

**A IMPORTÂNCIA DO IDIOMA INGLÊS PARA PEQUENAS EMPRESAS DE
COMÉRCIO INTERNACIONAL EM BENTO GONÇALVES****RAFAELY DESIRHE PINHEIRO TAVARES****RESUMO**

O domínio do idioma inglês tem se consolidado como uma competência estratégica no contexto do comércio internacional. Em um cenário globalizado, em que as negociações transcendem fronteiras, o inglês figura como a principal língua franca, viabilizando comunicações comerciais, intercâmbio de informações e ampliação de mercados. Este artigo tem por objetivo analisar a importância do idioma inglês para empresas de pequeno porte localizadas em Bento Gonçalves, especialmente aquelas que atuam em processos de importação e exportação. A pesquisa, de caráter qualitativo e natureza exploratória, baseou-se em entrevistas e questionários aplicados a treze empresas locais, além de entidades e profissionais da área de comércio internacional e ensino do idioma. Os resultados apontam que, embora haja consenso quanto à relevância do inglês, a maioria das empresas ainda investe pouco em capacitação linguística, restringindo-se a níveis básicos de domínio da língua. Tal limitação impacta diretamente na competitividade, autonomia e potencial de expansão internacional dessas organizações. Conclui-se que, para consolidar uma presença global, as pequenas empresas necessitam compreender o inglês não apenas como ferramenta auxiliar, mas como elemento estratégico para sua internacionalização.

Palavras-chave: Inglês. Comércio Internacional. Pequenas Empresas. Bento Gonçalves.

1 INTRODUÇÃO

O avanço da globalização e a intensificação das trocas internacionais de bens, serviços e informações têm consolidado o inglês como o idioma universal dos negócios. Empresas de diferentes portes, ao se inserirem no mercado internacional, deparam-se com a necessidade de comunicação eficiente, clara e estratégica, que permita a realização de negociações, contratos e relacionamentos de longo prazo. A comunicação é essencial nos negócios; sem ela, o relacionamento entre fabricantes, fornecedores e clientes enfraquece, resultando na diminuição do desempenho empresarial (ABRO *ET AL.*, 2025). Nesse contexto, o inglês representa muito mais do que uma língua estrangeira: trata-se de um recurso de competitividade.

Em Bento Gonçalves, município localizado na região da Serra Gaúcha e reconhecido por sua representatividade no setor vitivinícola, moveleiro e metal mecânico, diversas empresas de pequeno porte - representam cerca de 49% do total de empresas do município, segundo o Data SEBRAE (2025) - têm buscado expandir suas operações por meio de negociações internacionais. Integrar negócios internacionais é crucial para o aumento da competitividade (KWARTATI, MAUPA, CAHYADI, 2024) e impulsionamento do crescimento e sobrevivência, especialmente no caso de pequenos negócios com recursos limitados (JEONG & LEE, 2024).

Segundo o SEBRAE (2023), as micro e pequenas empresas desempenham papel fundamental na economia nacional, sendo responsáveis por significativa parcela da geração de empregos e renda. Contudo, se por um lado a expansão internacional possibilita o acesso a benefícios, de outro há os diversos aspectos impeditivos – barreiras relacionadas a regulamentos,



recursos humanos e financeiros, além de fatores socioculturais (KHAMBHATA, 2023; NURFARIDA, MUKHLIS, MURWANI, 2022).

No entanto, a barreira linguística permanece como um dos principais entraves para o fortalecimento dessas negociações (MOSTAFIZ, 2024; OUANHLEE, 2025). Segundo um levantamento realizado pela *Education First* (2021) o Brasil ocupa a 53ª posição dentre os cem países com pontuação 490 em relação ao ensino do idioma, resultado considerado baixo, com consequências que podem influenciar na redução de oportunidades e restrição a mercados, além de comprometer a imagem profissional das empresas brasileiras.

A partir do contexto apresentado, o estudo busca responder à seguinte questão-problema: qual a importância do domínio da língua inglesa para o sucesso das empresas de pequeno porte importadoras e/ou exportadoras de Bento Gonçalves? Para isso, objetiva-se apontar de que forma o inglês influencia a competitividade, a autonomia e a inserção internacional dessas empresas, além de identificar o nível de domínio do idioma entre os profissionais locais e analisar como o setor educacional contribui para suprir essa demanda.

A estrutura do artigo foi organizada da seguinte maneira: inicialmente, apresenta-se o referencial teórico, que aborda conceitos sobre negociações internacionais, internacionalização de empresas, língua inglesa e a relevância das pequenas empresas para a economia. Em seguida, descrevem-se os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa. Posteriormente, discutem-se os resultados obtidos a partir das entrevistas e questionários aplicados. Por fim, expõem-se as considerações finais, destacando as principais conclusões e implicações práticas do estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS E COMÉRCIO

O comércio internacional, ao longo das últimas décadas, consolidou-se como um espaço dinâmico, competitivo e marcado pela interdependência entre países e empresas. Neste contexto, as pequenas empresas também se inserem em processos de importação e exportação, enfrentando tanto oportunidades quanto desafios (PRODANOV & FREITAS, 2013).

Entre os fatores críticos para o êxito de uma negociação internacional, destacam-se a comunicação e a compreensão intercultural. O idioma inglês, por seu status de língua franca, surge como instrumento fundamental de conexão entre empresas de diferentes origens. Assim, compreender a relação entre o idioma e a internacionalização das pequenas empresas é essencial para avaliar sua competitividade e sustentabilidade no mercado global (LIMA, 2009).

Negociar é um ato inerente às relações humanas e, no campo empresarial, ganha contornos ainda mais complexos. Fischer, Ury & Patton (1994) definem a negociação como a busca por um acordo que satisfaça, em algum grau, os interesses das partes envolvidas. No comércio internacional, esse processo assume proporções multilaterais, nas quais fatores econômicos, políticos, culturais e linguísticos se entrelaçam (MARTINELLI et al., 2004).

Segundo Cohen (2004), negociar envolve o uso de poder, tempo e informação para alcançar objetivos. No entanto, em um ambiente globalizado, tais elementos sofrem influência direta da diversidade cultural e da necessidade de comunicação clara. Diferenças de percepção, estilos de negociação e barreiras linguísticas podem comprometer o sucesso de transações que, em tese, seriam benéficas para ambas as partes (FUTRELL, 2014).

O Brasil, apesar de figurar entre as principais economias do mundo, ainda apresenta dificuldades em suas relações comerciais internacionais, em especial devido à ausência de políticas



estruturadas de incentivo à internacionalização de pequenas empresas (GRECCO & MOURA, 2012). Além disso, obstáculos internos como a deficiência em infraestrutura, a alta carga tributária e a escassez de mão de obra qualificada limitam o potencial competitivo nacional (MAGNOLI, 2004).

Outro aspecto crucial é a assimetria de informações. Enquanto empresas multinacionais contam com equipes especializadas, capital robusto e consultorias globais, muitas pequenas empresas brasileiras operam com recursos restritos e estruturas enxutas. Assim, o domínio do inglês pode representar um diferencial competitivo, reduzindo dependência de intermediários e ampliando a autonomia na condução de negociações internacionais.

Em Bento Gonçalves, essa realidade se reflete em setores como o vitivinícola e o moveleiro. Embora reconhecidos internacionalmente, muitos empreendedores locais ainda dependem de tradutores ou de agentes externos para lidar com contratos, feiras internacionais e exportações. Isso pode encarecer processos e reduzir margens de lucro, tornando o investimento em capacitação linguística um fator estratégico de longo prazo.

2.2 LÍNGUA INGLESA E INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

O inglês consolidou-se como a língua da ciência, da tecnologia e dos negócios globais após a Primeira Guerra Mundial, tornando-se a principal ferramenta de comunicação entre países (SCHÜTZ, 2013). Estima-se que mais de 1,5 bilhão de pessoas utilizem o inglês como primeira ou segunda língua, o que garante sua posição como idioma de maior alcance internacional (ETHNOLOGUE, 2025). No Brasil, contudo, os índices de proficiência ainda são baixos e no Rio Grande do Sul, embora o desempenho seja superior à média nacional, a nota ainda é considerada moderada para suprir as exigências do mercado global (EDUCATION FIRST, 2025).

A importância do inglês no comércio internacional pode ser analisada sob três perspectivas principais (HOODA, 2022): i) comunicação e negociação: a clareza na troca de informações reduz mal-entendidos, fortalece a confiança e agiliza processos. A ausência de domínio do idioma pode comprometer contratos, gerar custos adicionais e enfraquecer relações comerciais; ii) acesso a mercados e informações: grande parte da literatura técnica, regulamentos internacionais, sites de negócios e feiras globais utilizam o inglês como idioma principal. Empresas que não dominam a língua ficam limitadas em sua capacidade de prospecção e atualização; e iii) empregabilidade e qualificação da mão de obra: profissionais fluentes em inglês tendem a ocupar posições estratégicas e receber remunerações mais altas. Para empresas, contar com colaboradores bilíngues significa maior autonomia em operações de importação e exportação.

Segundo Lima (2000), a falta de domínio do inglês constitui um dos principais entraves à internacionalização das pequenas empresas brasileiras. Isso porque a internacionalização não depende apenas da capacidade produtiva ou da competitividade de preços, mas também da habilidade de comunicar-se em um ambiente multicultural.

Em Bento Gonçalves, a situação não é diferente. Embora as empresas locais reconheçam a importância do inglês, poucas investem em treinamentos internos ou exigem fluência como critério de contratação. O idioma é, muitas vezes, visto como um requisito secundário, o que limita a competitividade internacional e a possibilidade de expansão para novos mercados.

Assim, observa-se que a língua inglesa não deve ser considerada apenas como um complemento, mas como um elemento estratégico da gestão empresarial. Incorporar a capacitação linguística à política de desenvolvimento de recursos humanos pode ser um passo decisivo para transformar pequenas empresas em *players* globais.



3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esse estudo possui caráter exploratório com abordagem qualitativa de pesquisa e emprego de estratégia qualitativa genérica. Quanto aos procedimentos, tem-se o levantamento dos dados por meio de entrevistas e questionários semiestruturados com empresas de pequeno porte, profissionais do ramo internacional relacionados as associações e professores de instituições de ensino público e privado (todos localizados na cidade de Bento Gonçalves – Rio Grande do Sul). A diversidade de participantes possibilitou analisar o fenômeno sob múltiplas perspectivas, contemplando a visão empresarial, a visão institucional e a visão educacional. A visão educacional foi incluída com o objetivo de compreender como as instituições de ensino contribuem para o desenvolvimento da proficiência em inglês.

A visão empresarial contemplou treze empresas de pequeno porte, identificadas por meio de uma listagem de empresas importadoras e exportadoras disponível através do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC, 2017). A escolha por tal porte empresarial se justifica pela representatividade nacional, constituindo 98,5% das empresas e contribuindo com 27% do PIB (OECD, 2022), além do impacto para o desenvolvimento econômico local e promoção da inovação e participação da comunidade na região sul do Brasil (PROCHNOW *et. al*, 2022).

Dentre as treze empresas (dos setores mobiliário, vinícola, metalúrgico, gráfico, tecnológico, iluminação e joias), que aceitaram participar da pesquisa, cinco foram entrevistas em formato presencial, seis empresas realizaram a pesquisa por telefone e duas empresas responderam as perguntas do roteiro por e-mail. A entrevista/questionário foi realizada/aplicada ao responsável pelo setor de comércio internacional, abordando assuntos como o uso do inglês nas operações diárias, nível de fluência dos colaboradores, percepção sobre a importância da língua e estratégias de capacitação (trinta e duas questões).

Para a visão institucional foram entrevistados quatro profissionais de entidades associativas por meio de questionários enviados por e-mail, a fim de identificar a visão das entidades sobre os desafios linguísticos enfrentados pelas pequenas empresas (dez questões). Já a visão educacional contou com a participação de quatro escolas de ensino privado e seis professores (um professor da educação básica pública, três professores de ensino superior e dois professores de escola privada para ensino médio). Os questionários foram enviados por e-mail e no caso das escolas, foram entregues de forma impressa (dezenove questões foram aplicadas para as escolas e dezesseis questões aos professores). Buscou-se compreender por meio dos professores e instituições de ensino como o idioma é ensinado, suas metodologias de ensino e como a proficiência é avaliada. A coleta de dados para os três casos ocorreu em agosto, setembro e outubro de 2017, e as entrevistas - via telefone e presencial - foram gravadas e transcritas para análise.

A análise dos dados seguiu a técnica de análise de conteúdo (BARDIN, 2011), permitindo a identificação de padrões, categorias e significados presentes nos discursos dos participantes. As três visões foram analisadas a partir de três eixos temáticos, dos quais as questões foram compostas: percepção da importância do inglês, nível de fluência e estratégias de capacitação. Cada visão foi discutida separadamente na sequência.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 VISÃO EMPRESARIAL



De modo geral, embora a maioria das empresas reconheça a importância da língua para a inserção internacional, poucas iniciativas concretas são adotadas para aprimorar o nível de proficiência dentro das organizações. Para as treze empresas participantes do estudo, a percepção sobre o inglês é majoritariamente positiva. A grande maioria considera o domínio do idioma essencial para o comércio exterior, sobretudo na comunicação com fornecedores, clientes e parceiros internacionais.

No entanto, ao analisar a prática organizacional, percebe-se que o reconhecimento acerca da importância do idioma, não se traduz em investimento consistente. O uso cotidiano do idioma é empregado, em sua maioria, em e-mails, contratos, catálogos de produtos e feiras internacionais. Porém, o idioma se restringe em vocabulário técnico e frases padronizadas. Quanto ao nível de fluência dos colaboradores, apenas uma parcela reduzida de empresas possui funcionários com inglês avançado ou fluente. O mais comum é encontrar níveis básicos ou intermediários, suficientes apenas para interações superficiais.

Ademais, poucas empresas oferecem cursos ou incentivos formais para o aprendizado do inglês. Muitas afirmam não ter recursos financeiros ou tempo para capacitar seus funcionários. Em relação a percepção de suficiência, diversos gestores acreditam que o nível atual de inglês na empresa é “suficiente” para manter as operações, demonstrando uma postura reativa em vez de proativa diante da internacionalização.

Os achados corroboram com Lima (2000), em que a falta de domínio do inglês constitui um dos maiores obstáculos para pequenas empresas brasileiras no processo de internacionalização. O caso de Bento Gonçalves reforça essa constatação, em que mesmo reconhecendo a importância estratégica da língua, muitas empresas não a tratam com a devida prioridade. Contratar profissionais fluentes em inglês implica salários mais altos, o que muitas vezes não se encaixa no orçamento de pequenos negócios. Como alternativa, algumas optam por terceirizar serviços de tradução ou contar com agentes intermediários, embora isso reduza a autonomia e eleve os custos das operações.

4.2 VISÃO INSTITUCIONAL

As entidades e profissionais do setor entrevistados confirmaram que a barreira linguística é um dos principais entraves à inserção internacional das pequenas empresas de Bento Gonçalves. Na visão das entidades, aqui descritas como associações empresariais e órgãos de apoio relataram que frequentemente pequenas empresas deixam de aproveitar oportunidades em feiras internacionais ou missões comerciais por não contarem com profissionais aptos a negociar em inglês. Os consultores e agentes de comércio exterior apontaram que a dependência de tradutores ou de intermediários prejudica a agilidade das negociações e pode gerar mal-entendidos em contratos, cláusulas legais e especificações técnicas.

Segundo os especialistas entrevistados, empresas com baixa proficiência em inglês acabam em desvantagem frente a concorrentes internacionais, não apenas pelo idioma em si, mas porque a fluência transmite credibilidade, profissionalismo e preparo, impactando diretamente na competitividade. Um dos entrevistados destacou que “[...] a internacionalização não se resume a vender para fora, exige uma postura global, e sem inglês essa postura é praticamente inviável”. Essa fala sintetiza a percepção geral de que o idioma é um pilar estratégico, ainda subestimado por muitos empresários locais.



Além disso, as entidades reforçaram a importância de políticas públicas e programas de capacitação voltados para pequenas empresas, destacando que o esforço individual, embora relevante, nem sempre é suficiente diante das dificuldades estruturais do setor.

4.2 VISÃO EDUCACIONAL

O terceiro grupo de análise incluiu escolas públicas e privadas, instituições de ensino superior, cursos de idiomas e professores particulares de Bento Gonçalves. A partir desse conjunto de entrevistas, foi possível identificar avanços e limitações no ensino do inglês na região. As escolas públicas em geral, oferecem inglês como disciplina obrigatória, mas com carga horária reduzida e metodologias tradicionais. Os professores apontaram turmas grandes e falta de recursos didáticos como barreiras para um ensino mais eficaz. As escolas privadas apresentaram desempenho superior, com maior carga horária e metodologias comunicativas, mas ainda restritas a quem pode arcar com os custos.

As escolas de cursos de idiomas são percebidas como o principal meio de alcançar fluência. No entanto, muitos empresários relataram dificuldade de tempo para frequentar aulas regulares, o que limita a adesão. Quanto ao ensino superior, identificou-se que universidades locais oferecem disciplinas em inglês, mas em caráter complementar. Professores apontaram que, mesmo no ensino superior, a maioria dos alunos conclui o curso sem atingir fluência.

De modo geral, o setor educacional reconhece que a proficiência em inglês ainda está abaixo do necessário para suprir as demandas do comércio internacional. Essa constatação reforça a ideia de que a falta de fluência não é apenas uma questão empresarial, mas um problema sistêmico que envolve políticas educacionais e culturais.

A triangulação entre as três fontes de dados evidencia uma incongruência significativa: ao mesmo tempo em que reconhecem a importância do inglês, empresas e profissionais ainda não priorizam a capacitação linguística de forma prática. Isso gera um círculo vicioso, em que a falta de fluência limita oportunidades internacionais, e a ausência de oportunidades reforça a percepção de que não vale a pena investir no idioma inglês.

Os resultados também sugerem que a questão não pode ser atribuída apenas às empresas. O setor educacional ainda carece de metodologias mais eficazes e acessíveis, e as políticas públicas de incentivo à internacionalização nem sempre contemplam o aspecto linguístico. Em síntese, os achados demonstram que o idioma inglês é estratégico para a competitividade internacional das pequenas empresas de Bento Gonçalves, mas seu papel ainda é subvalorizado. A ausência de ações concretas pode comprometer o potencial de expansão dessas organizações em um mercado cada vez mais globalizado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou analisar a importância do idioma inglês para pequenas empresas importadoras e/ou exportadoras de Bento Gonçalves, a partir de entrevistas e questionários aplicados a empresários, entidades de comércio internacional e instituições de ensino. Em resumo, a língua é considerada essencial para a comunicação com clientes e fornecedores, participação em feiras e missões comerciais e leitura e interpretação de documentos e regulamentos internacionais. No entanto, observou-se certa divergência no que tange ao valor estratégico do idioma em relação às práticas adotadas pelas empresas entrevistadas.



Em sua maioria, as empresas entrevistadas convergem no quesito de operar com níveis básicos ou intermediários de proficiência, suficientes apenas para interações superficiais. A capacitação linguística raramente é tratada como prioridade, seja por falta de recursos financeiros ou pela percepção de que o inglês atual é “suficiente” para o dia a dia. Essa postura pode comprometer a competitividade e a autonomia das empresas, aumentando sua dependência de tradutores e intermediários, além de restringir sua inserção em mercados globais mais exigentes (AGUSTINA, THAMRIN, OKTOMA, 2024).

As entidades e profissionais de comércio internacional corroboram com esse aspecto, apontando a barreira linguística como um dos principais entraves à internacionalização das pequenas empresas da região. Ademais, o setor educacional revelou limitações estruturais e metodológicas que dificultam a formação de indivíduos realmente fluentes em inglês, especialmente nas escolas públicas. Alguns dificultadores do ensino em escolas públicas decorrem principalmente de turmas com muitos alunos, métodos de ensino ineficazes focando apenas na gramática e envolvimento insuficiente dos próprios alunos (AMEEN & MAHMOOD, 2023).

Diante desse cenário, conclui-se que o idioma inglês não deve ser visto como mero acessório, mas como fator estratégico de sobrevivência e crescimento no mercado global. Para que as pequenas empresas de Bento Gonçalves consigam ampliar sua presença internacional, torna-se urgente adotar medidas práticas, tais como: i) investimento em capacitação linguística de gestores e colaboradores, por meio de cursos, intercâmbios e treinamentos corporativos; ii) parcerias com instituições de ensino para criação de programas voltados à realidade do comércio exterior; iii) maior incentivo governamental e associativo à formação bilíngue como parte da política de internacionalização e iv) valorização da fluência em inglês como critério de contratação, visando formar equipes mais preparadas para lidar diretamente com negociações globais.

Em síntese, a pesquisa reforça que a proficiência em inglês é um diferencial competitivo decisivo. Sem essa competência, as pequenas empresas locais correm o risco de permanecer restritas a mercados limitados ou dependência de terceiros para sua atuação internacional. Do contrário, ou seja, considerando o inglês como um fator estratégico, abrem-se portas para novos clientes, fornecedores, parcerias e oportunidades que transcendem fronteiras. Portanto, recomenda-se que empresários, educadores e formuladores de políticas públicas reconheçam o inglês como parte essencial das estratégias de internacionalização.

Quanto as limitações, destaca-se que a amostra de participantes foi restrita e consequentemente não permite generalização para outras localidades do Brasil. Também, devido ao caráter qualitativo da investigação, os resultados refletiram percepções e experiências específicas, sem a pretensão de representar estatisticamente a realidade.

REFERÊNCIAS

ABRO, A. M.; BHUTTO, A. R.; MUGHAL, I.; ABRO, F.; SHAIKH, S. S. *Exploring the impact of English language proficiency on business communication effectiveness: a comprehensive research analysis*. **ProScholar Insights**, v. 4, n. 1, p. 18-27, 2025. DOI: 10.62997/psi.2025a-41028

AGUSTINA, Vina; THAMRIN, Nani Ronsani; OKTOMA, Erwin. *The role of English language proficiency in the global economy and business communication*. **International Journal Administration, Business & Organization**, v. 5, n. 4, p. 82-90, 2024.



AMEEN, Rizgar Muhammad; MAHMOOD, Aso Baiz. *Barriers to Learning English as a Second Language in the Public High Schools of Raparin Area*. 2023 DOI: 10.5296/ijl.v15i5.21297

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

COHEN, Raymond. **Negociando em Contextos Internacionais**. São Paulo: Atlas, 2004.

DATA SEBRAE. **Painéis de dados empresariais**. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/empresas/#paineis>. Acesso em: 10 set. 2025.

EDUCATION FIRST. **Brazil**. Disponível em: <<http://www.ef.com.br/epi/regions/latin-america/brazil/>>. Acesso em: 05 set. 2025.

_____. **Índice de Proficiência em inglês da EF: um ranking de 100 países e regiões por domínio da língua inglesa**. 2020. 27p. Disponível em: <https://www.ef.com.br/assetscdn/WIBIwq6RdJvcD9bc8RMd/legacy/_/_/~/media/centralefcom/epi/downloads/full-reports/v10/ef-epi-2020-portuguese.pdf>. Acesso em: 10 set. 2025.

ETHNOLOGUE. **Languages of the World**. Dallas: SIL International, 2009.

_____. **Qual é o idioma mais falado?** Disponível em: <<https://www.ethnologue.com/insights/most-spoken-language/>>. Acesso em: 13 set 2025.

FISCHER, Roger; URY, William; PATTON, Bruce. **Como chegar ao sim**. Rio de Janeiro: Imago, 1994.

GRECCO, Marcelo; MOURA, José. **Empreendedorismo Internacional: oportunidades e desafios para as pequenas empresas brasileiras**. Revista de Administração Contemporânea, v. 16, n. 4, p. 623-641, 2012.

HOODA, D. J. *English language and globalization: A comprehensive analysis*. **International Journal of Arts, Humanities and Social Studies**. v4. i2a, v. 89, 2022. DOI: 10.33545/26648652.2022.

JEONG, H.; LEE, S. *A influence of internal organizational capabilities and external environmental factors on the international expansion intentions of small venture companies: focusing on the moderating effect of overseas network orientation*. **the korean career, entrepreneurship and business association**, v. 8, n. 5, p. 1-18, 2024.

KHAMBHATA, Keren Kirit. *Internationalization of small and medium-sized enterprises (SMEs) in emerging markets*. **International Journal of Science and Research Archive**, v. 10, n. 1, p. 550-554, 2023. DOI: 10.30574/ijjsra.2023.10.1.0776

KWARTATI, Fetty; MAUPA, Haris; CAHYADI, Hadi. *Challenges and Strategic Approaches in SME Internationalization: A Literature Review*. In: **Proceeding of The International Conference on Business and Economics**. 2024. p. 298-308.



LIMA, Armando. **Comércio Exterior e Competitividade**. São Paulo: Pioneira, 2000.

LIMA, Diogenes Cândido. **Ensino e Aprendizagem de Língua Inglesa: Conversas com Especialistas**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

MAGNOLI, Demétrio. **Globalização: Estado nacional e espaço mundial**. São Paulo. Moderna, Coleção Polêmica, 2004.

MARTINELLI, Dante; et al. **Negociação Internacional: aspectos culturais e estratégicos**. São Paulo: Atlas, 2004.

MOSTAFIZ, Fahmida. *Language Barriers Impact on Trade Disputes: Evidence from the WTO Trade Disputes Cases: Language Barriers*. **Jahangirnagar University Journal of Business Research**, v. 24, n. 01, p. 1-24, 2024.

NURFARIDA, Iva Nurdiana; MUKHLIS, Imam; DANARDANA MURWANI, F. The internationalization of SMEs: *Motives and barriers*. **International Journal of Current Science Research and Review**, v. 5, n. 5, p. 1749-1756, 2022. 10.47191/ijcsrr/v5-i5-43

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO - OECD. **Financing SMEs and Entrepreneurs 2022: An OECD Scoreboard**. Paris: OECD Publishing, 2022. DOI: 10.1787/e9073a0f-en.

OUANHLEE, Thanakit. *The Challenges of Exporting to English-Speaking Countries: Experiences from Non-Anglophone Business Owners*. **International Business Research**, v. 17, n. 5, p. 1-86, 2025.

PROCHNOW, Darlan Ariel; GOMES, Fabiana Baptista Maurer; THESING, Nelson José; MEIRA, Johannes Miranda; SCHUSTER, Ivani. *Analysis of maturity of local productive arrangements in Serra Gaúcha*. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 11, n. 1, p. e46911125249, 2022. DOI: 10.33448/rsd-v11i1.25249

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SCHÜTZ, Ricardo. **História da Língua Inglesa**. English Made in Brazil, 2013. Disponível em: <http://www.sk.com.br/sk-ingra.html>. Acesso em: 05 set. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa**. Brasília: DIEESE, 2011.

_____. **Internacionalização: micro e pequenos negócios também podem exportar**. 2023. Disponível em:

<<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/internacionalizacao-micro-e-pequenos-negocios-tambem-podem-exportar,1b547118e2a83810VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Habilidades>



%20como%20dom%C3%A9nio%20de%20idiomas,pode%20ser%20muito%20bem%20sucedida.>
. Acesso em: 13 set 2025.

_____. **Qual o papel das pequenas empresas na economia brasileira.** Disponível em:
<<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/qual-o-papel-das-pequenas-empresas-na-economia-brasileira>>.
Acesso em: 13 set 2025.