Revista Brasileira de Comércio Exterior

RBCE

A revista da FUNCEX

Ano XXXIX
164
Julho, Agosto
e Setembro
de 2025

Ambiente dos Negocios Internacionais
Stablecoins e Inteligência Artificial

Mulheres líderes em exportação

FUNCEX
fundação de
comércio exterior e
relações internacionais

Ajudando o Brasil a expandir fronteiras

EDITORIAL

2 Desafios e Oportunidades

Mario Cordeiro de Carvalho Jr.

ENTREVISTA

4 Padre Omar Raposo

Reitor do Santuário Arquidiocesano Cristo Redentor e Pároco da Igreja São José da Lagoa

COMENTÁRIO INTERNACIONAL

6 E "la nave va"

George Vidor

AMBIENTE DOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

8 Imobiliário de gama alta em Portugal: um pilar do comércio exterior e destino seguro para o investidor brasileiro

Vinicius Carvalho de Carvalho

14 O "tarifaço" e seus impactos no comércio exterior brasileiro

Giselle Farinhas

18 O avanço da IA e o futuro comercial do Brasil

Mauro Souza

CÂMBIO

26 *Stablecoins* como Alternativa ao Modelo Tradicional de Pagamentos no Comércio Exterior Brasileiro

José Henrique Gama Penido

EMPRESAS

28 *Startups* em Internacionalização: Oportunidades para Advogados e Desafios Jurídicos

Chiara Tracey Bolzon

36 Transformando Culturas Organizacionais - Um Diálogo entre Hermetic Contents e RBCE da FUNCEX

Dhiego Lofiego

MULHERES LÍDERES NA EXPORTAÇÃO

38 A Comissão de Mulheres da FUNCEX: Um Novo Ciclo Estratégico na Promoção da Equidade de Gênero no Comércio Exterior Brasileiro

Denise Naranjo & Fabianna Klaus Costa Camacho

41 As mulheres como *traders* na história e na atualidade

Shirley Siolary

46 Desafios e Possibilidades para a inserção de Jovens Mulheres da área de Relações Internacionais no Comércio Exterior Brasileiro

Suyá Paladino

50 Habilidades Para trabalhar como *Trader* Digital e com *Compliance* no Comércio Internacional

Marcia Kelly Santos

52 Trilhas de conhecimento e necessidades de filtrar informações e gerar inteligência na exportação

Moana Rodrigues de Almeida

As mulheres como *traders* na história e na atualidade

Shirley Siolary

Numa perspectiva histórica, o papel das mulheres como comerciantes ou traders na história tem sido significativo, mas frequentemente subestimado. Vale observar que as mulheres se envolveram no comércio, especialmente a partir do final da Idade Média, visto que nas cidades italianas, elas, por exemplo, participavam da compra e venda de mercadorias ou de negócios, às vezes com total autonomia. Estas possuíam meios de produção, investiam e acumulavam riqueza, e há registros mostrando-as como comerciantes e traders de lã ativas, investidoras e parceiras de negócios, mesmo em setores dominados por homens. Importa reter que a atuação das mulheres como traders data desde a Inglaterra e a Itália medievais por serem ativas em mercados locais, frequentemente assumindo o controle após a viuvez.

No entanto, as restrições patriarcais frequentemente limitavam suas oportunidades econômicas, particularmente no comércio atacadista e, sobretudo, no comércio de longa distância. Mulheres comerciantes e traders atuaram como parceiras iguais de seus maridos ou como viúvas, assumindo negócios, demonstrando importante papel econômico, apesar dos desafios sociais. Vale ressaltar que as mulheres participavam do comércio de longa distância medieval, mas seu envolvimento era limitado e representava uma pequena parcela dos comerciantes. Estima-se algo em torno de 3% a 4% na Inglaterra medieval. Sua participação era caracterizada por papéis como parceiras econômicas, em vez de comerciantes individuais com identidade própria.

As mulheres que atuavam no comércio internacional, na Inglaterra, puderam ser identificadas nos registros históricos de dívidas e de alfândegas como comerciantes/traders e investidoras no comércio de longa distância. No entanto, sua participação econômica era limitada por estruturas patriarcais e sociais, que limitavam seu acesso direto ao capital e aos mercados atacadistas de grande escala, especialmente após o século XIV. Apesar dessas restrições, algumas mulheres atuavam como parceiras econômicas em pé de igualdade, gerenciando empreendimentos comerciais ou representando empresas familiares em centros de mercado dinâmicos como Londres.

Shirley Siolari, como líder e empreendedora, valorizo a visão estratégica aliada ao conhecimento profundo do mercado, estimulando parcerias que ampliam horizontes e geram valor real para empresas, investidores e clientes.
Bacharel em Direito, membro da Comissão de Comércio Exterior da OABSP, certificada pela Escola de Negócios e Advocacia Internacional, Adler Martins. Arbitragem, M&A e Disputas Complexas pela CPA. Direito Econômico na Modernidade pelo Centro de Excelência Jean Monnet UE.
Como empreendedora, construí uma carreira de mais de duas décadas no setor de Perfumaria Internacional, importação e exportação, trabalhando com grandes marcas da moda global.
Atualmente, dedico minha expertise para defender e promover o empoderamento econômico de mulheres, uma causa que abraço como membro da Rede WIT Woman Insider Trade e Rede Mulher Empreendedora.

Os principais fatores que moldaram a participação das mulheres naquela época incluíram seu status social, acesso a capital e envolvimento em mercados movimentados e extensos geograficamente. As mulheres no comércio internacional frequentemente precisaram superar barreiras legais e econômicas, mas puderam acumular riqueza, contrair dívidas e operar em ambientes comerciais sofisticados. Seus papéis econômicos demonstram uma integração diferenciada às atividades mercantis medievais, apesar das limitações sociais. Em resumo, as mulheres participavam do comércio medieval de longa distância principalmente por meio de parcerias, heranças e como atores menores, porém visíveis, no mercado europeu e no asiático.

Os papéis das mulheres no comércio de longa distância na Europa e na Ásia medievais apresentavam semelhanças e diferenças marcantes, moldadas por suas respectivas culturas, economias e normas sociais. Por exemplo, na Europa Medieval, as mulheres participavam ativamente dos mercados e do artesanato locais, frequentemente trabalhando ao lado dos homens em empresas familiares ou guildas. Elas se dedicavam a ofícios como tecelagem, fabricação de cerveja, panificação e administração de barracas ou lojas. As viúvas podiam herdar negócios, o que lhes dava controle legal sobre as atividades comerciais, às vezes administrando empreendimentos comerciais significativos. Embora as mulheres assumissem papéis comerciais importantes, sua participação era de certa forma limitada pelas restrições legais e sociais vigentes, muitas vezes limitadas por filiações a guildas e direitos de propriedade.

Por sua vez, na Ásia Medieval, os papéis das mulheres variavam significativamente de acordo com a região, mas em lugares como China, Japão e em partes do mundo islâmico, as mulheres participavam dos mercados como vendedoras, artesãs e comerciantes. Sabe-se, por exemplo, que nas dinastias Tang e Song, na China, as mulheres se envolviam na produção de seda, têxteis e no comércio local. Em algumas sociedades asiáticas, as mulheres podiam herdar propriedades com certa autonomia econômica, o que lhes permitia administrar empreendimentos comerciais. Importa ressaltar que no bojo da Rota da Seda e das Rotas marítimas se formaram redes comerciais onde as mulheres eram participantes-chave no comércio de longa distância, às vezes administrando as famílias que controlavam caravanas comerciais ou o transporte marítimo.

No entanto, os papéis econômicos das mulheres europeias frequentemente se concentravam no artesanato urbano e nos negócios familiares, e, às vezes limitados por sistemas de guildas, enquanto os papéis das mulheres asiáticas podiam abranger uma participação mais ampla tanto nos mercados locais quanto no comércio de longa distância. Aliás, em partes da Ásia, as estruturas legais e atitudes culturais conferiam às mulheres mais direitos com relação à propriedade e à gestão do comércio do que normalmente se observava na Europa medieval. Na Ásia, as mulheres também estavam mais visivelmente conectadas às principais rotas comerciais e commodities como seda, especiarias e cerâmica.

Em resumo, as mulheres tanto na Europa quanto na Ásia medieval desempenhavam papéis vitais no comércio. Mas, na Europa as atividades comerciais das mulheres tendiam a ser mais localizadas e restritas às guildas, enquanto as mulheres asiáticas podiam se envolver mais amplamente na produção e no comércio de longa distância, frequentemente amparadas por diferentes normas culturais e legais.

Vale observar que na Europa medieval, as regras de filiação às guildas eram predominantemente voltadas para os homens e restritivas às mulheres. A maioria das guildas excluía as mulheres da filiação formal, de aprendizados e de cargos oficiais. A participação das mulheres nas guildas geralmente se dava por meio de seus relacionamentos com homens - esposas, filidas ou viúvas de membros da guilda - permitindo acesso indireto limitado. As viúvas às vezes podiam herdar os privilégios da guilda de seus maridos e continuar seus negócios, mas com restrições significativas, muitas vezes perdendo direitos ao se casarem novamente. Exceções existiam em certos ofícios, como têxteis, entretenimento e algumas guildas de artesanato, mas, no geral, as guildas mantinham uma estrutura patriarcal que considerava o trabalho das mulheres inferior ou fora do sistema oficial de guildas.

Na Ásia medieval, por sua vez, as estruturas econômicas existentes variavam de acordo com a região, mas geralmente proporcionavam às mulheres uma autonomia econômica relativamente maior. Por exemplo, em partes da China e do Japão, as mulheres participavam ativamente de organizações semelhantes às guildas relacionadas à produção de seda, têxteis e ao comércio. Às vezes, as mulheres podiam possuir propriedades e administrar negócios de forma independente, o que lhes dava um controle mais direto sobre as atividades comerciais. De fato, as mulheres asiáticas estavam mais visivelmente envolvidas em negócios de mercado e grupos de produção artesanal. Sua participação era apoiada, em parte, por normas culturais e legais que ofereciam às mulheres os direitos de herança e propriedade, facilitando seus papéis em grupos ou associações comerciais.

Essa comparação revela que, enquanto as guildas europeias mantinham rigidamente o domínio masculino com entrada feminina limitada, principalmente por laços familiares, algumas associações comerciais e artesanais asiáticas ofereciam às mulheres oportunidades mais estruturada de participação independente e de influência nas atividades comerciais.

Na Europa medieval, as mulheres comumente se filiavam a guildas a profissões amplamente ligadas à indústria têxtil e à preparação de alimentos, bem como a alguns ofícios especializados. As guildas mais notáveis que permitiam a participação feminina eram: Ofícios de linho e têxteis (trabalhadoras de linho e tecelãs); Fiandeiras, fiandeiras de ouro e tecelãs de seda (guildas compostas quase inteiramente por mulheres); Ofícios relacionados à alimentação, incluindo panificação e cervejaria; Certas guildas de ofícios, como sopradores de vidro, forjadores de cota de malha e até mesmo cirurgiões, tinham algumas mulheres como membros; Guildas de entretenimento, incluindo musicistas e artistas; Guildas de marcenaria, como tanoeiros e torneiros; e Ofícios ligados à indústria pesqueira e de carne também tinham mulheres como membros.

As viúvas frequentemente tinham o direito de continuar os negócios de seus maridos dentro dessas guildas, embora as regras diferissem por região e guilda, e um novo casamento às vezes causaria a perda dos direitos de membro. Algumas guildas proibiam estritamente as mulheres de exercer cargos, aprendizes e filiação independente, mas toleravam vínculos familiares com o trabalho masculino no ofício.

Na Ásia medieval, embora as estruturas exatas das guildas fossem diferentes, as mulheres participavam com destaque: na produção de seda e tecelagem (principalmente na China e no Japão); no artesanato têxtil e grupos artesanais ligados à cerâmica e outros bens de luxo; nas funções no comércio, incluindo vendedoras e na administração de negócios comerciais. As mulheres em grupos comerciais asiáticos frequentemente tinham mais direitos legais à propriedade e à propriedade de negócios, permitindo uma participação mais direta e independente que na Europa.

Na medida em que surgiram riscos geopolíticos no fim da era medieval que obstruíram o caminho e o comércio entre a Europa e a então Cathay (China) emerge o período dos grandes descobrimentos e das viagens de circunavegação que dão um novo impulso no comercio internacional de longa distância. Consequentemente, isso incentiva uma maior entrada de mulheres traders no comércio internacional.

“Importa reter que as mulheres desempenharam papéis significativos e multifacetados como comerciantes ao longo da história e continuam a desempenhá-los nos dias atuais. Historicamente, as mulheres envolvidas no comércio não eram apenas comerciantes, mas também proprietárias de meios de produção, investidoras e acumuladoras de riqueza. Essas mulheres foram essenciais para os primeiros mercados urbanos capitalistas e para a expansão do comércio global.”

Atualmente, as mulheres continuam a desempenhar papéis essenciais no comércio em todo o mundo, com iniciativas internacionais promovendo a igualdade econômica das mulheres por meio da sua inserção no comércio internacional. Hoje, o comércio exterior é visto como um veículo para incentivar a igualdade de gênero, melhorar a participação econômica das mulheres, e o acesso ao mercado de trabalho. Mas, sobretudo, atuar no comércio internacional gera oportunidades para empreender. Sem dúvida, as mulheres hoje são traders e empreendedoras, gerentes de empresas exportadoras e trabalhadoras que participam das cadeias de suprimentos globais, impulsionando o crescimento econômico e a inovação, embora desafios como acesso ao financiamento, barreiras legais e preconceitos de gênero ainda persistam.

Importa reter que as mulheres desempenharam papéis significativos e multifacetados como comerciantes ao longo da história e continuam a desempenhá-los nos dias atuais. Historicamente, as mulheres envolvidas no comércio não eram apenas comerciantes, mas também proprietárias de meios de produção, investidoras e acumuladoras de riqueza. Exemplos históricos notáveis incluem viúvas que se tornaram importantes comerciantes de lã e mulheres que administravam postos comerciais e propriedades rurais de forma independente ou com o consentimento do cônjuge. Essas mulheres foram essenciais para os primeiros mercados urbanos capitalistas e para a expansão do comércio global.

Em contextos contemporâneos, as mulheres continuam a serem atores vitais no comércio internacional, no empre-

endedorismo e nos ofícios especializados, rompendo barreiras em áreas historicamente dominadas por homens, como manufatura, construção e finanças. As comerciantes/traders hoje se beneficiam de vários programas econômicos globais que visam promover a igualdade de gênero e apoiar mulheres empreendedoras por meio de iniciativas de financiamento e desenvolvimento comercial.

De modo geral, o papel das mulheres como comerciantes/traders evoluiu de uma participação discreta, mas significativa, no comércio inicial para posições cada vez mais proeminentes e formalizadas no comércio e nos negócios internacionais. Atualmente há um esforço contínuo para aprimorar seu empoderamento econômico e a igualdade de gênero nas políticas e práticas comerciais.

As mulheres desempenham hoje um papel cada vez mais vital e multifacetado como comerciantes/traders internacionais. Apesar da sub-representação histórica, sua participação no comércio internacional cresceu significativamente devido aos avanços em educação, tecnologia e políticas de apoio. Mulheres empreendedoras e proprietárias de empresas contribuem com perspectivas e habilidades únicas que impulsionam o crescimento econômico e o desenvolvimento globalmente.

De forma concreta e objetiva, as mulheres hoje se envolvem ativamente em vários aspectos do comércio internacional, incluindo importação, exportação, pesquisa de mercado, gestão da cadeia de suprimentos e negociações comerciais. Seu envolvimento aumenta a diversidade na tomada de decisões, levando a políticas comerciais mais inclusivas e culturalmente sensíveis. A participação das mulheres promove um crescimento econômico mais sustentável e equitativo, promovendo a igualdade de gênero e a independência financiera, o que também transforma as dinâmicas sociais e de poder dentro das comunidades.

Porém, as mulheres no comércio internacional ainda enfrentam barreiras de gênero, como acesso limitado a financiamento, mercados, mentoria e redes de apoio. Preconceitos culturais e práticas discriminatórias frequentemente dificultam sua plena participação. As mulheres também são mais vulneráveis aos impactos negativos da liberalização do comércio, frequentemente ocupando empregos informais ou menos seguros que podem ser prejudicados pela concorrência global. Consequentemente, políticas específicas são necessárias para abordar esses obstáculos estruturais e garantir que as mulheres tenham oportunidades iguais nos mercados internacionais.

Vale lembrar que organizações internacionais como a Organização Mundial do Comércio (OMC) reconheceram o papel crucial das mulheres no comércio e criaram programas que promovem seu empoderamento. Esses programas oferecem treinamento, mentoria, networking e recursos adaptados às necessidades das mulheres empreendedoras. Governos, partes interessadas do setor privado e a sociedade civil são incentivados a implementarem políticas comerciais sensíveis às questões de gênero e práticas inclusivas no local de trabalho para ajudar as mulheres a liberar todo o seu potencial no comércio internacional.

Em resumo, as mulheres hoje são atores essenciais no comércio internacional, contribuindo para a inovação econômica e o progresso social, ao mesmo tempo em que superam desafios persistentes por meio de apoio direcionado e intervenções políticas. As mulheres comerciantes/traders internacionais continuam a enfrentar barreiras legais, financeiras, socioculturais e informacionais que restringem seu potencial comercial. Enfrentar esses desafios por meio de políticas de apoio, inclusão financeira e conscientização são essenciais para desbloquear a plena participação das mulheres no comércio global.

Hoje, no Brasil, mais do que nunca é preciso incentivar a difusão de uma "cultura de exportação empreendedora" focada nas mulheres aonde se busque incentivar que mulheres empreendedoras mesmo em situação de vulnerabilidade social se tornem traders/comerciantes/vendedoras internacionais. É preciso compreender que essas mulheres poderão vir a se tornar digital trader para operar nas plataformas B2B e também estarão aptas a ajudar as empresas não exportadoras a ingressar em cadeias de valor globais. De fato, é preciso generalizar o incentivo para que as jovens mulheres venham a SER *TRADER* de modo a desenvolver competências e habilidades para obter conhecimento comercial, planejar a exportação e estruturar operações de trade finance. E, assim entrarem e operarem de forma contínua e persistente nos negócios internacionais!

O período pós-pandemia trouxe um crescimento exponencial para o mercado de trade digital. Segundo dados da International Trade Centre, o comércio eletrônico global cresceu aproximadamente 30% entre 2021 e 2023, com projeções de continuar expandindo entre 15% a 20% ao ano até 2025. Este crescimento criou oportunidades sem precedentes para mulheres traders digitais, que encontraram nas plataformas online um espaço mais democrático e acessível para atuar no comércio internacional.

As mulheres traders digitais enfrentam desafios únicos que requerem estratégias específicas de superação.

A questão da credibilidade inicial pode ser endereçada através da construção gradual de um portfólio digital robusto, incluindo certificações profissionais, depoimentos de clientes e case studies de sucesso. A participação ativa em associações comerciais digitais e a obtenção de certificações em comércio internacional fortalecem a posição profissional. O acesso ao capital de giro, tradicionalmente um obstáculo, pode ser mitigado através de parcerias estratégicas, factoring digital e plataformas de *crowdfunding* especializado em comércio internacional. Além disso, o modelo de trader digital permite iniciar operações com investimentos menores, focando inicialmente em produtos de menor valor agregado e expandindo gradualmente o portfólio.

O movimento de empoderamento de mulheres como traders digitais promete transformar não apenas vidas individuais, mas comunidades inteiras. Mulheres em situação de vulnerabilidade social podem encontrar na atividade de trade digital uma fonte sustentável de renda, contribuindo para a redução da desigualdade de gênero e o fortalecimento econômico familiar. A escalabilidade deste modelo permite que uma trader digital bem-sucedida eventualmente constitua uma equipe, gerando empregos diretos e indiretos em sua comunidade. Além disso, o conhecimento adquirido sobre mercados internacionais pode ser compartilhado através de mentorias, consultorias e programas educacionais, criando um efeito multiplicador positivo.

A consolidação de uma cultura de exportação empreendedora feminina através do modelo de trader digital representa uma oportunidade histórica para o Brasil. É imperativo que governos, instituições educacionais, organizações não-governamentais e setor privado se unam para criar ecossistemas de apoio que incluam capacitação técnica, acesso a financiamento, mentoria especializada e redes de networking. Investir no desenvolvimento de mulheres traders digitais não é apenas uma questão de justiça social, mas uma estratégia econômica inteligente que pode posicionar o Brasil como líder em inovação comercial inclusiva. O futuro do comércio internacional será digital, global e, esperamos, cada vez mais feminino. Cabe a nós, como sociedade, garantir que todas as mulheres tenham acesso às ferramentas e oportunidades necessárias para prosperar neste novo paradigma comercial.