

9

Dimensão 7: Acesso ao mercado e internacionalização

Apesar das vantagens, as PMEs estão menos abertas à internacionalização em comparação com as empresas de maior porte. Os caminhos para a internacionalização das PMEs dependem de suas competências, recursos e capacidade de colaborar com parceiros nacionais e internacionais, facilitando o envolvimento direto ou indireto em importações e exportações. Este capítulo avalia as políticas e os programas que apoiam as PMEs na internacionalização de suas operações, nos esforços de facilitação do comércio, no envolvimento com o comércio eletrônico, na obtenção de padrões de qualidade e no aproveitamento dos esforços de integração da América Latina e do Caribe (ALC).

Quadro de avaliação

A internacionalização geralmente é vista apenas como um processo ligado às exportações; no entanto, de um ponto de vista mais amplo, ela abrange a decisão de uma empresa de visar um ou mais mercados além de sua localização original. É um processo dinâmico que se ajusta a mudanças em vários fatores (Peralta-Jiménez and Tonon-Ordóñez, 2022[1]). Enquanto aproximadamente 10% das PMEs latino-americanas exportam parte de sua produção, na Europa, esse número sobe para pelo menos 40%. As PMEs latino-americanas representam um espectro diversificado, que vai desde microempresas envolvidas em trabalhos autônomos informais até empresas inovadoras com recursos robustos de exportação. Com políticas consistentes e coordenadas, as PMEs poderiam servir como agentes de transformação estrutural ao aumentar a produtividade (ECLAC, s.f.[2]).

Apesar das vantagens, as PMEs estão menos inclinadas a se internacionalizar em comparação com as empresas maiores. Os caminhos para a internacionalização das PMEs dependem de suas habilidades, recursos e capacidade de colaborar com parceiros nacionais e internacionais, facilitando o envolvimento direto ou indireto em importações e exportações. A internacionalização das PMEs traz vários benefícios, inclusive o acesso a novos mercados e a utilização otimizada de recursos. Ao entrar em um mercado global de mais de 8 bilhões de pessoas, as PMEs podem aumentar as vendas e diversificar os fluxos de receita. Além disso, a internacionalização promove a eficiência no gerenciamento de recursos, como mão de obra, capital e tecnologia, à medida que as PMEs se adaptam para se tornarem mais competitivas e aprimorem os processos de produção. Aliás, as PMEs podem obter percepções valiosas das melhores práticas de empresas de todo o mundo, o que leva a uma melhor gestão, maior produtividade e inovação em produtos e serviços (OECD/CAF, 2019[3]).

Com relação ao quadro de avaliação para o desenvolvimento de políticas para promover a internacionalização das PMEs, ela está estruturada em torno de políticas e programas que apoiam as PMEs na internacionalização de suas operações, nos esforços de facilitação do comércio, no envolvimento com o comércio eletrônico, na obtenção de padrões de qualidade e no aproveitamento dos esforços de integração da América Latina e do Caribe (ALC). Uma estrutura institucional sólida e estável é fundamental para a elaboração e a implementação de programas que atendam às necessidades das PMEs para superar os obstáculos da internacionalização. Além disso, é preciso estabelecer programas que facilitem e agilizem os processos de exportação e melhorem os produtos e processos conforme os esquemas internacionais de qualidade. Ademais, após a pandemia da COVID-19, houve uma clara necessidade de implementar políticas para aprimorar o uso do comércio eletrônico para aumentar a competitividade regional. Por fim, um dos objetivos dos agrupamentos regionais ou mecanismos de integração, seja por motivação política ou econômica, é facilitar a interação comercial entre as empresas. Em outras palavras, os processos de integração estabelecem estruturas normativas e institucionais que promovem a concorrência e aumentam a competitividade das PMEs.

O quadro de avaliação para essa dimensão inclui (ver Figura 9.1):

- **Programas de apoio à internacionalização:** Essa subdimensão abrange uma ampla gama possível de suporte fornecido pelas agências de promoção de exportação (EPAs) às PMEs.
- **Facilitação do comércio:** Essa subdimensão avalia as iniciativas públicas destinadas a ajudar as PMEs a cumprir os procedimentos alfandegários. Especificamente, eles avaliam a disponibilidade de recursos para tratar de lacunas de informações, como manuais, diretrizes, centros de suporte ou portais de comércio on-line. Além disso, eles medem os avanços na simplificação dos processos alfandegários, como a implementação de plataformas de alfândega eletrônica, programas de Operador Econômico Autorizado (OEA) ou Balcões Únicos Nacionais para procedimentos comerciais. Aliás, esses indicadores consideram se essas iniciativas atendem às necessidades específicas das PMEs e se os programas de apoio são

efetivamente implementados. Por fim, essa subdimensão incorpora os Indicadores de Facilitação do Comércio (IFC) da OCDE de 2022.

- **Uso do comércio eletrônico:** Essa subdimensão examina as iniciativas destinadas a promover uma adoção mais ampla do comércio eletrônico entre as PMEs, abrangendo considerações regulatórias e políticas governamentais destinadas a facilitar o acesso das PMEs às plataformas digitais. Além disso, ela avalia o fornecimento de serviços de suporte para eliminar as barreiras que impedem as PMEs de aproveitarem as oportunidades apresentadas pelo aumento do comércio digital.
- **Padrões de qualidade:** Os indicadores dessa subdimensão avaliam os programas de apoio público destinados a obter certificação de qualidade. Esses indicadores consideram fatores como consulta ao setor privado, disponibilidade de financiamento suficiente, extensão da cobertura da certificação da qualidade do serviço e a presença de mecanismos de monitoramento abrangentes.
- **Aproveitamento dos benefícios da integração da ALC:** Os indicadores dessa subdimensão avaliam se os países da AL9 estão utilizando suas agendas de integração regional para aprimorar o desenvolvimento das PMEs. Isso inclui atividades como a promoção de cadeias de valor regionais, a implementação de medidas conjuntas de facilitação do comércio, o estabelecimento de programas colaborativos de desenvolvimento de negócios e a implementação de mecanismos conjuntos de promoção de exportação.

Figura 9.1. Quadro de avaliação - Acesso ao mercado e internacionalização



A ponderação das cinco subdimensões foi determinada por meio de uma combinação de contribuições de especialistas e discussões com coordenadores nacionais durante a avaliação de 2019. A subdimensão 7.1 recebeu um peso de 40%, enquanto as quatro subdimensões restantes receberam pesos iguais de 15% cada. Em quatro dessas subdimensões (7.1, 7.3, 7.4 e 7.5), os blocos temáticos foram divididos em planejamento e projeto (35%), implementação (45%) e monitoramento e avaliação (M&E) (20%). A subdimensão 7.2, com foco na facilitação do comércio, difere um pouco, pois compreende quatro blocos temáticos, cada um com um peso de 25%.

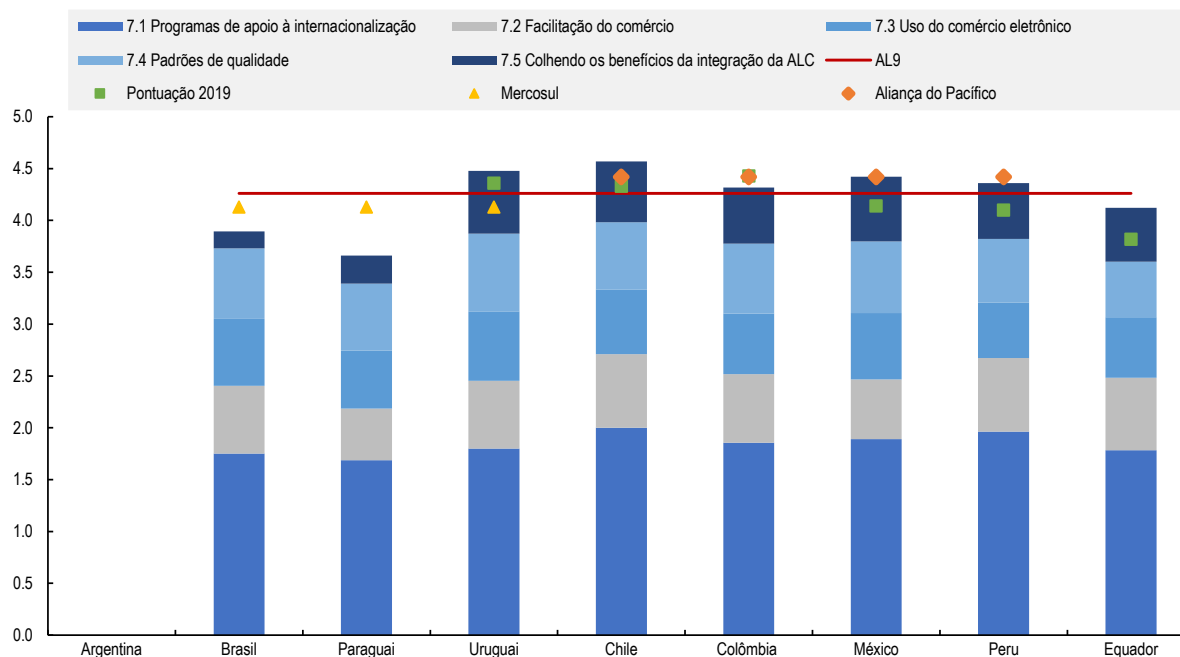
Os pesos atribuídos a cada subdimensão não sugerem que os formuladores de políticas devam priorizar a promoção de exportações em detrimento de outras medidas relativas ao "acesso ao mercado". Em vez disso, as prioridades devem ser determinadas caso a caso, considerando uma articulação clara dos objetivos da política e uma análise da dinâmica em nível de empresa em cada país.

Análise

A internacionalização continua sendo um desafio para as PMEs. É necessário estabelecer políticas e acordos que visem à simplificação do comércio internacional para as PMEs, o que implica a eliminação de obstáculos burocráticos e o fornecimento de mecanismos de apoio robustos para a exportação de seus produtos.

Na dimensão de Acesso a mercados e internacionalização, a pontuação média entre os 9 países da América Latina e do Caribe é de 4,26 (veja a Figura 9.2). Em geral, os países têm estratégias robustas para apoiar a internacionalização das PMEs, incorporando esquemas de facilitação padronizados que atendem a várias necessidades comerciais, como treinamento, inteligência de mercado, plataformas de facilitação do comércio e oportunidades de interação com possíveis parceiros internacionais. A estrutura analítica usada para apoiar a internacionalização das PMEs considera tanto a melhoria das condições para a promoção de exportações quanto a implementação de instrumentos de política precisos para ajudar na internacionalização das PMEs.

Figura 9.2. Pontuações ponderadas da Dimensão 7: Acesso ao mercado e internacionalização



Subdimensão 7.1: Programas de apoio à internacionalização

A maioria dos países examinados estabeleceu políticas de internacionalização orientadas por uma estrutura estratégica, seja na forma de um plano ou de uma política nacional. Essas estratégias servem como estruturas institucionais para o desenvolvimento de programas adaptados para atender tanto às necessidades das empresas quanto aos objetivos de desenvolvimento do país. Consequentemente, os países estabelecem agências para coordenar a implementação de políticas públicas, encarregadas de promover as exportações e facilitar a internacionalização processo para as PMEs. Os processos de consulta são realizados por vários meios, incluindo grupos de foco que incluem partes interessadas relevantes ou consultas a câmaras de negócios, com o *feedback* dos beneficiários do programa também sendo considerado. Vale ressaltar que esses programas geralmente têm como alvo as PMEs.

Tabela 9.1. Pontuações da subdimensão 7.1: Programas de apoio à internacionalização

	Argentina	Brasil	Paraguai	Uruguai	Chile	Colômbia	México	Peru	Equador	AL9	Mercosul	PA
Pontuação	4.91	4.38	4.22	4.50	5.00	4.64	4.73	4.91	4.46	4.64	4.50	4.82

Observação: As pontuações estão em uma escala de 1 a 5, sendo 5 a mais alta.

Os países da AL9 reconhecem a importância de fomentar as exportações e aumentar a competitividade internacional das PMEs.

Países como o Chile (5,0), a Argentina (4,91), o Peru (4,91) e o México (4,73) lideram as classificações nessa subdimensão (ver Tabela 7.1). Entretanto, todos os países obtiveram pontuação acima de 4 pontos, indicando um bom desempenho na geração de programas de apoio à internacionalização. De modo geral, os países da AL9 reconhecem a importância de promover as exportações e aumentar a competitividade internacional como parte de suas estratégias de desenvolvimento de médio prazo. Apesar dessas conquistas, é necessário dar mais ênfase ao monitoramento e à avaliação dos programas e iniciativas implementados. Isso implica em ir além da mera quantificação dos números de usuários e medir os impactos para identificar áreas para melhorias no projeto ou na implementação de políticas. A colaboração entre as entidades governamentais é fundamental para a eficiência do programa, exigindo o desenvolvimento de ferramentas ou plataformas acessíveis para os empreendedores. As plataformas de treinamento à distância, por exemplo, ganharam destaque em meio à pandemia da COVID-19, destacando a importância da adaptação aos desafios atuais.

Subdimensão 7.2: Facilitação do comércio

A região está comprometida com o estabelecimento de mecanismos destinados a melhorar o comércio por meio de documentação, procedimentos, informações e sistemas tarifários otimizados. Isso ressalta a importância dada ao planejamento e à elaboração de programas de facilitação do comércio, que se alinham estreitamente com os objetivos delineados nos planos estratégicos. Para isso, os países fornecem diretrizes para orientar as empresas durante o processo de exportação e oferecem treinamento que integra esses aspectos de forma abrangente.

Tabela 9.2. Subdimensão 7.2: Facilitação do comércio

	Argentina	Brasil	Paraguai	Uruguai	Chile	Colômbia	México	Peru	Equador	AL9	Mercosul	PA
Pontuação	4.36	4.36	3.32	4.35	4.73	4.41	3.83	4.72	4.65	4.30	4.10	4.42

Observação: as pontuações estão em uma escala de 1 a 5, sendo 5 a mais alta.

Os países da AL9 estabeleceram balcões únicos de comércio exterior como parte de seus esforços para simplificar os processos comerciais para as PMEs

Esses balcões centralizam e simplificam os procedimentos relacionados ao comércio internacional, agilizando os processos e reduzindo os encargos burocráticos das empresas. Além disso, são oferecidas certificações para Operadores Econômicos Autorizados (OEA), reconhecendo as empresas que aderem aos padrões de segurança e conformidade alfandegária. No entanto, o desenvolvimento dos OEA permanece limitado, com apenas algumas empresas atualmente com esse credenciamento. Além disso, deve-se considerar a implementação de taxas especiais para empresas certificadas como OEAs, a fim de oferecer a elas incentivos adicionais para se envolverem no comércio internacional.

Nessa subdimensão, os países com as pontuações mais altas são o Chile (4,73), o Peru (4,72), o Equador (4,65), a Argentina e o Brasil, cada um com 4,36 (ver Tabela 9.2). Enquanto a pontuação regional para os países da AL9 é de 4,30, indicando um forte desempenho geral.

Subdimensão 7.3: Uso de comércio eletrônico

A adoção do comércio eletrônico na América Latina e no Caribe tem apresentado uma expansão significativa reforçada por políticas e regulamentações de apoio destinadas a promover seu avanço. As principais nações da região executaram estratégias abrangentes para estimular a inclusão financeira, a

capacitação digital e a confiança nas transações on-line. Esse esforço conjunto posicionou o comércio eletrônico como um catalisador fundamental para o crescimento econômico e a inclusão social em toda a região.

Tabela 9.3. Subdimensão 7.3: Uso de comércio eletrônico

	Argentina	Brasil	Paraguai	Uruguai	Chile	Colômbia	México	Peru	Equador	AL9	Mercosul	PA
Pontuação	3.66	4.30	3.72	4.46	4.17	3.90	4.26	3.57	3.90	3.99	4.04	3.97

Observação: as pontuações estão em uma escala de 1 a 5, sendo 5 a mais alta.

Há um cenário variado em relação à regulamentação do comércio eletrônico na AL9.

As normas que regem o comércio eletrônico enfatizam aspectos como o uso de dados e sistemas de pagamento digital. As estratégias de implementação são normalmente orientadas por planos de transformação digital alinhadas a agendas de desenvolvimento nacional mais amplas, garantindo a coerência e a sinergia das políticas.

Entre os países da AL9, o Uruguai (4,46), o Brasil (4,30), o México (4,26) e o Chile (4,17) são os que apresentam melhor desempenho nessa subdimensão (ver Tabela 9.3). Eles estão trabalhando para cultivar com sucesso um ambiente propício para o crescimento e o desenvolvimento do comércio eletrônico, incentivando a adoção de tecnologias digitais entre cidadãos e empresas. Suas iniciativas estratégicas impulsionaram a economia digital e promoveram a inclusão financeira, abrindo oportunidades para o comércio eletrônico em vários setores econômicos.

Além disso, os países da região implementaram programas para promover o comércio eletrônico, muitas vezes com foco no treinamento para integrar ferramentas digitais aos processos de marketing e vendas. Também foram promovidas iniciativas para aprimorar a infraestrutura tecnológica, oferecer treinamento digital e inculcar confiança nas transações on-line. Alguns países oferecem plataformas públicas de comércio eletrônico para empresas. Apesar do aumento na adoção do comércio eletrônico após a pandemia da COVID-19, mecanismos abrangentes de monitoramento e avaliação não foram amplamente implementados na região.

Subdimensão 7.4 Padrões de qualidade

A promoção da implementação efetiva de padrões de qualidade no contexto das políticas de internacionalização pode gerar inúmeros benefícios para as PMEs da região. Os padrões de qualidade servem como uma ferramenta essencial para aumentar a competitividade, permitindo que as PMEs atendam aos requisitos e acessem mercados exigentes. Eles também facilitam a identificação e a resolução de possíveis problemas de produção, aumentando assim a eficiência e a lucratividade. Além disso, a adesão a padrões de qualidade promove relações comerciais internacionais e incentiva o alinhamento com regulamentos e padrões em mercados internacionais, evitando possíveis sanções e barreiras comerciais.

Tabela 9.4. Subdimensão 7.4 Padrões de qualidade

	Argentina	Brasil	Paraguai	Uruguai	Chile	Colômbia	México	Peru	Equador	AL9	Mercosul	PA
Pontuação	4.32	4.53	4.31	5.00	4.31	4.49	4.61	4.10	3.57	4.36	4.54	4.38

Observação: as pontuações estão em uma escala de 1 a 5, sendo 5 a mais alta.

Os países da AL9 reconhecem a importância da conformidade com os padrões internacionais de qualidade como parte fundamental de seus processos de exportação.

Os países da região estabeleceram políticas destinadas a apoiar as empresas no aprimoramento de seus padrões de qualidade de acordo com técnicas e normas internacionais. Normalmente, esse objetivo é incorporado aos Planos Nacionais de Desenvolvimento. Para atingir esse objetivo, os países da América Latina e do Caribe criaram agências responsáveis pelo desenvolvimento da infraestrutura nacional de qualidade e dos sistemas de avaliação de conformidade. Esses órgãos desempenham uma função dupla: conceder certificações diretamente às empresas e aos laboratórios públicos e privados que contribuem para a conformidade com os padrões internacionais de qualidade e fornecer treinamento atualizado sobre processos de qualidade.

Em geral, os países têm um bom desempenho nessa subdimensão, embora muitos não tenham sistemas robustos de monitoramento e avaliação dos programas e estratégias implementados. Países líderes como o Uruguai (5,0), o México (4,61), o Brasil (4,53) e a Colômbia (4,49) são particularmente notáveis. A pontuação média para a AL9 é de 4,36 (ver Tabela 9.4). Além da capacitação oferecida pelas agências de padronização e metrologia, outros programas integram o aprimoramento dos padrões de qualidade em todas as suas iniciativas de treinamento, especialmente para empresas exportadoras.

Subdimensão 7.5 Aproveitamento dos benefícios da integração da ALC

Tabela 9.5. Subdimensão 7.5 Aproveitamento dos benefícios da integração da ALC

	Argentina	Brasil	Paraguai	Uruguai	Chile	Colômbia	México	Peru	Equador	AL9	Mercosul	PA
Pontuação	4.60	1.09	1.81	4.05	3.91	3.60	4.17	3.58	3.47	3.36	2.89	3.81

Observação: as pontuações estão em uma escala de 1 a 5, sendo 5 a mais alta.

Há percepções variadas com relação aos benefícios das alianças regionais, mesmo entre os países que fazem parte do mesmo mecanismo de integração.

Essa subdimensão apresenta uma heterogeneidade significativa, apesar de todos os países analisados pertencerem a, pelo menos, um mecanismo de integração sub-regional, sendo que alguns, como o Peru e a Colômbia, participam de dois, a saber, a Aliança do Pacífico (AP) e a Comunidade Andina (CAN). É interessante salientar que os países têm percepções diferentes com relação aos benefícios dessas alianças, mesmo dentro do mesmo mecanismo de integração. Por exemplo, no Mercosul, o Brasil e o Paraguai relatam benefícios limitados, enquanto o Uruguai e a Argentina percebem maiores vantagens. Essa complexidade ressalta a natureza orientada para o grupo de tais dinâmicas, priorizando os benefícios coletivos em relação aos ganhos individuais. Da mesma forma, no caso da Colômbia e do Peru, esses países enfatizam mais os benefícios derivados da AP em comparação com a Comunidade Andina. Apesar de ambos os mecanismos de integração contarem com estruturas institucionais ativas para as PMEs, como o CAMIPYME na CAN e o Grupo Técnico sobre PMEs e Empreendedorismo na AP, persistem variações nos benefícios percebidos.

De modo geral, os mecanismos de integração nos países carecem de planos estratégicos abrangentes com objetivos claramente definidos e mensuráveis que visem ao aumento das exportações sub-regionais e à internacionalização das PMEs. Essa ausência dificulta a implementação e a sustentabilidade de programas padronizados que poderia gerar benefícios equivalentes para todos os países participantes no longo prazo. Além disso, a disponibilidade limitada de iniciativas adaptadas às PMEs é agravada por mecanismos insuficientes de monitoramento e avaliação, bem como por financiamento inadequado. Entre os países, a Argentina (4,60), o México (4,17), o Uruguai (4,05) e o Chile (3,91) relataram os maiores benefícios da integração, com a média da AL9 sendo de 3,36 (consulte a Tabela 9.5).

Acesso ao mercado e internacionalização para o desenvolvimento de PMEs de propriedade ou dirigidas por mulheres

Os países da AL9 incorporam amplamente uma perspectiva de gênero em seus programas de promoção de exportação.

O programa "*Argentina to the World*" pretende promover a liderança e a participação equitativa das mulheres nos negócios internacionais. Ele tem como alvo empresas, PMEs, empreendedoras e cooperativas lideradas por mulheres que pretendem começar a exportar ou que já estão engajadas no comércio internacional e buscam melhorar seu desempenho.

A iniciativa "*Mujer Exporta MX*" promove uma série de sessões de treinamento especializadas, workshops e seminários visando fornecer recursos e ferramentas para mulheres exportadoras no México. O programa se concentra em ajudá-las a identificar oportunidades e competir efetivamente no mercado de exportação.

No Peru, o programa "*Ella Exporta*" é voltado para mulheres de negócios e tomadores de decisão com estratégias de internacionalização. Por meio de várias sessões de treinamento, os participantes aprendem sobre *coaching* de exportação, logística, gestão financeira, responsabilidade social corporativa, marketing digital, desenvolvimento de modelos de negócios e técnicas de negociação.

Enquanto isso, o Governo do Uruguai oferece um curso de seis semanas destinado a mulheres proprietárias ou executivas de empresas formalmente estabelecidas que operam no mercado interno ou externo. Esse curso fortalece seus conhecimentos e habilidades relacionados ao comércio internacional para melhor se posicionarem no mercado regional.

Por fim, no Chile, o programa *Mujer Exporta* procura aumentar a conscientização sobre questões de gênero e capacitar empresas exportadoras lideradas por mulheres em diferentes setores. Embora não seja uma iniciativa governamental propriamente dita, o programa facilita o acesso a informações estratégicas, fornece treinamento e oferece suporte às empresas em seus esforços de internacionalização.

O caminho a seguir

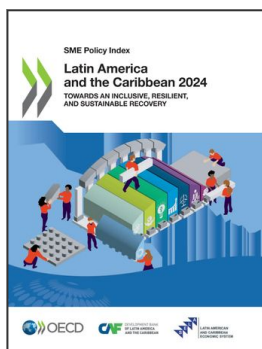
Tabela 9.6. Recomendações de políticas para a dimensão 7: Acesso ao mercado e internacionalização

Áreas das políticas	Desafios e oportunidades	Políticas recomendadas
Programas de apoio à internacionalização	<p>As PMEs têm dificuldades para acessar os programas de apoio existentes, devido à falta de informações, aos requisitos complexos ou aos processos burocráticos complicados.</p> <p>Os diferentes programas de apoio às PMEs não são bem articulados entre si, o que dificulta que as empresas os aproveitem.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Melhorar os canais de comunicação entre as agências de promoção comercial e as PMEs, especialmente nas províncias, por meio de parceiros estratégicos. • Fortalecer a interoperabilidade das agências de promoção de exportação e ampliar a participação de agentes públicos e privados na elaboração e implementação de políticas e programas. • Estabelecer sistemas de monitoramento e avaliação dos programas de apoio à internacionalização, a fim de ter ferramentas para

		<p>seu aprimoramento contínuo. Implementar metodologias de análise de avaliação de impacto.</p>
Facilitação do comércio	<p>As PMEs continuam enfrentando grandes obstáculos comerciais.</p> <p>As PMEs têm dificuldades para obter financiamento para suas atividades de internacionalização.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer o treinamento das PMEs para obter a certificação como OEA, de forma integrada aos programas das agências de promoção comercial, bem como facilitar seu licenciamento. <p>Aprimorar o acesso das PMEs ao financiamento mediante linhas de crédito para internacionalização, o que permite que as empresas cresçam e exportem.</p>
Uso do comércio eletrônico (E-Commerce)	<p>Gerar uma estrutura regulatória sólida que permita que os órgãos regulares supervisionem adequadamente o setor e gerem políticas públicas direcionadas para o crescimento do comércio eletrônico.</p> <p>A infraestrutura tecnológica em alguns países ainda se situa em um estágio inicial de desenvolvimento do comércio eletrônico, o que limita as oportunidades para as PMEs.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Implementar programas de assistência técnica, treinamento, financiamento e acesso a plataformas digitais para comércio eletrônico. Incentivar a criação de mercados nacionais e plataformas de comércio eletrônico. Melhorar a infraestrutura tecnológica e a conectividade com a Internet nas áreas rurais, com o apoio das empresas operadoras. <p>Adaptar e fortalecer a estrutura regulatória existente para facilitar a regulamentação e a concorrência e criar incentivos para o crescimento do comércio eletrônico.</p>
Padrões de qualidade	<p>As PMEs não têm conhecimento suficiente sobre os padrões internacionais de qualidade, o que dificulta o acesso a novos mercados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Oferecer incentivos e assistência técnica às PMEs para adotarem padrões internacionais de qualidade. Divulgar os benefícios da adoção de padrões de qualidade, de forma transversal, nos programas de internacionalização implementados.
Aproveitamento dos benefícios da integração da ALC	<p>Existe uma falta de coordenação AL9 para apoiar as PMEs em sua internacionalização.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Executar programas padronizados e colaborativos de promoção comercial e internacionalização para PMEs, no contexto dos mecanismos de integração sub-regional. Fortalecer a estrutura institucional para o projeto, a implementação e o monitoramento de programas para PMEs no âmbito de acordos sub-regionais, como o Mercosul, a Aliança do Pacífico e a CAN. Essa medida pode ser adotada reforçando os grupos de trabalho sobre PMEs de cada mecanismo de integração.

Referências

- ECLAC (s.f.), *Acerca de Microempresas y Pymes*, [2]
<https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca-microempresas-pymes>.
- OECD/CAF (2019), *Latin America and the Caribbean 2019: Policies for Competitive SMEs in the Pacific Alliance and Participating South American countries*, SME Policy Index, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/d9e1e5f0-en>. [3]
- Peralta-Jiménez, N. and L. Tonon-Ordóñez (2022), *Pequeñas y medianas empresas latinoamericanas: Dificultades de Internacionalización*, [1]
<https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/2102>.



From:

SME Policy Index: Latin America and the Caribbean 2024

Towards an Inclusive, Resilient, and Sustainable Recovery

Access the complete publication at:

<https://doi.org/10.1787/ba028c1d-en>

Please cite this chapter as:

OECD/CAF Development Bank of Latin America/SELA Latin American and Caribbean Economic System (2024), "Dimensão 7: Acesso ao mercado e internacionalização", in *SME Policy Index: Latin America and the Caribbean 2024: Towards an Inclusive, Resilient, and Sustainable Recovery*, OECD Publishing, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/79854be6-pt>

This document, as well as any data and map included herein, are without prejudice to the status of or sovereignty over any territory, to the delimitation of international frontiers and boundaries and to the name of any territory, city or area. Extracts from publications may be subject to additional disclaimers, which are set out in the complete version of the publication, available at the link provided.

The use of this work, whether digital or print, is governed by the Terms and Conditions to be found at <http://www.oecd.org/termsandconditions>.