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

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

Suyá Paladino

INTRODUÇÃO

O comércio exterior brasileiro é um setor estratégico para o desenvolvimento econômico, marcado por dinâmicas complexas e exigência de alta qualificação técnica.

Entre os grupos que almejam atuar nesse setor, destacam-se as jovens mulheres entre 15 e 29 anos que serão profissionais e executivas oriundas do curso de Relações Internacionais (RI). Este curso majoritariamente atrai mulheres e apresenta ampla heterogeneidade social e acadêmica. Há, de um lado, estudantes com perfeito domínio de idiomas, vivência e cultura internacional. De outro lado, há aquelas que enfrentam barreiras estruturais de acesso à formação e ao conhecimento das práticas do mundo de negócios internacionais, e precisam saber e terem ciência da necessidade de buscarem qualificação complementar para se inserirem no comércio exterior brasileiro.

De forma bem geral, o mercado de trabalho é constituido pela base de empresas exportadoras e importadoras cujo o número é divulgado anualmente pelo Ministério da Industria e Comércio. De fato, estima-se que em 2024 haja umas 44 mil empresas importadoras, e 26 mil exportadoras de bens. Infelizmente apesar da crescente importância das exportações, e das importações de serviços não se sabe quantas empresas operam nesse segmento. Há ainda oportunidades nas areas de transporte e logistica internacional, assim como na area de Cambio, *trade finance*, e seguro de crédito ou em geral. Importa perceber que há oportunidades para a inserção dessas jovens mulheres oriundas de RI no comércio exterior brasileiro. Este artigo busca expor e refletir sobre os principais desafios enfrentados por jovens mulheres e internacionalistas que desejam ingressar e estruturar /ou se consolidar nas atividades de exportação e importação do comércio exterior, destacando tanto as competências técnicas quanto comportamentais que podem favorecer esse processo de inserção no mercado de trabalho. Também se propõe a explorar o contraste entre as expectativas formadas na graduação e à realidade do mercado, especialmente no setor privado.

Suyá Paladino é formada em Relações Internacionais (UCAM 2012), com MBA em Comércio Exterior e Negócios Internacionais e MBA em Logística e Supoly Chain.
Profissional da área de Comércio Exterior há 13 anos, com experiência em processos de importação e exportação, compliance e gestão documental atualmente em empresa pública federal.
Atua com foco em eficiência operacional, melhoria de fluxos e conformidade regulatória, aliando conhecimento técnico e visão estratégica do setor.

O RETRATO DA MULHER NO COMÉRCIO EXTERIOR

Ainda há escassez de dados específicos sobre a presença feminina no comércio exterior, mas informações de setores correlatos — como logística, relações internacionais e aduana — indicam uma forte predominância masculina. De acordo com a Secretaria de Comércio Exterior (Secex) do MDIC, estudos s apontam para uma baixa participação feminina em áreas técnicas e estratégicas do comércio internacional.

O acesso ao setor, muitas vezes, se dá por meio de redes informais dominadas por homens, o que contribui para a perpetuação da desigualdade de gênero. Esse fator, somado à ausência de políticas institucionais de equidade, impõe barreiras silenciosas à ascensão feminina.

Vale lembrar que jornadas exaustivas, ausência de políticas de apoio à maternidade e estereótipos de gênero também dificultam a permanência e o crescimento das mulheres nessa área. Ainda assim, observa-se um aumento significativo da presença feminina em diferentes segmentos do setor: portos, aeroportos, empresas importadoras e exportadoras, despachos aduaneiros, agentes de carga e demais operadores logísticos. Esse avanço, ainda que gradual, revela a ocupação de espaços antes considerados inacessíveis para nós.

ENTRAR NO MERCADO: O QUE AINDA PESA CONTRA

O primeiro grande desafio ocorre no momento de transição da universidade para o mercado de trabalho. O currículo das Relações Internacionais costuma ter uma abordagem ampla, com forte carga teórica e pouca ênfase em rotinas operacionais. Isso contribui para o "choque de realidade" vivenciado por muitas mulheres recém-formadas ao ingressar no setor privado de comércio exterior.

Muitas vezes, após um ou dois anos de tentativa em áreas afins, a profissional aceita uma vaga operacional com pouca ou nenhuma relação com a teoria aprendida. Esse cenário é agravado pela concorrência com outras áreas acadêmicas mais técnicas, como Administração, Logística, Engenharia, Economia ou Direito.

Apesar disso, a formação em RI traz uma visão interdisciplinar, estratégica e diplomática, que pode agregar valor ao mercado — especialmente em funções que exigem mediação cultural, leitura política ou gestão de riscos internacionais.

O QUE É PRECISO SABER: COMPETÊNCIAS TÉCNICAS

Dominar idiomas estrangeiros, especialmente o inglês, é um pré-requisito básico para atuar com comércio exterior em qualquer nível. Trata-se de uma competência que abre portas para negociações, leitura de documentos, trocas interculturais e atualização técnica.

> "O acesso ao setor, muitas vezes, se dá por meio de redes informais dominadas por homens, o que contribui para a perpetuação da desigualdade de gênero. Esse fator, somado à ausência de políticas institucionais de equidade, impõe barreiras silenciosas à ascensão feminina. Ainda assim, observa-se um aumento significativo da presença feminina em diferentes segmentos do setor."

Além disso, é essencial conhecer a documentação que rege as operações internacionais — como invoice, conhecimento de carga (bill of lading ou air waybill), romaneio, packing list, certificados de origem, entre outros exigidos pelo Regulamento Aduaneiro.

Também são indispensáveis conhecimentos sobre:

Incoterms;

Regimes aduaneiros;

Tratamentos administrativos;

Classificação fiscal (NCM/HS);

Funcionamento do Siscomex;

Relação entre os agentes envolvidos (despachantes, agentes de carga, armadores, zonas primárias e secundárias etc.).

Hoje, com o crescimento da área, há diversos cursos de iniciação e capacitação — muitos deles gratuitos — que ajudam a construir uma base sólida para quem deseja começar. Além disso, certificações de qualidade, de sustentabilidade, ou outras especificas junto com a vivência prática (mesmo que por estágios ou projetos acadêmicos) ajudam a compensar a ausência de *networking* consolidado.

É claro que, ao falar de estágios, não se espera domínio total de todos esses temas. No entanto, demonstrar curiosidade, proatividade e interesse real pelo setor faz muita diferença. Já para cargos efetivos, o conhecimento técnico passa a ser critério determinante, ainda que varie conforme o segmento em que a empresa atua (importação, exportação, *trading*, transporte, etc.).

> “As habilidades interpessoais são tão importantes quanto as técnicas. Comunicação clara, escuta ativa, organização, inteligência emocional e postura profissional são atributos indispensáveis em um setor tão dinâmico, negociador e sensível a falhas. Além disso, é fundamental saber se portar em ambientes profissionais.”

SOFT SKILLS E RESILIÊNCIA: A PARTE INVISÍVEL, MAS ESSENCIAL

As habilidades interpessoais são tão importantes quanto as técnicas. Comunicação clara, escuta ativa, organização, inteligência emocional e postura profissional são atributos indispensáveis em um setor tão dinâmico, negociador e sensível a falhas.

Além disso, é fundamental saber se portar em ambientes profissionais. A forma como nos comunicamos, nos vestimos e nos posicionamos — especialmente como jovens mulheres — influencia diretamente na forma como somos percebidas. Não se trata de seguir padrões antiquados ou “se moldar” ao que esperam de nós, mas de compreender os códigos do ambiente e se fazer respeitar por meio da presença, da escuta e do conhecimento.

É importante também estar atenta a desafios culturais nas negociações internacionais. Mulheres brasileiras, por exemplo, ainda enfrentam estigmas e estereótipos em alguns mercados, sendo por vezes tratadas com exotismo ou erotização. Preparar-se para lidar com esse tipo de situação de forma ética e assertiva é parte fundamental da jornada profissional.

Muitas mulheres desenvolvem resiliência em ambientes competitivos ou hostis. Às vezes, para sermos ouvidas, sentimos que precisamos endurecer o tom ou adotar uma postura mais incisiva do que gostaríamos. E, por mais que isso funcione em alguns contextos, o ideal seria que não precisássemos abrir mão da nossa autenticidade para sermos levadas à sério.

O desenvolvimento de redes colaborativas, trocas de experiência e espaços de acolhimento são formas de enfrentarmos coletivamente os desafios. A competição entre mulheres deve dar lugar à cooperação — e essa é uma mudança cultural necessária em todos os setores, não apenas no comércio exterior.

CAMINHOS POSSÍVEIS E SINAIS DE MUDANÇA

Felizmente, vemos avanços. A criação de eventos com foco em equidade de gênero e a adoção de políticas corporativas mais inclusivas são sinais positivos. Algumas empresas já implementam metas de diversidade, programas de mentoria e ações afirmativas internas.

No entanto, é necessário garantir que essas iniciativas

não sejam apenas simbólicas ou pontuais, mas estruturantes. A transformação real virá com o comprometimento das lideranças, com a reformulação de critérios de recrutamento e promoção, e com a valorização efetiva da diversidade como motor de inovação e crescimento.

As mudanças precisam ser sustentáveis, monitoradas e replicadas em diferentes portes e setores da economia. A equidade precisa ser uma prioridade estratégica — e não apenas uma tendência de mercado.

CONCLUSÃO

O cenário vem mudando, e é inegável o crescimento da presença feminina no comércio exterior. No entanto, ainda enfrentamos desafios importantes — especialmente nós, mulheres jovens oriundas das Relações Internacionais, que estamos construindo nossas trajetórias profissionais nesse espaço.

A inserção e a permanência das mulheres no setor não depende apenas do esforço individual, mas de um conjunto de transformações estruturais que permitam um ambiente mais justo, seguro e acessível.

Ao refletirmos sobre os desafios e as competências exigidas, contribuímos para redesenhar um comércio exterior mais plural, eficiente e humano — no qual a formação interdisciplinar do profissional de RI deixe de ser vista como um obstáculo e passe a ser reconhecida como diferencial.

Que outras mulheres se sintam encorajadas a ocupar esse espaço, e que o mercado esteja verdadeiramente preparado para recebê-las — com respeito, equidade e reconhecimento.

“O cenário vem mudando, e é inegável o crescimento da presença feminina no comércio exterior. No entanto, ainda enfrentamos desafios importantes — especialmente nós, mulheres jovens oriundas das Relações Internacionais, que estamos construindo nossas trajetórias profissionais nesse espaço. A inserção e a permanência das mulheres no setor não depende apenas do esforço individual, mas de um conjunto de transformações estruturais que permitam um ambiente mais justo, seguro e acessível.”