras-2025/>. Acesso em: 02 mai. 2026.

DISTRITO FEDERAL. Instituto de Pesquisa e Estatística do Distrito Federal (IPEDF). *Boletim do Comércio Exterior do Distrito Federal: síntese anual 2024*. Brasília, DF: IPEDF, 2025. Disponível em: <https://www.ipe.df.gov.br/documents/d/ipedf/boletim-do-comercio-exterior-do-df-sintese-anual-2024-pdf>. Acesso em: 12 set. 2025.

DISTRITO FEDERAL. Instituto de Pesquisa e Estatística do Distrito Federal (IPEDF). *Boletim do Comércio Exterior do Distrito Federal mostra aumento nas transações internacionais em 2025*. Brasília, DF: IPEDF, 2026. Disponível em: <https://www.ipe.df.gov.br/w/boletim-do-comercio-exterior-do-distrito-federal-mostra-aumento-nas-transacoes-internacionais-em-2025>. Acesso em: 02 mar. 2026.

ECONODATA. Consulta Empresa. Disponível em: <https://www.econodata.com.br/consulta-empresa> Acesso em: 05 abr 2025.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO DISTRITO FEDERAL (Fibra). *Centro Internacional de Negócios*. Brasília, DF: Fibra, 2025. Disponível em: <https://www.sistemaFibra.org.br/Fibra/areas-de-atuacao/comercio-exterior>. Acesso em: 12 jul. 2025.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO DISTRITO FEDERAL (Fibra). *Relatório de Atividades da Fibra 2024*. Brasília, DF: Fibra, 2024. Disponível em: <https://www.sistemaFibra.org.br/Fibra/institucional/relatorio-de-atividades> Acesso em: 27 mar. 2026.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO DISTRITO FEDERAL (Fibra). *Relatório de Atividades da Fibra 2025*. Brasília, DF: Fibra, 2025. Disponível em: <https://www.sistemaFibra.org.br/Fibra/institucional/relatorio-de-atividades> Acesso em: 27 mar. 2026.

FLEURY, Paulo Fernando; WANKE, Peter; FIGUEIREDO, Kleber Fossati (org.). *Logística empresarial: a perspectiva brasileira*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

LOPEZ, José Manoel Cortiñas; GAMA, Marilza. *Comércio exterior competitivo*. vol. I. 5. ed. São Paulo: Aduaneiras, 2021.

LUDOVICO, Nelson. *Logística internacional: um enfoque em comércio exterior*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

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

MORINI, Cristiano et al. Export barriers for SMEs from emerging markets. *Brazilian Administration Review*, v. 18, n. 4, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bar/a/Y9TdBmBNQN3JQtwB6JwbyYx/>. Acesso em: 5 set. 2025.

PAOLESCHI, Bruno; BUCO, Cidálio dos Reis. *Logística internacional: aspectos econômicos internacionais, comércio e portos*. São Paulo: Érica, 2018.

PINHEIRO, Daniel Calbino. Barreiras para a exportação de mercados emergentes: o caso das MPEs de cachaça. *Revista Ciências Administrativas*, Fortaleza, v. 31, p. 1-19, 2025. Disponível em: <https://ojs.unifor.br/rca/article/view/16208>. Acesso em: 20 fev. 2026.

ROBLES, Léo Tadeu; NOBRE, Marisa. *Logística internacional: uma abordagem para a integração de negócios*. Curitiba: Intersaberes, 2016.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (Sebrae). *Anuário do trabalho nos pequenos negócios em 2023*. Brasília, DF: Sebrae, 2023.

SEGRE, German (org.). *Manual prático de comércio exterior*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2018.