



Revista Brasileira de Comércio Exterior

Ano XXXVIII

161

Outubro,
Novembro e
Dezembro
de 2024

Multipolaridade

Trade Finance & Negócios

Branding & Linguagem

SheTrader & Commodities

Imagem de Gard Altmann por Pixabay



FUNCEX



**fundação
centro de estudos
do comércio
exterior**

Ajudando o Brasil a expandir fronteiras

EDITORIAL**2 G20 e desafios para 2025***Miguel Lins***ENTREVISTA****4 Atilio Rulli***Vice-presidente de Relações Públicas da Huawei América Latina e Caribe***COMENTÁRIO INTERNACIONAL****10 A economia e o cobertor curto***George Vidor***INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS****12 Internacionalização das empresas brasileiras no mundo multipolar***Antonio Carlos da Silveira Pinheiro***TRADE FINANCE****16 Trade Service e Banking as a Service... A inovação em Comércio Exterior!***Cristiane de Freitas***AMBIENTE DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS****18 A presidência brasileira do G20 em 2024: uma avaliação***Felipe Hees***28 La posible incorporación de Colombia a la Iniciativa de la Franja y la Ruta, puede ser la puerta a una gran oportunidad de desarrollo económico o su error más grave a nivel geopolítico***Santiago Cabrera Grajales***32 Exportação Acelerada: Expansão dos Negócios Internacionais***Henry Uliano Quaresma***36 Por um Programa Brasileiro de Sustentabilidade para as exportações***Marina de Almeida Bezerra Reis***38 Os reflexos das eleições norte-americanas na cadeia global de gás natural liquefeito e, em especial, no Brasil***Luis Augusto Medeiros Rutledge***INDICADORES FUNCEX****42 Séries históricas de indicadores do comércio exterior***Henry Pourchet***MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS****48 Mobilização de recursos internos para financiar as exportações com os acúmulos de ICMS nas vendas externas***Jorge Sabione***54 Mobilização de Recursos Internos para financiar as vendas externas com os créditos do Funrural de exportação indireta***Felipe Fortunato***BRANDING E LINGUAGEM****58 Qualificação Empresarial para Branding Intercultural como Estratégia Integrada de Promoção Comercial***Rodrigo Solano***64 O Papel da Linguagem no Comércio Internacional e nas Cadeias Globais de Valor***Paulo Pandjarian***PRÁTICA DE COMEX****70 Exportação de commodities***Romulo Del Carpio***78 Shetrader, She4trade e He4she para o Brasil***Mario Cordeiro de Carvalho Junior e Renata Sanchez*

Shetrader, She4trade e He4she para o Brasil



Mario Cordeiro

Renata Sanchez

Mario Cordeiro de Carvalho Junior é Professor da FAF-UERJ
Renata Sanches é Professora do Dep. de Relações Internacionais do IDP

A recente declaração do G20 expôs a necessidade de inserção e de empoderamento das mulheres no centro da formulação de política de comércio exterior inclusiva, seja no mundo ou no Brasil. À bem da verdade essa recomendação segue:

- a) a declaração de Buenos Aires da *Joint Declaration on Trade and Women's Economic Empowerment* na ocasião da conferência ministerial da OMC em Buenos Aires, em dezembro de 2017;
- b) a declaração final de Buenos Aires acerca do comércio e mulheres do International Trade Center (ITC) de 2020; e
- c) o *framework* de comércio e gênero da OCDE de 2020.

Em nível interno, já há diretriz estratégica nesse sentido, como se pode observar no acordo firmado entre o MDIC e o Ministério das Mulheres com o intuito de apoiar a inserção de mulheres no comércio internacional brasileiro. De fato, a intenção estratégica do atual governo **é buscar** melhorar os níveis de desenvolvimento e qualidade de vida das jovens mulheres de forma tangível, reduzindo as desigualdades e precariedades que afetam as camadas menos favorecidas da sociedade.

Inclusive, seguindo a diretriz do ITC, a ApexBrasil em conjunto com a Secex/MDIC lançou o programa SHE-TRADES com vista a incentivar que um conjunto de mulheres empreendedoras e/ou gestoras, que atuam em empresas exportadoras possam, de um lado, liderar a expansão das exportações e a internacionalização das empresas, e, de outro lado, melhorar as capacidades, habilidades e competências femininas para gerenciar as atividades de negócios internacionais.

Vale lembrar que as Nações Unidas têm um programa de apoio a inserção das mulheres no comércio exterior denominado HE4SHE. Este movimento feminista é uma iniciativa global que convida homens a se tornarem aliados na luta pela igualdade de gênero, reconhecendo que a justiça social beneficia a todos. Para participar, especificamente em comércio exterior, os homens, que quase sempre são protagonistas, líderes e decisores da área, devem refletir



IMAGEM DE TUNG LAM POR PIXABAY

sobre seus próprios privilégios e desconstruir preconceitos, buscando ativamente educar-se sobre as questões enfrentadas pelas mulheres neste mercado de trabalho. Além disso, é essencial apoiar e amplificar as vozes femininas em ambientes corporativos, particularmente a inclusão de mulheres em cargos de alta gestão, e nos nichos que envolvem maior complexidade e qualificação técnico-acadêmica. Igualmente é essencial que o setor combata ativamente práticas de discriminação, assédio e violência.

Com vistas a mostrar evidências quantitativas para diagnosticar a presença de mulheres nas atividades de exportação de bens e a justificar ações e atividades para sua maior inserção no mercado exterior, o MDIC (2023) fez um estudo em que:

- a) os dados das empresas exportadoras que estão nos cadastros do Siscomex foram cruzados com as informações das empresas que constam na Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), do Ministério do Trabalho; e
- b) se identificou assim a baixa presença e participação feminina nos quadros de dirigentes das empresas exportadoras e de mulheres, em geral, na força de trabalho feminina empregada nas exportações.

Apesar de haver dados na RAIS sobre nível de escolaridade da força de trabalho que poderia ser relacionada às exportações de bens, esses dados não foram tabula-

dos, seja em termos de tipologia acerca de setor, cadeia de valor, empresas ou região onde o bem é produzido e exportado. Desse modo, foi perdida uma oportunidade para se obter uma *proxy* da qualificação e da intensidade do fator trabalho “feminino” para compreender, no Brasil, as razões e os determinantes do comércio ao nível de empresas, setores e produtos.

Caso estes dados tivessem sido coletados e processados, seria possível verificar, por exemplo, que a cidade de Redenção, no Estado do Pará, é um caso de *learning by doing* na exportação, pois esta cidade possui proporcionalmente mais mulheres empregadas nas atividades de exportação que homens. Lá há frigoríficos habilitados para exportar tanto para a China quanto para os demais países, mas nessas unidades industriais quem aprendeu e faz o processo de receber o boi, e, sobretudo abatê-lo com precisão, preparar os cortes para exportação, manter limpo o chão de fábrica, acondicionar o produto para sofrer choque de frio e depois do congelamento, armazenar os palletes na câmara fria até ovar o container refrigerado para exportação, e finalmente preparar a documentação mostrando os testes fitossanitários feitos, e, a norma ou padrão exigido no processo de HACCP, ISO, ou de sustentabilidade (tipo BRC ou outra norma voluntária de sustentabilidade) para efeitos de *compliance*, bem como os documentos de transporte, do Siscomex e para comprovação dos incentivos fiscais, são as mulheres.

Isso mostra que se o *Agro é Pop*, e se os produtos exportados desse setor (e de outros) tem sanidade e qualidade, é porque há trabalho feminino intenso que ajuda a explicar em parte os determinantes do padrão de exportação oriundos da boa teoria de comércio internacional. Uma pena é que não se tenha acesso a esses dados por empresas, visto que a Receita Federal observa o mandatório sigilo fiscal. Em outras palavras, com a disponibilidade

“

A intenção estratégica do atual governo é buscar melhorar os níveis de desenvolvimento e qualidade de vida das jovens mulheres de forma tangível, reduzindo as desigualdades e precariedades que afetam as camadas menos favorecidas da sociedade

”

de dados seria possível generalizar as observações acima e identificar como se pode e deve educar mais a força de trabalho das mulheres para atuar na exportação. Aliás, é bem provável que, no futuro, no agronegócio, em função da transformação digital, da manufatura aditiva e a difusão da economia de baixo carbono em curso, parafraseando a cantora Ana Castela, *haverá cada vez mais espaço para a boiadeira*.

Ao não se ter essas evidências quantitativas e qualitativas para justificar, sob a ótica da teoria de comércio internacional, a importância de se incentivar a educação ao máximo para aumentar as competências e habilidades das mulheres, para que essas se insiram no comércio exterior, alterando e elevando a quantidade e qualidade da intensidade dos fatores de produção, a opção seguida de diagnóstico feito pelo Governo foi o de identificar apenas a baixa presença feminina nos quadros dirigentes das empresas exportadoras.

Com base nisso se buscou desenvolver duas ações, a saber: a) montar uma rede de *coaching* e mentoria para compartilhar experiências e ensinamentos para lidar com os desafios de vender e gerenciar a exportação; e b) viabilizar a participação das dirigentes numa série de rodadas de negócios internacionais. Em que pese o saudável esforço para trabalhar e capacitar cerca de 200 executivas de exportação, surgiram desafios nas rodadas de negócio. De um lado, está havendo pressão “por resultados” visto que nos questionários de avaliação pós-feira ou rodada se indaga se o negócio de exportação foi efetivado.

Querer fechar uma venda internacional na primeira participação em evento internacional mostra um desconhecimento da realidade e da arte de negociar e participar de feiras internacionais. Por exemplo, a título de curio-

“

Uma política de comércio exterior estratégica focada na educação e no ensino e na exposição à cultura exportadora pode potencializar e intensificar ao máximo as capacidades e o acúmulo capital humano das mulheres brasileiras

”

sidade histórica, o empresário Egon Silva – fundador da WEG – foi para Alemanha com os seus motores para bombas (de água) a tiracolo quatro vezes, e somente na última viagem conseguiu tirar o primeiro pedido de exportação da Weg. Mesmo que este fato tenha ocorrido nos anos sessenta do século passado, e apesar de todo o mundo moderno do *digital trade*, ainda é demorado vender e conquistar um cliente internacional, tanto para homens quanto para mulheres!

Do outro lado, a exposição às rodadas de negócios revelou um desafio a ser enfrentado pelas executivas que atuam nas empresas exportadoras. A imagem percebida pelo estrangeiro, da mulher brasileira bela, simpática, inteligente, sensual e acessível, alimenta uma espécie de mito, e mesmo um fetiche, fruto de arquétipos passados e presentes que vem desde Chica da Silva, Carmem Miranda, Claudia Raia, Luiza Brunet, Giselle Bundchen, e agora Anitta e Ana Castela. Diferenças comportamentais e culturais importantes acabaram gerando antes, durante ou depois dos *meetings* situações sensíveis e/ou mal entendidos linguísticos de percepção de cantada, de cortejar ou até mesmo de assédio na hora de negociar internacionalmente. Interlocutores de algumas nacionalidades com características mais conservadoras e/ou religiosas parecem que foram os maiores causadores de ruídos nas negociações.

Uma experiente *trader* – que conhece e acompanha o programa das Nações Unidas do HE4SHE – solucionou o problema convidando *traders* brasileiros homens para participar com ela das negociações – mesmo tendo que dividir a sua comissão de agente com parceiro brasileiro. Além disso, ao receber telefonema de potencial cliente árabe no domingo – mesmo que esse informasse que há diferenças devido ao calendário do Ramadã, esta teve *savoir faire* para cortar a conversa ao dizer que domingo é dia de descanso na tradição brasileira. Isso só mostra a necessidade de dotar e expor todas as profissionais mulheres a uma maior cultura exportadora.

Isso é extremamente relevante e possível no momento presente, pois agora Cultura Exportadora é uma política de Estado, e não de Governo (Pitta, 2023). De acordo com este autor “no mês de julho de 2023, o atual governo editou o Decreto nº 11.593 que instituiu, de acordo com seu art. 1º, “a Política Nacional de Cultura Exportadora [PNCE], com a finalidade de difundir a cultura exportadora e ampliar o número de exportadores brasileiros, especialmente as micro, pequenas e médias empresas”. De acordo com o decreto, o art. 3º informa que as ações da Política Nacional de Cultura Exportadora serão di-

rigidas a todos os setores da economia, especialmente àqueles com potencial exportador, e contemplarão as seguintes iniciativas: I - promoção das exportações e da disseminação da cultura exportadora; II - capacitação e treinamento para as empresas interessadas na atividade de exportação; III - compartilhamento de boas práticas de exportação de produtos; IV - fomento à participação em eventos de promoção comercial; V - aproximação entre empresas exportadoras e instituições ofertantes de serviços relacionados à exportação; e VI - identificação de oportunidades para fomento da cultura exportadora e para exportação de produtos e serviços.

Isso significa que hoje se pode implantar uma política de comércio exterior estratégica para a inserção, inclusão social e produtiva de mulheres nas atividades de exportação como uma das ações e atividades da PNCE. Esta política deve ser desenhada e implementada seguindo a sugestão de Cordeiro e Santos (2023) de que precisamos, a partir de hoje, expandir de forma perene nossa pauta de exportação de bens – agrícolas, semimanufaturados, manufaturados e de serviços – com base numa parceria de força público-privada, sugestão sempre preconizada pelo saudoso Dr. Benedicto Moreira, ex-diretor da Cacex, da AEB e da Funcex.

Uma política de comércio exterior estratégica focada na educação e no ensino e na exposição à cultura exportadora pode potencializar e intensificar ao máximo as capacidades e o acúmulo capital humano das mulheres brasileiras, de modo que elas sejam demandadas para atuar como: a) mão de obra qualificada; b) quadro executivo júnior, médio e superior; c) líder e presidente de empresas; d) partícipe e líder de Conselhos Empresariais e associações de classe setoriais; ou, e) virem se tornar *traders* e empreendedoras com conhecimento ímpar para gerir e implementar o processo de expansão das exportações e de internacionalização de empresas.

Uma política desse porte pode simultaneamente expandir a base de empresas brasileiras no comércio exterior, e depois internacionalizar essas empresas, de modo a inserí-las nas cadeias globais de valor para ganhar *market-share*, além do crescimento vegetativo e natural da expansão observada no mercado internacional.

Para se atingir esses objetivos é necessário, de um lado, intensificar ao máximo as capacidades e o acúmulo capital humano das mulheres como determinante ou indutor da determinação do padrão de comércio entre as nações. Do outro lado, mostrar quais argumentos econômicos se pode apontar, de modo que a educação e o ensino num contexto de aquisição de cultura exportadora,

pode potencializar e intensificar ao máximo as capacidades e o acúmulo capital humano das mulheres.

Isso pode ser obtido a partir do modelo exposto em qualquer livro texto de economia internacional que exponha um modelo (2x2x2) – dois fatores de produção (trabalho e capital); dois produtos (vinho e têxtil); e dois países (poderia ser qualquer um, mas quase sempre se fala de Inglaterra e Portugal). A partir de uma situação inicial de não haver comércio entre os países, e de haver dotações iguais de fatores de produção para se produzir os dois bens nos países, se abre a economia ao comércio.

Ao permitir uma variação – devido a possibilidade de livre movimentação dos fatores de produção e arbitragem entre os preços dos dois países, se inicia uma “abertura ao comércio internacional”. Esta, por sua vez, engendra um processo de especialização produtiva tendo como base as fontes de vantagens comparativas que, nesse caso, decorreria de uma maior quantidade e intensidade relativa do fator trabalho. Importa reter que ao se inserir no comércio internacional se incentiva a definitiva transformação do padrão global de comércio exterior entre as duas nações descritas nos livros textos.

Mas, para aplicar esse princípio ao Brasil, temos de generalizar os dois produtos para os N bens que constam na nomenclatura comum de mercadoria, e do padrão de comércio exterior para sugerir a aplicação do princípio da visão econômica de John Stuart Mill, segundo o qual “a abertura comercial pode proporcionar aos países cujas possibilidades de produção eram mal exploradas a oportunidade de que se desencadeie alguma forma de revolução industrial” (tradução livre de “*the opening of a foreign trade... sometimes works a sort of industrial revolution in a country whose resource well previously undeveloped*”), (apud Meier, 1968, p. 1).

Com a perspectiva de livro texto mais a proposição de Mill, se constata que ao se inserir a economia ao comércio internacional se produz e se gera ganhos de comércio. Mas resta explicar como se pode intensificar o acúmulo e uma maior e melhor dotação do fator trabalho para induzir a uma maior transformação do padrão de comércio de uma nação via educação.

Para essa finalidade – justificar investir em educação e qualificação no comércio exterior – se deve seguir a proposta de Frederich List. Para este, ao se abrir uma economia ou região ao exterior e se associar e fornecer educação ao máximo ao fator trabalho se mostrará que se produzirá um tipo de “*Capital Mental Como Força Produtiva do Progresso*”.

Em seu tratado de 1841 List argumenta em *prol* da educação para o bem comum no sentido de desenvolver habilidades individuais e fornecer à indústria pessoas qualificadas. Ele, portanto, demanda por mais livros e professores, em particular dentro da matemática e das ciências naturais. Para ele, a indústria é a mãe e o pai da ciência, da literatura, das artes, do esclarecimento, da liberdade e das instituições úteis ao poder e independência nacionais. Qualquer um que deseje se dedicar à atividade industrial – e à produção de bens manufaturados – deve aprender e entender algo de matemática e ciências naturais. Professores e livros são necessários para permitir que aqueles envolvidos em atividades industriais progridam nessas disciplinas. Elas são necessárias para dar aos jovens que possuem a habilidade natural apropriada e educação prévia, a oportunidade de se especializar em matemática e ciências naturais (List, 1841, pp. 66-67).

List descreve como a Inglaterra convidou trabalhadores qualificados do exterior, deixou que eles educassem os trabalhadores da Inglaterra e cuidadosamente nutriu a nova habilidade. O reino insular tomou emprestado de todos os países do continente sua habilidade em ramos especiais da indústria e os plantou em solo inglês, sob a proteção de seu sistema alfandegário. Veneza teve que ceder (entre outros negócios em artigos de luxo) a arte da fabricação de vidro, enquanto a Pérsia teve que desistir da arte da tecelagem e tingimento de tapetes. Uma vez possuidora de qualquer ramo da indústria, a Inglaterra concedeu a ele cuidados e atenção diligentes, por séculos tratando-o como uma árvore jovem que requer suporte e cuidado (List, 1841a, p. 39).

O ponto crucial para entender as políticas comerciais de List é que os fundamentos mentais da economia tornam o aprendizado necessário e possível. List o explica

“

A vertente SHE4TRADE visa empoderar as jovens mulheres a saberem obter ganhos de produtividade, aumentar a lucratividade, e incentivar a inovação de produto e processo, além de gerir os aspectos de produção, câmbio e *trade finance*, e logística nas atividades de exportação

”

como o poder produtivo de uma nação, sua força imaterial e material é o resultado de uma união de trabalho contínuo por gerações. O poder produtivo de uma nação só é possível devido à educação das gerações mais jovens pelas gerações mais velhas, por meio de instituições religiosas, sistemas de castas profissionais e guildas, e mais tarde por escolas e livros. List frequentemente se refere a esse processo de aprendizado coletivo como “a educação industrial da nação” (Cf. List, 1841).

O descrito acima com base em List é uma confirmação moderna da vida empresarial prática, e da importância da educação. Em resumo, investir em educação e treinamento em uma economia ou região em processo de se abrir ao exterior pode potencializar de maneira dupla: “proporcionar aos países cujas possibilidades de produção eram mal exploradas a oportunidade de que se desencadeie alguma forma de revolução industrial” como proposto por Mill; e ao ser associado a potencializar a educação ao máximo, no sentido de List, essa se torna o “Capital Mental para ser Força Produtiva do Progresso”.

Partindo dessa visão, o desenvolvimento econômico e social e os frutos advindos de uma maior inserção no mercado internacional deve ser medido não só pelo que as pessoas realizam, ou não, mas pelas reais liberdades que possuem de cultivar um estilo de vida digno e adequado para viver e usufruir simultaneamente dos benefícios da globalização econômica e de um mundo multipolar, onde o Brasil atua como *global trader*.

A liberdade e as oportunidades advindas deste novo processo de transformação estrutural em curso, fruto da globalização de mercados num mundo multipolar, não pode ser valorizada apenas no seu papel instrumental, de ser um meio, contingente, para atingir determinado fim, que é acompanhar o desenvolvimento das forças produtivas.

Importa ressaltar que o desenvolvimento das forças produtivas num ambiente e com o propósito de potencializar a abertura e inserção no comércio internacional, permite que os ganhos de comércio gerem e incentivem a inclusão produtiva, e mudem as vidas e as condições de jovens mulheres, ao incentivar que as mesmas busquem e saibam capturar as oportunidades abertas pela inserção das empresas exportadoras nas cadeias de valor globais e adquirindo cultura exportadora.

Mas, para que se possa expandir a base exportadora das empresas, diversificar os produtos e serviços por regiões, setores e aumentar a inserção nas cadeias globais de valor, além de internacionalizar as empresas é preciso in-

vestir em educação para potencializar ao máximo capital humano, notadamente das jovens mulheres de 15 a 29 anos a entrarem e se desenvolverem mediante o seu trabalho e emprego nas empresas exportadoras para, sobretudo, começarem a liderar:

- No chão de fábrica ou nas fazendas a organização das certificações de produção, qualidade, conformidade, e o padrão de sustentabilidade requerido pelos compradores internacionais desde que sejam seguidas as normas das certificadoras internacionais voluntárias ou não de terceira parte;
- Nas atividades meios das firmas, que são as funções de gerir as rotinas e procedimentos nas atividades de *baas (banking as a service)*, de *laas (logistic as a service)* ou de *SSaas (Siscomex e Sisbacen as a service)*;
- No chão de fábrica ou nas fazendas o processo de melhoria contínua da organização da produção, do trabalho, da maquinaria e da tecnologia para tanto obter ganhos de produtividade, inovar em processo e produto, quanto sobretudo para obter maior lucratividade no negócio de exportação; e,
- Depois – Ser Trader – para fazer as negociações de compra e venda internacional, e, sobretudo entender e compreender o processo de arbitragem de preços e custos dos fatores de produção e de produtos e serviços que condicionam a dispersão e a reconfiguração das empresas nas cadeias de valor para atender aos ditames atuais das atividades de *nearshoring* ou *offshoring*, sendo assim fundamental ter educação para conhecer a fundo os regimes aduaneiros, os incentivos fiscais e creditícios, o câmbio e o *trade finance*, a logística internacional, os instrumentos de produtividade e *compliance*, de modo a adquirir uma genuína cultura exportadora com traços de nossa brasilidade.

Em pleno século XXI, uma educação com esse propósito pode ser oferecida em todo o território nacional por meio de um curso técnico denominado **SHE TRADER, SHE4TRADE E HE4SHE PARA O BRASIL** para jovens mulheres de 15 a 29 anos, preferencialmente em situação de vulnerabilidade social.

Para efeitos de esclarecimento acerca do nome proposto do curso, este nome ou eventual marca tem o propósito de incentivar ao máximo a educação para que as jovens mulheres adquiram capacidades de serem *traders* via a vertente **SHE TRADER** do curso. Nessa vertente elas irão adquirir conhecimento para arbitrar preços de bens

e serviços, de juros e de salários, ou *wealth* entre o Brasil e o exterior, e saberem como mover os bens, os serviços e os fatores de produção entre o Brasil e os países que estão em processo de transição entre o mundo unipolar para um multipolar.

Por sua vez, a vertente **SHE4TRADE** visa empoderar as jovens mulheres a saberem obter ganhos de produtividade, aumentar a lucratividade, e incentivar a inovação de produto e processo, além de gerir os aspectos de produção, câmbio e *trade finance*, e logística nas atividades de exportação.

Finalmente, o **HE4SHE** tem um corte de incentivar o conhecimento e a experiência em negócios internacionais, fornecendo oportunidades de qualificação e de ascensão profissionais justas para mulheres, e incentivar um ambiente corporativo livres de misoginia, assédio e discriminação.

Cabe asseverar que o curso **SHE TRADER, SHE4TRADE E HE4SHE PARA O BRASIL** têm como objetivos gerais a inclusão produtiva e a geração de oportunidades de trabalho e de renda. Neste sentido pretende:

- a) promover a inserção de jovens mulheres no mercado de trabalho voltado à exportação;
- b) capacitar e desenvolver habilidades e competências acerca das rotinas na atividade de exportação para promover de forma pró ativa o empoderamento sócio-econômico feminino; e
- c) viabilizar a identificação, a estruturação e a concretização de vendas externas que tanto permitam a captura dos ganhos de comércio, quanto o empoderamento feminino.

A formação educacional voltada para a capacitação de jovens mulheres via um curso denominado **SHE TRADER, SHE4TRADE E HE4SHE PARA O BRASIL** de corte técnico tem o objetivo específico de focar apenas dois alvos, a saber:

O primeiro é desenvolver habilidades e competências relacionadas à gestão das rotinas e procedimentos de exportação voltados ao empoderamento feminino.

O segundo é a inserção e o incentivo para que essas jovens mulheres contribuam efetivamente na expansão da oferta exportável de bens e serviços e com cultura exportadora nas indústrias criativas; de serviços; da indústria e de *trading companies* como *traders* ou *digital traders* nos projetos já existentes ou a serem implantados no Brasil.

Cabe ainda ressaltar que as empresas exportadoras representam uma alternativa para o ingresso qualificado das jovens mulheres de 15 a 29 anos no mercado de trabalho, e, com chances de obtenção de melhores salários.

O desenho de um curso técnico de inserção de jovens mulheres para a expansão da oferta exportável de bens e serviços e com cultura exportadora, onde a educação é um “Capital Mental para ser força Produtiva do Progresso” seguindo a sugestão de List, irá não só incentivar o empoderamento feminino, mas contribuirá de fato para incentivar a inovação e a diversificação da estrutura e da composição das exportações das indústrias criativas, das tradicionais e dos serviços no Brasil, contribuindo de forma decisiva no processo neointustrialização em curso.

O curso aqui sugerido foi desenhado para abrir oportunidades para a inserção da jovem mulher brasileira entre 15 e 29 anos – que esteja preferencialmente no ensino médio ou no início da graduação – no mercado de trabalho das empresas exportadoras em função das mudanças geopolíticas em curso, e das oportunidades de transformação da estrutura econômica ligadas à exportação que estão a ocorrer no Brasil.

O curso será formado por quatro trilhas ou jornadas de conhecimento, com um total de 800 horas, sendo executados em etapas ou partes. A competência a ser desenvolvida e potencializada em cada participante será a de:

a) saber identificar as fontes de vantagens comparativas dos produtos elaborados (ou serviços a prestar) no processo produtivo e na sua cadeia de suprimento;

b) saber identificar os determinantes de produtividade em função do seu grau e o do estágio de internacionalização da empresa segundo a escola de Uppsalla, bem como saber selecionar e escolher produtos e mercados; e

“

O curso aqui sugerido foi desenhado para abrir oportunidades para a inserção da jovem mulher brasileira entre 15 e 29 anos – que esteja preferencialmente no ensino médio ou no início da graduação – no mercado de trabalho das empresas exportadoras

”

c) saber identificar os indicadores de competitividade, produtividade, lucratividade e de performance, segundo os bons argumentos econômicos, financeiros e contábeis, de forma ex ante e/ou ex post; e as medidas de auditoria e compliance para usufruir dos incentivos fiscais de comércio exterior ao nível estadual ou federal, e atender as determinações do comprador internacional.

Para atrair e inserir jovens mulheres nas atividades de exportação com vistas a liderarem no futuro, cada trilha de conhecimento abordará os seguintes temas e matérias:

No chão de fábrica

No chão de fábrica serão oferecidas as seguintes matérias:

a) Fundamentos de Gestão de Produção, Tecnologia, Armazenamento e Transporte como fonte de prosperidade e distribuição de renda no Brasil;

b) Fundamentos de Gestão de Exportação e Internacionalização de Empresas como fonte de prosperidade e distribuição de renda no Brasil;

c) Fundamentos básicos de câmbio e investimentos em projetos de exportação de bens e serviços;

d) Formulação e gestão de agenda de políticas públicas e regimes aduaneiros na exportação de bens e serviços;

e) Fundamentos e Noções de gestão de marcas e patentes.

Funções de gestão

Nas funções de gerir as rotinas e procedimentos nas atividades de *baas (banking as a service)* ou de *laas (logistic as a service)* ou de *SSaas (Siscomex e Sisbacen as a service)* serão oferecidas:

a) noções básicas de rotinas e procedimentos de exportação de novos produtos da bioeconomia ou da transição energética (como hidrogênio verde de exportação, SAF, *green products* da indústria de transformação);

b) noções básicas de rotinas e procedimentos de exportação de serviços tecnológicos;

c) noções básicas de rotinas e procedimentos de exportação de bens e serviços da indústria criativa;

d) noções básicas de rotinas e procedimentos de exportação de bens e serviços da indústria tradicional, do agronegócio e da agricultura familiar.

Organização da produção

No processo de melhoria contínua da organização da produção, do trabalho, da maquinaria e da tecnologia para obter ganhos de produtividade, inovar em processo e produto e maior lucratividade ao negócio de exportação serão ofertadas:

- a) noções básicas de como gerir as certificações, normas e procedimentos envolvidos nas etapas de produção, armazenamento e transporte na exportação;
- b) noções básicas de produtividade e competitividade na exportação;
- c) noções básicas de como identificar os riscos e incertezas envolvidos na movimentação de carga nas etapas de produção, processamento, carga e descarga na cadeia de valor global;
- d) noções de desenvolvimento de exportação de novos serviços tecnológicos, assim como para música, dança e cultura; e
- e) noções básicas de rotinas e procedimentos de exportação de serviços de turismo.

Ser Trader

No processo de vir a Ser Trader para fazer as negociações de compra e venda internacional, e, sobretudo entender e compreender o processo de dispersão e reconfiguração das cadeias de valor para atender aos ditames atuais das atividades de *nearshoring* ou *offshoring*, o conteúdo ofertado será:

- a) Fundamentos para a abstragem e brokeragem de bens e serviços;
- b) Fundamentos de gestão de rotinas e procedimentos de empresas atuantes na exportação;
- c) Fundamentos de Cooperação Internacional e formação de alianças e *joint ventures* entre empresas brasileiras e estrangeiras para explorar a complementaridade de produção e fornecimento de bens e serviços entre as regiões do Brasil e o resto do mundo, de modo a haver um situação de ganha-ganha nas duas regiões;
- d) Fundamentos das formas de organização e de formulação de agenda de ações de política pública em prol das jovens mulheres nas exportações com base nos princípios e nas práticas de organização comunitária propostas e desenvolvidas, nos Estados Unidos, por Saul Allinski, Hillary Clinton, Barack Obama e mais recentemente Alexandra Ocasio;

e) Fundamentos e noções de cultura exportadora e vendas internacionais, boas maneiras e práticas no comércio internacional de bens e serviços entre o Brasil e o mundo;

f) Fundamentos e noções de *cross cultural management* e semiótica nos negócios internacionais;

g) Fundamentos e noções de *soft power* como instrumento para cultura exportadora e vendas internacionais; e

h) Noções de avaliação de produtividade e lucratividade na exportação.

Seguindo o mote de que para a exportação, potencializar a educação é dotar as mulheres de “Capital Mental para ser força Produtiva do Progresso” seguindo a sugestão de List, é preciso perceber que se estará de forma objetiva e concreta incentivando a alteração e a modificação das fontes de vantagens comparativas no bojo do processo de transformação das forças produtivas. As fontes de vantagens comparativas são fruto dos diferenciais interno e externo da intensidade de recursos naturais, de capital, de trabalho, de tecnologia, da ocorrência de economias de escalas e /ou escopo, e do papel da história e da geografia que podem ser potencializadas em cada município brasileiro.

Caso fosse possível abrir a estrutura e a composição da pauta de exportação e de produção por empresas – combinando dados disponíveis na Receita Federal, no IBGE, Secex/MDIC e na RAIS/MT, se poderia acoplar o esforço de potencializar ao máximo a educação para exportação com uma política de promoção comercial focada nas empresas para acelerar e obter ganhos de comércio nesse “novo” mundo multipolar via:

- a) incentivo à diversificação de produtos (e serviços) de todos os municípios, e dos estados para serem expostos e comercializados ao máximo em todos os países;
- b) incentivo ao acesso de empresas não-exportadoras para ser tornarem exportadoras iniciantes e contínuas nas vendas externas, aumentando assim a base exportadora brasileira;
- c) incentivar a inserção de empresas, setores e atividades nas cadeias globais de valor;
- d) incentivar a apresentação de bons projetos de exportação para serem financiados pelo sistema público de financiamento e garantias às exportações (composto pelo BNDES, PROEX/BB e ABGF) e também pelo setor privado.

Em outras palavras, se estará mediante a combinação de educação para exportação com uma política de promoção comercial focada nas empresas incentivando alterar as condições de infraestrutura da organização da produção e da tecnologia que produzirá efeitos na super-estrutura econômica. Esse processo naturalmente produzirá efeitos na forma de compreensão e de cognição das jovens mulheres ao longo do seu processo de jornada de inserção e desenvolvimento pessoal e profissional em direção à uma maior inserção no mercado de trabalho com inclusão produtiva nas empresas exportadoras.

Face ao exposto e proposto até o momento presente, a questão que se coloca agora é como obter recursos públicos e privados para que executar e generalizar este curso técnico a ser executado a nível nacional. Em tempos de necessidade de contenção de gastos públicos, uma sugestão e um caminho natural é que as ações e as atividades de uma política pública de inserção de mulheres na exportação, seguindo a declaração recente no G20 e de interesse direto do Ministério das Mulheres e do MDIC, poderia vir a ser objeto de uma emenda parlamentar comum das Frentes Parlamentares ligadas ao comércio exterior ou ao investimento externo, às zonas de processamento de exportação, à indústria, à agricultura e aos serviços.

No entanto, num contexto de necessidade imperiosa de cortes de gastos públicos, não cabe ao Congresso Nacional buscar verbas para generalizar essa política pública necessária e relevante tanto para o Ministério das Mulheres quanto para o MDIC. Cabe destacar que há recursos parafiscais no âmbito da ApexBrasil e do Sistema S, em especial do Sebrae Nacional, suficientes e disponíveis para generalizar uma política para a inserção de jovens mulheres nas exportações.

Para construir esse projeto seria preciso apenas montar uma força tarefa entre CNI, CNA, CNC, CACB, AEB e FUNCEX e talvez alguma Universidade e instituição com CEBAS educação, com a ApexBrasil e o Sebrae Nacional, desde que fossem seguidas diretrizes emanadas pela Camex, pelo MDIC e pelo Ministério das Mulheres, ouvindo inclusive o Ministério das Mulheres e as Frentes Parlamentares expostas acima.

De fato, ao seguir o proposto acima se verifica que uma ação em prol de potencializar a educação para dotar as mulheres de “Capital Mental para ser Força Produtiva do Progresso” seguindo a sugestão de List, pode ser um incentivo à um início de diálogo para a cooperação entre agentes não cooperativos em prol do Brasil, por meio da generalização de um curso técnico denominado **SHE TRADER, SHE4TRADE E HE4SHE PARA O BRASIL**.

BIBLIOGRAFIA

Brasil. 2023. Presidência da República. Secretaria Especial para Assuntos Jurídicos. Decreto nº 11.593, de 10 de julho de 2023.

Cordeiro, M.; Santos, D. 2023. Internacionalizar o real é preciso, e possível. *Negócios Internacionais em Foco*, nº 1, Funcex.

List, F. 1841. *The National System of Political Economy*, American translation by G. A. Matile, Philadelphia. Lippincott & Co.

MDIC. 2023. Mulheres no Comércio Exterior – Uma Análise para o Brasil.

Meier, G. 1968. *The international economics of development theory and policy*. Harper & Row.

Pitta, R. 2023. Cultura exportadora como Política de Estado. *Revista Brasileira de Comércio Exterior*, nº 156, Jul-Set.