

**(X) Graduação ( ) Pós-Graduação**

**MULHERES NOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS: Uma análise da influência da dimensão de gênero.**

**Nicolly Rodrigues**  
nicollylima930@gmail.com

**Sabrina Dourado**  
sasammori@hotmail.com

**Julia Dias**  
diasjul0109@gmail.com

**Marcia Kaoli Kobayashi**  
maa\_koba@outlook.com

**Givan Aparecido Fortuoso da Silva**  
givan.silva2@fatec.sp.gov.br

**RESUMO**

Com o avanço social, político e econômico, as mulheres conquistaram mais oportunidade, inclusive na área de negócios internacionais, para desenvolverem suas carreiras, rompendo com normas e padrões de gênero. Este estudo possui como objetivo geral “investigar se a dimensão de gênero influencia a ascensão profissional das mulheres na área dos negócios internacionais”; e a partir deste objetivo, para nortear o desenvolvimento da pesquisa foram definidos os seguintes objetivos específicos: i) verificar os principais desafios enfrentados pelo gênero feminino ao atuar na área de negócios internacionais; e ii) identificar as iniciativas do governo e da sociedade civil que amparam a promoção da mulher em negócios internacionais. A pesquisa classifica-se como exploratória, com uma abordagem quantitativa sendo a amostra composta por graduadas no Curso de Comércio Exterior de uma instituição pública situada na Região Metropolitana Oeste da Grande São Paulo.

**Palavras-chave:** Dimensão de Gênero; Mulheres; Negócios Internacionais.

## INTRODUÇÃO

Evidencia-se a importância do comércio exterior no crescimento econômico global, considerando que do aumento de 3,1% no PIB global de 2022, 6% resultam do comércio internacional (World Bank Group, 2023). Apesar desse avanço, dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e serviços (MDIC, Brasil, 2023) indicam que cerca de 2,6 milhões de mulheres no setor representam uma participação inferior aos 40% observados em outras áreas. Diante do exposto, definiu-se o objetivo geral desta pesquisa “Investigar se a dimensão de gênero influencia na ascensão profissional das mulheres na área de negócios internacionais”, com objetivos específicos que incluem: verificar os principais desafios enfrentados pelo gênero feminino ao atuar na área de negócios internacionais; e identificar as iniciativas do governo e da sociedade civil que amparam a promoção da mulher em negócios internacionais. A pesquisa visa inspirar mulheres interessadas em negócios internacionais, impulsionando abordagens acadêmicas, sociais e políticas que fomentem a igualdade de gênero.

## 1 REFERENCIAL TEÓRICO

### 1.1 A importância econômica e social do comércio exterior

O comércio exterior, definido por Krugman (1995), representa transações de bens e serviços entre nações, sendo um pilar essencial da economia global cuja importância se destacou com a globalização no século XX.

Dados do World Bank Group (2023) evidenciam a importância do comércio exterior no crescimento econômico global, pois do aumento de 3,1% no PIB global em 2022, 6% resultam do comércio internacional. No contexto brasileiro, o comércio exterior desempenha um papel vital, destacando-se como um dos principais exportadores de *commodities*, conforme dados do Comex Stat (2022). De acordo com a Secretaria de Comércio Exterior – Secex (Brasil, 2023), em 2022, o comércio exterior brasileiro apresentou um crescimento, sendo que, as importações alcançaram US\$272,6 bilhões e as exportações US\$334,1 bilhões, gerando um saldo positivo de US\$61,5 bilhões; comparado a 2021, houve um aumento de aproximadamente 24% nas importações e 19% nas exportações. Esses números revelam uma tendência de crescimento nas transações comerciais do Brasil ao longo desses anos, mesmo considerando o impacto da pandemia que ocorreu nesse período.

O aumento da participação do comércio externo impulsiona o crescimento econômico brasileiro, conforme destacado por Jones e Romer (2010), facilitando investimentos e ganhos de produtividade. Embora o Comércio Exterior ofereça oportunidades, ele também apresenta desafios, como questões culturais e sociais (Panosso, 2000), como a dimensão de gênero no ambiente profissional, especialmente em cargos de liderança (Aguiar, 2021).

## **1.2 Dimensão de gênero e os negócios internacionais – desafios e perspectivas**

A dimensão de gênero refere-se a como identidades, papéis e relações que influenciam vidas e estruturas sociais. A busca pela equidade de gênero visa promover igualdade de direitos, responsabilidades e oportunidades, construindo uma sociedade justa, respeitando a diversidade, sem presumir igualdade absoluta, mas garantindo acesso com base em habilidades individuais (Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico – ANA, Brasil, 2022). A cultura influencia os indivíduos, moldando padrões de vida transmitidos principalmente pela educação e ambiente familiar. Nesse processo, a carga cultural pode perpetuar o machismo estrutural, enraizado nas bases familiares, fortalecendo valores que sustentam a superioridade masculina (Gikovate, 1989).

Dados recentes do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022) indicam taxas de desemprego mais altas para mulheres (11,0%) em comparação com homens (6,9%) no terceiro trimestre de 2022. Enfrentando obstáculos como a falta de infraestrutura de cuidados, direitos maternos e políticas eficazes contra discriminação e assédio no trabalho, limitando suas

oportunidades e integração (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos socioeconômicos - DIEESE, 2023). Mesmo com os avanços e conquistas sociais, a luta continua, principalmente as relacionadas a presença em certos setores e cargos de equivalência entre homens e mulheres (Angelin; Maders, 2010).

Ao longo das décadas, a ascensão feminina no mercado de trabalho brasileiro superou desafios, enfrentando retrocessos e conquistando marcos importantes na década de 40. A década de 80 foi crucial, garantindo licença maternidade e proibição de diferentes salários por gênero. Nos anos 90, a participação feminina cresceu, sendo que em 2010 passou a representar cerca da metade da força de trabalho (Borges; Fernandes, 2021).

Gonçalves e Cardoso (2020), relatam que a participação feminina vem aumentando devido às oportunidades de maior empregabilidade vindas das exportações, entretanto, segundo o MDIC (Brasil, 2023), por mais que haja um aumento, a ampliação feminina na economia continua a ser um desafio, seja em empregos ou propriedades de empresa, demonstrando um percentual abaixo de 40% em relação a participação das mulheres em empresas voltadas para o comércio internacional. Deve-se observar que mesmo sendo atrativa a área de comércio exterior, como atestado pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – ApexBrasil (Brasil, 2023), oferecendo empregabilidade, salários e oportunidades; a pesquisa da B2B Academy (2021) revela que 31% das mulheres ocupam cargos de gestão, enquanto 54%, mesmo pós-graduadas, desempenham funções mais baixas, como analista e despachante aduaneiro, totalizando 58% das profissionais no setor (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae, 2023). A Associação Brasileira de Consultoria e Assessoria em Comércio Exterior (Abracomex, [S.d]), consta um crescimento no número de mulheres em posições de liderança nas empresas de despacho aduaneiro, *freight forwarder*, agências marítimas, terminais e sindicatos, fomentando assim, maior busca pela área, observado pelo aumento de 25% de estudantes do sexo feminino matriculadas nos cursos de Comércio Exterior.

Entretanto, as barreiras culturais no comércio internacional se manifestam como desafios para a ascensão feminina, destacando a importância do estudo das diversas culturas para negociações bem-sucedidas (Teixeira, 2018). As mulheres enfrentam principalmente barreiras internas, incluindo a dificuldade de conciliar trabalho e obrigações domésticas, resultando em perda de oportunidades devido à inflexibilidade das empresas (Goulart, 2014). Além disso, o preconceito e o machismo persistem, levando mulheres a enfrentar disparidades salariais e obstáculos para avançar nas organizações (Teixeira; Weber, 2022). Percebido pelo efeito *glass ceiling* (teto de vidro), uma barreira invisível que limita as mulheres de ascender em cargos mais altos, evidenciando preconceitos enfrentados (Sebrae, 2022).

Ainda, a baixa progressão da participação das mulheres no comércio exterior, compreende, também, a realidade empreendedora e societária brasileira, apenas 14% das empresas exportadoras e 13% das empresas importadoras pertencem a mulheres (MDIC, Brasil, 2023). Divergindo com o estabelecido pelas Nações Unidas, num dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização, ODS 5, de acordo com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA (2019).

Acrescenta-se, de acordo com o estudo do governo brasileiro, maiores imposições de barreiras comerciais às empresas presididas por mulheres, como a adequação as normas e regulamentações do mercado nacional e internacional. Outro dado informado é a diminuição da oferta, por parte de instituições bancárias, ao financiamento e as linhas de crédito para mulheres empreendedoras, dificuldades ainda mais latentes para micro e pequenas empresas. Adicionado aos obstáculos citados anteriormente, deve-se considerar a influência da liberação comercial dos países, pois o país adota novas tecnologias motivado pelo fator da competitividade, necessitando de mais força de trabalho, sendo necessário a contratação de mais trabalhadores, incluindo os do gênero feminino possibilitando uma maior participação das mulheres nos cargos operacionais e surgindo eventuais oportunidades para ocupar cargos de alta gestão (Pieters, 2018). Assim, para mulheres no mercado internacional, o governo brasileiro, por meio da ApexBrasil (Brasil, 2023), lançou o programa "Mulheres e Negócios Internacionais", visando apoiar empresas lideradas por mulheres no âmbito internacional, com enfoque em equidade, capacitação, apoio, cooperação e transparência. Além disso, a Organização Mundial do Comércio – OMC (2023) criou o "Grupo de Trabalho Informal sobre Comércio e Gênero" para promover a presença feminina no comércio global, compartilhando melhores práticas na remoção de barreiras. Outras iniciativas a serem destacadas é a da Câmara de Comércio Árabe-Brasileira – CCAB (2020) que criou o comitê feminino "WAHI"- *Women's Achievements High Inspiration*” ou “Mulheres que Inspiram”, buscando intercâmbio entre mulheres árabes e brasileiras e o Conselho da Mulher Empreendedora e da Cultura – CMEC (S.d.), com foco no fortalecimento do empreendedorismo feminino oferecendo cursos e eventos de capacitação para mulheres empreendedoras no Brasil.

## 2 METODOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa classifica-se como exploratória, indicado quando o objetivo da pesquisa é examinar um tema ou problema de investigação pouco estudado (Sampieri *et al.*, 2013), com abordagem quantitativa, visando mensurar opiniões, reações e hábitos por meio de uma amostra estatisticamente válida (Manzato; Santos, 2012). A coleta de dados dar-se-á por meio de

questionários aplicados a graduadas de 2012 a 2021 do Curso Superior em Comércio Exterior de uma instituição de ensino pública situada na Região Metropolitana Oeste da Grande São Paulo, atuantes em atividades empreendedoras ou profissionais na área de negócios internacionais. A análise será estatística descritiva e utilizada para analisar os dados, fazendo uso de representações visuais, como tabelas e gráficos.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, A. G. **Mulheres ainda são minoria em cargos de liderança e na ciência.** AGÊNCIA BRASIL, 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.abc.com.br/direitos-humanos/noticia/2021-02/mulheres-ainda-sao-minoria-em-posicoes-de-lideranca-e-na-ciencia#:~:text=Apesar%20da%20luta%20hist%C3%B3rica%20das,estudantes%20de%20o%20utorado%20do%20Brasil>. Acesso em: 02 nov. 2023.

ANGELIN, R.; MADERS, A. M. A construção da equidade nas relações de gênero e o movimento feminista no Brasil: avanços e desafios. **Revista de Direito da Unimep Cadernos de Direito**, Piracicaba, v. 10. n.19, p. 91-115, 2010. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-unimep/index.php/cd/article/download/232/409>. Acesso em: 13 out. 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CONSULTORIA E ASSESSORIA EM COMÉRCIO EXTERIOR – ABRACOMEX. **Mulheres conquistam cada vez mais espaço no comércio exterior.** Espírito Santo, [S.d.]. Disponível em: <https://abracomex.org/mulheres-conquistam-cada-vez-mais-seu-espaco-no-comercio-exterior/>. Acesso em: 14 out. 2023.

B2B ACADEMY. **Mulheres no Comércio Exterior.** [S.l.], 08 mar. 2021. Disponível em: <https://b2bacademy.co/posts/mulheres-no-comercio-exterior>. Acesso em: 14 out. 2023.

BORGES, M.S; FERNANDES, T.T. **Liderança feminina e as dificuldades de ascensão na carreira em empresas de base tecnológica.** 2021. Monografia (Bacharel em Administração) – Universidade Federal de Santa Catarina, p.18. Florianópolis, 2021.

BRASIL. Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – ApexBrasil. **Elas Exportam:** começa o primeiro ciclo do Programa de mentoria para que mais mulheres passem a exportar. 2023. Disponível em: <https://apexbrasil.com.br/br/pt/conteudo/noticias/elas-exportam--comeca-o-primeiro-ciclo-do-programa-de-mentoria-p.html#:~:text=%E2%80%9CParticipar%20do%20com%C3%A9rcio%20exterior%20%C3%A9,m%C3%A3o%20de%20obra%20mais%20qualificada>. Acesso em: 26 out. 2023.

BRASIL. Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos – ApexBrasil. **Confira a programação do lançamento do programa Mulheres e Negócios Internacionais da ApexBrasil.** 2023. Disponível em: <https://apexbrasil.com.br/content/womanbusiness/br/pt/home/conteudo/noticias/confira-a-programacao-do-lancamento-do-programa-mulheres-e-negoc.html>. Acesso em: 21 out 2023.

BRASIL. Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico – ANA. **Água e gênero.** Módulo I – Marco Conceitual. p. 15. [S.l.], set. 2022. Escola Nacional de Administração Pública – Enap. Disponível em: <https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/7694/1/M%C3%B3dulo%20I.pdf>. Acesso em: 19 out. 2023.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. **Desemprego.** 2023. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php>. Acesso em: 19 out. 2023.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviço – MDIC. **Brasil:**

Informações Gerais. 2022. Comex Stat. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/comex-vis>. Acesso em: 17 nov.2023.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviço – MDIC. **Mulheres no Comércio Exterior:** Governo lança estudo inédito sobre participação feminina no comércio exterior. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/noticias/2023/abril/governo-lanca-estudo-inedito-sobre-participacao-feminina-no-comercio-exterior>. Acesso em: 14 out. 2023.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviço – MDIC. **Mulheres no Comércio Exterior: uma análise para o Brasil.** p. 6. 2023. Disponível em: <https://bibliotecadigital.economia.gov.br/handle/123456789/529537>. Acesso em: 10 out. 2023.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviço – MDIC. **Mulheres no Comércio Exterior: uma análise para o Brasil.** p. 6. 2023. Disponível em: [https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/comercio-exterior/estatisticas/outras-estatisticas-de-comercio-exterior-1/mulheres\\_comercio\\_exterior\\_uma\\_analise\\_para\\_o\\_brasil.pdf](https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/comercio-exterior/estatisticas/outras-estatisticas-de-comercio-exterior-1/mulheres_comercio_exterior_uma_analise_para_o_brasil.pdf). Acesso em: 10 out. 2023.

BRASIL. Secretaria de Comércio Exterior – Secex. **Balança Comercial e Estatísticas de Comércio Exterior.** MDIC, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/comercio-exterior/estatisticas>. Acesso em: 12 out. 2023.

CÂMARA DE COMÉRCIO ÁRABE-BRASILEIRA – CCAB. **Câmara Árabe cria comitê de mulheres.** 2020. Disponível em: <https://anba.com.br/camara-arabe-cria-comite-de-mulheres/>. Acesso em: 3 nov 2023.

CONSELHO DA MULHER EMPREENDEDORA E DA CULTURA– CMEC. **O que é o CMEC.** [S.d.]. Disponível em: <https://cmecmulher.com.br/>. Acesso em: 22 jan 2024.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS – DIEESE. **Mulheres:** Inserção no mercado de trabalho. 2023. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/infografico/2023/infograficosMulheres2023.html>. Acesso em: 11 nov.2023

GIKOVATE, F. **Homem: sexo frágil?** 9. ed. São Paulo: MG Editores Associados Ltda, 1989.

GONÇALVES, R. B.; CARDOSO, K. C. Trader: Uma perspectiva na visão das mulheres. **Revista de Administração FACES Journal**, Belo Horizonte v. 19 n. 4 p.74-91, out./dez. 2020. Disponível em: <http://revista.fumec.br/index.php/facesp/article/view/7362>. Acesso em: 13 out. 2023.

GOULART, M. **Estudo comparativo da participação das mulheres nos negócios internacionais das empresas importadoras e exportadoras do Brasil e México.** 2014. Monografia (Bacharel em Administração) – Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, Criciúma – SC, jul. 2014. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/handle/1/2886>. Acesso em: 05 nov. 2023.

HOFSTEDE, G. Culturas e organizações: Compreender a nossa programação mental. **Revista de Administração Pública**, Tradução: António Fidalgo. Lisboa, v.34, ed.1-3. 2003.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA - IPEA. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.** [S.l.], 2019. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/ods/ods5.html>. Acesso em: 15 out. 2023.

JONES, C. I.; ROMER, P. M. The New Kaldor Factors: Ideas, Institutions, Populations, and Human Capital. **American Economic Journal – macroeconomics**, [s.l.], v.2. n.1. p. 224-245.

jan. 2010.

KRUGMAN, P. Growing World Trade: Causes and Consequences. **Brookings Papers on Economic Activity**, Washington, DC. v.26. p.327-377. 1995.

MANZATO, A. J.; SANTOS, A. B. **A Elaboração de questionários na pesquisa quantitativa**. 2012. Disponível em: [https://www.inf.ufsc.br/~vera.carmo/Ensino\\_2012\\_1/ELABORACAO\\_QUESTIONARIOS\\_PESQUISA\\_QUANTITATIVA.pdf](https://www.inf.ufsc.br/~vera.carmo/Ensino_2012_1/ELABORACAO_QUESTIONARIOS_PESQUISA_QUANTITATIVA.pdf). Acesso em: 09 nov. 2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO – OMC. **Grupo de Trabalho Informal Sobre Comércio e Gênero**. 2023. Disponível em: [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/womenandtrade\\_e/iwg\\_trade\\_gender\\_e.htm#Documents](https://www.wto.org/english/tratop_e/womenandtrade_e/iwg_trade_gender_e.htm#Documents). Acesso em: 1 nov. 2023.

PANOSSO, C. A. **Negociação Comercial internacional: um comparativo entre negociadores brasileiros e argentinos**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2000. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/2835/000282023.pdf?...1>. Acesso em: 12 out. 2023.

PIETERS, J. **Trade liberalization and gender inequality**. Germany: World of Labor, 2018. Disponível em: <https://wol.iza.org/articles/trade-liberalization-and-gender-inequality/long>. Acesso em 14 out. 2023.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodologia de Pesquisa**. Tradução de Daisy Vaz de Moraes. 5.ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Cresce a participação feminina no Comércio Exterior**. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cresce-a-participacao-feminina-no-comercio-externo,c7077640dce07810VgnVCM100001b00320aRCRD>. Acesso em: 10 out. 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **O que é teto de vidro e como mulheres podem romper essa barreira para ascender na tecnologia?**. Santa Catarina, 27 abr. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-teto-de-vidro-e-como-mulheres-podem-romper-essa-barreira-para-ascender-na-tecnologia>. Acesso em: 03 nov. 2023.

TEIXEIRA, L. F.; WEBER, D. L. D. O mercado de trabalho de Comércio Exterior e a desigualdade de gênero: um recorte do município de Porto Alegre/RS. *In: MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DO CESUCA*, 16., 2022, Porto Alegre. **Anais eletrônicos** [...]. Rio Grande do Sul: Cesuca – Complexo de Ensino Superior de Cachoeirinha, 2022. p. 621-631. Disponível em: <https://ojs.cesuca.edu.br/index.php/mostrac/article/view/2415>. Acesso em: 03 nov. 2023.

TEIXEIRA, R. G. A importância da cultura nas negociações internacionais. **C@ALEA – Revista Cadernos de Aulas do LEA**, Ilhéus, n.7, p.176-192, 14 dez. 2018. Disponível em: <https://periodicos.uesc.br/index.php/calea/article/view/2157>. Acesso em: 22 out. 2023.

WORLD BANK GROUP. **Global Economic Prospects**. Washington, DC, 2023. Disponível em: <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/6e892b75-2594-4901-a036-46d0dec1e753/content>. Acesso em: 12 out. 2023