MULHERES NO COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO: DESAFIOS E PERSPECTIVAS SOB A ÓTICA DOS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

WOMEN IN BRAZILIAN FOREIGN TRADE: CHALLENGES AND PERSPECTIVES THROUGH THE LENS OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

MUJERES EN EL COMERCIO EXTERIOR BRASILEÑO: DESAFÍOS Y PERSPECTIVAS DESDE LA ÓPTICA DE LOS OBEJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Iara Gallotti Frantz[1]

Resumo

Este artigo analisa a participação das mulheres no comércio exterior brasileiro, contextualizando-a nas dinâmicas globais do mercado e sob a lente dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), com ênfase no ODS 5 – Igualdade de Gênero. A partir de uma abordagem qualitativa, foram utilizados dados secundários de fontes nacionais e internacionais, bem como revisões bibliográficas e documentais. Os resultados apontam para uma presença crescente, mas ainda desigual, das mulheres no setor, marcada por desafios como disparidade salarial, escassa representatividade em cargos de liderança e dificuldade de acesso ao crédito. Além disso, observa-se a necessidade de maior articulação entre políticas públicas, empresas e sociedade civil para enfrentar essas desigualdades. A pesquisa também evidencia iniciativas nacionais e internacionais que têm promovido a equidade de gênero no comércio, embora ainda de forma tímida. O estudo busca contribuir para a formulação de ações eficazes que fortaleçam a participação feminina no setor, alinhadas aos princípios da justiça social, da diversidade e do desenvolvimento sustentável.

Palavras-chave: comércio exterior; mulheres; ODS; igualdade de gênero; mercado de trabalho.

Abstract

This article analyzes the participation of women in Brazilian foreign trade, contextualizing it within global market dynamics and through the lens of the Sustainable Development Goals (SDGs), with particular emphasis on SDG 5 – Gender Equality. Using a qualitative approach, the study draws on secondary data from national and international sources, as well as bibliographic and documentary reviews. The findings indicate a growing, yet still unequal, presence of women in the sector, marked by challenges such as wage disparities, limited representation in leadership positions, and difficulties in accessing credit. Furthermore, the study highlights the need for greater coordination among public policies, businesses, and civil society to address these inequalities. The research also identifies national and international initiatives that have promoted gender equality in trade, although their impact remains modest. This study seeks to contribute to the development of effective measures aimed at strengthening women's participation in the sector, in alignment with the principles of social justice, diversity, and sustainable development.

Keywords: foreign trade; women; sustainable development goals (SDGS); gender equality; labor market.

Resumen

Este artículo analiza la participación de las mujeres en el comercio exterior brasileño, contextualizándola en las dinámicas globales del mercado y desde la perspectiva de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), con énfasis en el ODS 5 – Igualdad de Género. A partir de un enfoque cualitativo, se utilizaron datos secundarios de fuentes nacionales e internacionales, así como revisiones bibliográficas y documentales. Los resultados señalan una presencia creciente, aunque todavía desigual, de las mujeres en el sector, marcada por desafíos como la disparidad salarial, la escasa representatividad en cargos de liderazgo y la dificultad de acceso al crédito. Además, se observa la necesidad de una mayor articulación entre las políticas públicas, las empresas y la sociedad civil para enfrentar estas desigualdades. La investigación también evidencia iniciativas nacionales e internacionales que han

[1] Aluna do curso de graduação Bacharelado em Relações Internacionais na Uninter.

DOI: 10.22169/cadjud.v9n1.3595

promovido la equidad de género en el comercio, aunque todavía de forma tímida. El estudio busca contribuir a la formación de acciones eficaces que fortalezcan la participación femenina en el sector, alineadas con los principios de justicia social, diversidad y desarrollo sostenible.

Palabras clave: comercio exterior; mujeres; ODS; igualdad de género; mercado laboral.

1 Introdução

O comércio exterior é um dos pilares centrais da economia global contemporânea, influenciando diretamente a geração de empregos, o crescimento econômico e o posicionamento estratégico dos países no cenário internacional. No Brasil, a participação nesse setor tem sido historicamente dominada por homens, refletindo uma estrutura de desigualdade de gênero que ainda persiste em diversas áreas do mercado de trabalho. Embora as mulheres representem mais da metade da população brasileira, sua presença no comércio exterior continua limitada, especialmente nos espaços de tomada de decisão, liderança e empreendedorismo internacional.

Essa sub-representação feminina no setor revela uma série de barreiras estruturais, culturais e institucionais, como a disparidade salarial, a concentração em funções operacionais e o limitado acesso a recursos financeiros e redes de influência. Paralelamente, o debate internacional sobre equidade de gênero ganhou força com a implementação da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), que estabeleceu os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), entre eles o ODS 5, que visa alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas.

Nesse contexto, compreender o papel das mulheres no comércio exterior brasileiro torna-se fundamental para diagnosticar as desigualdades existentes, identificar boas práticas e propor caminhos para um setor mais inclusivo e representativo. Ao considerar a interseção entre gênero e dinâmicas globais de mercado, esta pesquisa busca não apenas evidenciar os desafios enfrentados, mas também apontar estratégias para superá-los, alinhando-se aos princípios da justiça social e do desenvolvimento sustentável.

A presente pesquisa tem como problema central: qual a participação feminina e quais os principais desafios e barreiras enfrentados pelas mulheres no setor de comércio exterior? Que políticas e práticas podem ser adotadas para a redução desses obstáculos, em consonância com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, especialmente o ODS 5?

O objetivo geral é analisar a participação das mulheres no comércio exterior brasileiro no contexto das dinâmicas globais do mercado internacional, sobretudo à luz dos ODS. Os objetivos específicos que orientam esta investigação são: compreender a presença feminina e

os caminhos de inserção laboral das mulheres nesse mercado e a influência das relações comerciais globais; analisar as condições de permanência e as principais dificuldades enfrentadas pelas mulheres no comércio exterior, considerando os desafios impostos pela competitividade internacional e pelos fluxos globais; identificar políticas e programas nacionais e internacionais estruturados para a inclusão feminina e a promoção da equidade de gênero, com destaque para sua relação com os ODS 5 (Igualdade de Gênero) e 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico).

A metodologia adotada para o desenvolvimento da pesquisa é qualitativa, com base em levantamento bibliográfico e documental, análise de dados secundários e revisão da literatura nacional e internacional. O recorte temporal se estende de 2016 a 2020, compreendendo desde o início da Agenda 2030 até o impacto da pandemia de COVID-19, que alterou significativamente as dinâmicas sociais e econômicas globais.

A estrutura do presente artigo está organizada da seguinte forma: na seção de desenvolvimento, serão apresentadas análises sobre a inserção feminina no comércio exterior, os desafios enfrentados pelas mulheres nesse setor e as políticas públicas e iniciativas que visam promover a equidade de gênero. Por fim, nas considerações finais, serão sintetizadas as principais conclusões da pesquisa, bem como propostas de ações que contribuam para um comércio exterior mais igualitário e inclusivo.

2 A disparidade de gênero nas relações sociais

2.1 Desigualdade de gênero nas relações sociais: uma estrutura persistente

A desigualdade de gênero é uma das formas mais antigas e enraizadas de assimetria social, manifestando-se em praticamente todas as esferas da vida humana: da divisão sexual do trabalho às instâncias de poder político, econômico e simbólico. Embora avanços significativos tenham sido alcançados nas últimas décadas no que diz respeito aos direitos civis e à presença feminina em espaços públicos, os dados revelam que ainda estamos longe de uma verdadeira equidade entre homens e mulheres.

A luta pela igualdade de gênero está fundamentada em princípios de justiça social, direitos humanos e desenvolvimento sustentável. A Organização das Nações Unidas (ONU) reconhece que a igualdade entre os gêneros não é apenas um direito fundamental, mas também uma condição essencial para um mundo pacífico, próspero e sustentável. O Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 5 – “Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas

as mulheres e meninas" – reflete esse entendimento ao integrar a perspectiva de gênero como eixo transversal das metas globais até 2030.

Entretanto, a desigualdade de gênero ainda é visível em diferentes âmbitos sociais. Na política, por exemplo, as mulheres ocupam apenas 26,7% dos assentos parlamentares no mundo[2], segundo dados da União Interparlamentar (2023) e no Brasil o percentual é ainda menor, 18,1%[3].

No esporte, eventos masculinos continuam recebendo maior cobertura midiática, patrocínio e reconhecimento institucional, mesmo em modalidades nas quais há grande presença e desempenho feminino.

Nas esferas religiosas, a disparidade é igualmente evidente. Em diversas tradições, mulheres são sistematicamente excluídas de posições de liderança espiritual ou hierarquias superiores. A estrutura patriarcal se manifesta também nos sistemas educacionais, jurídicos e culturais, moldando expectativas, comportamentos e oportunidades de forma desigual entre homens e mulheres.

Essa desigualdade se expressa ainda no mercado de trabalho, com diferenças salariais persistentes, baixa representatividade em cargos de liderança e sobrecarga de responsabilidades domésticas e familiares. A realidade é ainda mais dura para mulheres negras, indígenas, trans e pertencentes a grupos socialmente marginalizados, que enfrentam múltiplas camadas de discriminação e exclusão.

De acordo com o relatório do *Great Place to Work Institute* (2019), as mulheres ainda encontram barreiras significativas para alcançar posições de liderança, mesmo em empresas que promovem discursos de diversidade e inclusão, o que revela um descompasso entre a retórica institucional e a prática organizacional.[4]

Nesse contexto, o comércio exterior surge como mais um campo de atuação em que essas desigualdades se manifestam, refletindo a estrutura social mais ampla na qual está inserido. O entendimento dessa lógica é essencial para que a análise do setor não se restrinja a números e estatísticas, mas incorpore uma perspectiva crítica e interseccional, capaz de propor mudanças reais e sustentáveis.

3 Análise da participação feminina no comércio exterior

[2] INTER-PARLIAMENTARY UNION (IPU). Women in National Parliaments
[3] ONU MULHERES BRASIL. Brasil 133ª posição
[4] GREAT PLACE TO WORK INSTITUTE. A Jornada das Mulheres no Mercado de Trabalho

3.1 A participação feminina no comércio exterior: panorama internacional

Em um cenário global, a participação das mulheres no comércio exterior também revela um panorama de desigualdade, ainda que com avanços notáveis em determinadas regiões. De acordo com dados da UNCTAD, a inserção feminina nas cadeias globais de valor e no comércio internacional continua limitada, especialmente nos setores de maior valor agregado. O relatório *Trade and Gender Toolbox* alerta que, em diversos países em desenvolvimento, a liberalização do comércio pode ampliar a precarização das condições de trabalho femininas, caso políticas específicas de equidade não sejam implementadas.

Segundo a Organização Mundial do Comércio (OMC), a maioria das mulheres envolvidas em atividades comerciais atua em micro, pequenas e médias empresas (MPMEs), muitas vezes voltadas ao mercado doméstico. Além disso, são raras mulheres em cargos de liderança executiva no comércio global, e o acesso a redes internacionais de negócios, linhas de crédito e feiras internacionais é mais difícil para empresárias. Iniciativas internacionais como a Declaração Conjunta sobre Comércio e Empoderamento Econômico das Mulheres (2017) vêm sendo importantes marcos para colocar a equidade de gênero na agenda comercial multilateral.

Esses dados revelam que, embora o comércio exterior seja uma poderosa alavanca para o crescimento econômico, ele ainda reflete as assimetrias estruturais de gênero que marcam as sociedades contemporâneas. Compreender esse contexto global é fundamental para situar os desafios e avanços específicos de países como o Brasil.

3.2 A inserção feminina no comércio exterior brasileiro

A tabela a seguir apresenta dados comparativos entre homens e mulheres empregados em empresas atuantes no comércio exterior no Brasil, com base no relatório do MDIC (2023):

Ano	Total de Empregos	Empregos Ocupados por Mulheres	Percentual Feminino (%)
2016	7.800.000	2.400.000	30,8
2017	7.950.000	2.500.000	31,4
2018	8.100.000	2.620.000	32,3
2019	8.200.000	2.665.000	32,5

Fonte: Autoria própria baseada em dados do relatório "Mulheres no Comércio Exterior – Uma análise para o Brasil" (MDIC, 2023)

A inserção das mulheres no setor de comércio exterior brasileiro vem crescendo nas últimas décadas, mas ainda ocorre de forma desigual e marcada por desafios estruturais. De acordo com o relatório "Mulheres no Comércio Exterior – Uma Análise para o Brasil",

elaborado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) em 2023, nas empresas que atuaram no comércio exterior em 2019, apenas 32,5% dos empregos foram ocupados por mulheres. Embora esse número represente mais de 2,6 milhões de postos de trabalho, ele evidencia uma sub-representação significativa, especialmente se comparado à participação geral das mulheres no mercado de trabalho nacional.

Além da baixa ocupação numérica, a inserção feminina nesse setor ocorre, majoritariamente, em funções operacionais e administrativas, sendo pouco expressiva nos cargos de liderança e na tomada de decisões estratégicas. Segundo o mesmo relatório, há uma forte concentração masculina nos cargos executivos e nas áreas de negociação internacional, logística estratégica e direção comercial — espaços tradicionalmente associados ao poder e à influência nas operações de comércio internacional.

Esse padrão de inserção não é exclusividade do Brasil. Em nível global, a participação das mulheres nas cadeias internacionais de valor e nos fluxos comerciais segue limitada. Dados da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) indicam que, mesmo em contextos de crescimento do comércio internacional, os benefícios gerados por esses fluxos não são distribuídos de forma igualitária entre os gêneros. O relatório *Trade and Gender Toolbox* (2020) alerta que, em diversos países em desenvolvimento, a abertura comercial tende a beneficiar mais os setores dominados por homens, enquanto setores com maior presença feminina enfrentam maior precarização e informalidade.

No caso brasileiro, a entrada das mulheres no comércio exterior também está ligada a um processo mais amplo de feminização do ensino superior e da qualificação profissional. O aumento da escolaridade feminina tem impulsionado sua presença em áreas técnicas, jurídicas, contábeis e de relações internacionais — todas relevantes para o setor. No entanto, a qualificação ainda não garante equidade de oportunidades, revelando um descompasso entre o capital humano feminino e as possibilidades de mobilidade e ascensão dentro das empresas exportadoras e importadoras.

Outro fator relevante é o empreendedorismo feminino no comércio exterior, que vem se expandindo nos últimos anos, especialmente por meio de políticas de incentivo e programas de capacitação promovidos por instituições como Sebrae, ApexBrasil e redes como o Mulheres no Comércio Exterior (MCE). Ainda assim, as mulheres enfrentam maior dificuldade de acesso a crédito, redes de apoio e mercados internacionais, o que limita seu potencial de crescimento e internacionalização dos negócios.

Portanto, a inserção das mulheres no comércio exterior brasileiro deve ser compreendida não apenas pela sua presença numérica, mas também pelas condições

qualitativas dessa participação. Os dados demonstram um cenário de avanços tímidos e desiguais, em que a presença feminina ainda está restrita a determinados espaços e funções, dificultando a construção de um setor mais inclusivo, justo e alinhado aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

3.3 Barreiras e desafios no setor

Apesar dos avanços graduais na inserção feminina no comércio exterior brasileiro, as mulheres ainda enfrentam uma série de barreiras estruturais e culturais que limitam seu pleno desenvolvimento profissional neste setor. Essas barreiras são multifacetadas e refletem não apenas as desigualdades de gênero históricas no mercado de trabalho, mas também os impactos das dinâmicas globais que regem o comércio internacional.

Uma das principais dificuldades enfrentadas pelas mulheres no setor é a desigualdade salarial. Mesmo com níveis de escolaridade semelhantes ou superiores aos dos homens, as mulheres recebem, em média, salários menores nas empresas que atuam no comércio exterior. De acordo com dados da RAIS (Relação Anual de Informações Sociais) e estudos do DIEESE, a diferença de remuneração entre gêneros no setor pode ultrapassar 20%, especialmente em cargos técnicos e de supervisão[5].

Outro obstáculo significativo é a baixa representatividade feminina em cargos de liderança. Nas empresas exportadoras e importadoras brasileiras, as mulheres raramente ocupam posições estratégicas, como diretorias de comércio, coordenação de logística internacional ou gestão de contratos internacionais. Essa exclusão dos espaços decisórios compromete não apenas o avanço individual das profissionais, mas também a diversidade de perspectivas na formulação de estratégias comerciais — elemento cada vez mais valorizado em um mundo interconectado e multicultural.

Além disso, as mulheres enfrentam dificuldades de acesso ao crédito e a outros recursos financeiros quando buscam empreender no setor. Isso afeta diretamente a capacidade de internacionalização de seus negócios, especialmente nas micro e pequenas empresas lideradas por mulheres. A burocracia, a falta de garantias e os vieses de gênero no sistema financeiro tornam mais árduo o caminho do empreendedorismo feminino no comércio exterior. Essa realidade é confirmada por estudos como o da *Women Inside Trade* (2023), que apontam a carência de linhas de financiamento voltadas especificamente ao público feminino.

[5] MDIC - Mulheres no Comércio Exterior – Uma análise para o Brasil. Brasília

A análise das cláusulas de acordos comerciais também revela lacunas no enfrentamento das desigualdades de gênero. Embora o Brasil participe de iniciativas relevantes de integração e negociação comercial, como o Mercosul e as negociações com a União Europeia, as menções diretas à promoção da igualdade de gênero ainda são tímidas e, em geral, não vinculantes. Isso reduz o potencial desses acordos como instrumentos efetivos de transformação social.

As interseccionalidades — como raça, classe social, orientação sexual e maternidade — agravam ainda mais as desigualdades enfrentadas por determinadas mulheres no setor. Mulheres negras, por exemplo, estão ainda menos representadas nos espaços de liderança e enfrentam dupla discriminação no mercado de trabalho. A ausência de políticas públicas que considerem essas camadas de desigualdade compromete os avanços rumo à equidade real.

Por fim, o próprio ambiente corporativo e as exigências da competitividade global impõem jornadas exaustivas, pressão por resultados e alta mobilidade, o que pode entrar em conflito com as responsabilidades historicamente atribuídas às mulheres no âmbito doméstico e familiar. Essa sobrecarga impacta diretamente a sua permanência no setor e a sua ascensão profissional. Além disso, estudos demonstram que a liberalização do comércio pode aprofundar as desigualdades de gênero no mercado de trabalho quando não acompanhada de políticas públicas adequadas, como mostram Gaddis e Pieters (2017) ao analisarem o caso brasileiro.

Assim, os desafios enfrentados pelas mulheres no comércio exterior brasileiro vão além do simples acesso ao mercado. Eles envolvem uma estrutura complexa de desigualdades que exige ações coordenadas entre governos, empresas e sociedade civil. Superar essas barreiras é condição essencial para o fortalecimento da participação feminina e para a construção de um comércio internacional mais equitativo e sustentável.

3.4 Iniciativas e caminhos para a igualdade

A construção de um comércio exterior mais inclusivo e igualitário passa necessariamente pela formulação e implementação de políticas públicas eficazes, programas de capacitação, incentivos econômicos e acordos comerciais que incorporem a perspectiva de gênero de forma transversal. Ao longo dos últimos anos, algumas iniciativas vêm sendo desenvolvidas no Brasil e em contextos internacionais com o objetivo de fortalecer a presença feminina no setor, ainda que de forma incipiente e com necessidade de expansão.

No âmbito nacional, destaca-se o avanço de programas de capacitação voltados para mulheres empreendedoras, como as ações promovidas por instituições como o Sebrae, a ApexBrasil e o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC).

Iniciativas como o “Exporta Fácil Mulher” e o fortalecimento da rede “Mulheres no Comércio Exterior (MCE)” têm contribuído para aumentar o conhecimento técnico das mulheres sobre processos de internacionalização, além de fomentar redes de apoio e mentorias especializadas.

O próprio MDIC, em conjunto com a ONU Mulheres, vem articulando estratégias para incorporar a equidade de gênero nas políticas de comércio exterior. Um exemplo é a participação brasileira em fóruns internacionais que discutem o impacto da globalização sobre as desigualdades de gênero e o papel dos Estados na mitigação desses efeitos. Em 2024, o Brasil firmou compromisso com a Aliança Global para Comércio Inclusivo, que tem como meta promover a diversidade e a equidade nos fluxos internacionais de comércio, com enfoque especial nas mulheres.

No campo internacional, países como Canadá, Chile e Nova Zelândia têm se destacado ao incluir cláusulas de gênero em seus acordos comerciais bilaterais e multilaterais. Esses acordos não apenas reconhecem a importância da participação feminina no comércio, mas também estabelecem obrigações concretas, como financiamento a negócios liderados por mulheres, promoção de feiras e eventos internacionais com equidade de gênero e compartilhamento de boas práticas entre os países signatários. Tais experiências oferecem modelos replicáveis para o Brasil, demonstrando que é possível articular o crescimento econômico com a justiça social.

Outra frente importante é o incentivo à participação feminina em cargos de liderança e na formulação de políticas comerciais. Instituições multilaterais como a OMC (Organização Mundial do Comércio) e a UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento) têm promovido fóruns e publicações que evidenciam a necessidade de ampliar a representatividade feminina nas decisões que moldam os rumos do comércio global. O relatório "*Empowering Women in Trade*", por exemplo, destaca que a equidade de gênero é não apenas uma questão de justiça, mas uma estratégia de desenvolvimento econômico sustentável.

Essas ações se alinham diretamente aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, especialmente ao ODS 5 (Igualdade de Gênero) e ao ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico). A integração das mulheres no comércio internacional contribui para a redução da pobreza, o fortalecimento da economia nacional e a promoção de sociedades mais equitativas e resilientes.

No entanto, apesar desses avanços, ainda há um longo caminho a ser percorrido. É necessário que o Brasil fortaleça seus marcos legais e institucionais, ampliando investimentos em políticas públicas estruturadas e assegurando que o tema da equidade de gênero esteja

presente desde a formulação até a implementação de estratégias comerciais. A construção de um comércio exterior mais justo exige vontade política, compromisso das empresas e mobilização social.

4 Considerações finais

A presente pesquisa buscou analisar a participação das mulheres no comércio exterior brasileiro, à luz dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, em especial do ODS 5, que propõe alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas. A análise revelou que, embora haja avanços na inserção feminina no setor, a presença das mulheres ainda é limitada, especialmente em cargos de liderança, em áreas estratégicas e como protagonistas no empreendedorismo internacional.

A partir de dados secundários, literatura especializada e relatórios institucionais, foi possível identificar uma série de barreiras enfrentadas por mulheres no setor, incluindo desigualdades salariais, dificuldade de acesso a crédito, baixa representatividade em espaços de decisão e ausência de políticas específicas em acordos comerciais. Esses desafios são agravados por fatores interseccionais, como raça e classe social, que ampliam a vulnerabilidade de determinados grupos de mulheres.

Apesar das dificuldades, o estudo também evidenciou iniciativas promissoras, tanto no Brasil quanto no exterior. Programas de capacitação, redes de apoio e experiências internacionais com cláusulas de gênero em acordos comerciais demonstram que é possível construir um comércio exterior mais inclusivo. O fortalecimento dessas ações, combinado com o engajamento do Estado, da sociedade civil e do setor privado, é essencial para que o Brasil avance na promoção da igualdade de oportunidades.

A participação ativa das mulheres no comércio internacional não deve ser vista apenas como uma questão de justiça social, mas como uma estratégia inteligente de desenvolvimento sustentável e inovação. Diversidade de gênero está diretamente relacionada à melhoria de performance econômica, à criatividade nas soluções comerciais e ao fortalecimento das relações internacionais baseadas em cooperação e equidade.

Assim, a promoção da equidade de gênero no comércio exterior exige um compromisso contínuo com a transformação estrutural do setor, por meio da implementação de políticas públicas eficazes, do incentivo à participação feminina em todos os níveis da cadeia comercial e do monitoramento dos resultados com recortes de gênero. Ao integrar os princípios da Agenda

2030 aos seus processos comerciais, o Brasil pode não apenas reduzir desigualdades, mas também posicionar-se como líder em práticas de comércio sustentável e inclusivo.

Como possibilidade para pesquisas futuras, sugere-se a realização de estudos sobre a presença feminina em diferentes áreas do comércio exterior, como logística internacional, desembaraço aduaneiro e consultoria em negócios internacionais. Além disso, seria relevante investigar o impacto de políticas públicas e corporativas voltadas à equidade de gênero sobre e a inserção e a ascensão profissional das mulheres nesse setor, considerando aspectos regionais, raciais e socioeconômicos.

Referências

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC). **Mulheres no Comércio Exterior** – Uma análise para o Brasil. Brasília: MDIC, 2023. Disponível em: https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/comercio-exterior/estatisticas/outras-estatisticas-de-comercio-exterior-/mulheres_comercio_exterior_uma_analise_para_o_brasil.pdf. Acesso em: 23 set. 2024.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC). **Brasil avança na cooperação internacional para promoção da participação feminina no comércio exterior**. Brasília: MDIC, 2024. Disponível em: https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/noticias/2024/junho/brasil-avanca-na-cooperacao-internacional-para-promocao-da-participacao-feminina-no-comercio-exterior. Acesso em: 23 set. 2024.

GADDIS, I.; PIETERS, J. The gendered labor market impacts of trade liberalization: Evidence from Brazil. **Journal of Human Resources**, v. 52, n. 2, p. 457–490, 2017. DOI: https://doi.org/10.3368/jhr.52.2.1014-6690R1. Disponível em: https://jhr.uwpress.org/content/early/2016/03/04/jhr.52.2.1014-6690R1. Acesso em: 23 set. 2024.

GREAT PLACE TO WORK INSTITUTE. **A Jornada das Mulheres no Mercado de Trabalho.** São Paulo: ONU, 2019. Disponível em: https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2019/12/Relat%C3%B3rio-Ranking-Mulher-2019-v2.pdf. Acesso em: 23 set. 2024.

INTER-PARLIAMENTARY UNION (IPU). **Women in National Parliaments**. Disponível em: https://data.ipu.org/women-ranking. Acesso em: 24 abr. 2025.

ONU MULHERES BRASIL. Brasil ocupa a 133ª posição no ranking global de representação parlamentar de mulheres. **ONUmulheres**, 2023. Disponível em: https://www.onumulheres.org.br/noticias/brasil-ocupa-a-133a-posicao-no-ranking-global-de-representacao-parlamentar-de-mulheres/ Acesso em: 24 abr. 2025.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODS 5: Igualdade de Gênero. **UN**, Brasília, 2024. Disponível em: https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/5. Acesso em: 24 abr. 2025.

UNCTAD. **Trade and Gender Toolbox.** Genebra: United Nations Conference on Trade and Development, 2020. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditc2017d1_en.pdf. Acesso em 24 abr. 2025

WOMEN INSIDE TRADE. Iniciativas do governo brasileiro para impulsionar a participação de mulheres no comércio exterior. 43ª edição. **Womeninsidetrade**, julho de 2023. Disponível em: https://womeninsidetrade.com/iniciativas-do-governo-brasileiro-para-impulsionar-a-participacao-de-mulheres-no-comercio-exterior/. Acesso em: 23 set. 2024.

Data de submissão: 09/05/2026
Data de aceite: 21/07/2026