

E-BOOK

Ensaaios PEIEX 2024



ANAPRI
Associação Nacional dos Profissionais
de Relações Internacionais

apexBrasil

MINISTÉRIO DO
DESENVOLVIMENTO,
INDÚSTRIA, COMÉRCIO
E SERVIÇOS

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

E-BOOK

ENSAIOS PEIEX 2024

FICHA TÉCNICA

Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos - ApexBrasil

Jorge Ney Viana Macedo Neves
Presidente

Ana Paula Lindgren Alves Repezza
Diretora de Negócios

Antonio Floriano Pereira Pesaro
Diretor de Gestão Corporativa

Clarissa Furtado
Gerente de Competitividade

Rafaella Oliveira Paulinelli
Coordenadora de Competitividade I

Rita de Cassia da Silva Pedroso de Alburquerque
Coordenadora de Competitividade II

Organização
Associação Nacional dos Profissionais de Relações Internacionais - ANAPRI
Jessica Carla Hubner Messas - Presidente
João Henrique Cervantes Falleiros Martins - Diretor Geral
João Victor Catto Boleti - Vice-Presidente
Nilo Padim Scandaroli - Diretor de Comunidade e Customer Success

Coordenação do Projeto

Jessica Carla Hubner Messas - Responsável pelo Projeto
Nilo Padim Scandaroli - Coordenador do Projeto

Revisão

Angelo Miguel do Amaral Lopes - Analista de Redação
Elaine Silva da Luz - Coordenadora de Redação
Luís Gustavo Costa Macêdo - Analista de Redação
Rafael Penning das Neves - Diretor de Comunicação

Arte e Diagramação

Amanda Lima - Analista de Mídias
Débora Gomes - Coordenadora de Mídias
Maria Fernanda Moreira de Mattos - Analista de Mídias

Editorial

Leonardo Souza Campos Rodrigues - ApexBrasil

E-mail: PEIEX@apexbrasil.com.br
Ensaio PEIEX2024/ApexBrasil
Brasília: ApexBrasil, 2024. ISBN nº xxxx
ANAPRI vai registrar?
1.Comércio Exterior. 2.Negócios Internacionais. 3.Qualificação Empresarial. 4.Mulheres

E-BOOK

ENSAIOS PEIEX 2024

FICHA TÉCNICA

As publicações da ApexBrasil estão disponíveis para download gratuito no formato PDF. Acesse:

<https://portal.apexbrasil.com.br/transparencia/>

As opiniões emitidas nesta publicação são de exclusiva e inteira responsabilidade dos autores, não exprimindo, necessariamente, o ponto de vista da ApexBrasil. É permitida a reprodução deste texto e dos dados nele contidos, desde que citada a fonte. Reproduções para fins comerciais são proibidas.

Autores

Abimael Ortiz Barros
Ana Brum
Angélica Passold Terebinto Ribeiro
Antonio Carlos Ferreira
Antonio Cavalcante da Trindade
Dinani Gomes Amorim
Euzébio Pereira de Andrade Neto
Gabriel Tadeu Antunes Machado
Gustavo Henrique Lopes Dias
Gustavo Picanço Dias
João Batista Neroni Júnior
José Luis Costa Neto
Leidiane Alcântara Brandão
Márcia Cristina Silva Paixão
Maria Eduarda Silvano de Oliveira
Marimar Guidorzi de Paula
Marta Emanuely Araújo Dias
Odair Dias Filho

Osvaldo Luiz Zalewska
Pedro Vinícius Lamosa Souza Silva
Priscila Correa Franco Amaral
Rayana Raquel Madeira Campos Almeida
Agrélio
Silvana Zietz Alves dos Santos
Thiago Rodrigo de Oliveira Araújo
Verenice Konrad de Menezes
Vinícius Carvalho da Silva
Wandson Rafael dos Santos
William Rodrigo Joanico

Banca Avaliadora

ApexBrasil
Clarissa Alves Furtado
Emerson Cezar Raiol de Oliveira
Jose Mendes Alves Filho
Leonardo Souza Campos Rodrigues
Rita de Cassia da Silva Pedroso de Albuquerque
Thiago Pessoa Gusman
Externo
Alessandro Siqueira Marques
Camilla Sara Gonçalves Cunha
Jean Santos Lima
Silvana Schimanski
Welber Barral

ApexBrasil - Sede:

Setor de Autarquias Norte, Quadra 05,
Lote C, Torre B, 13º andar, Centro
Empresarial CNC, Asa Norte. CEP:
70.040.250 - Brasília - DF.

Tel.: 55 (61) 2027-0202 / Fax: 55 (61)
2027-0263

www.apexbrasil.com.br

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	6
EDITORIAL.....	8
BANCA AVALIADORA.....	11
ENSAIO 1.....	17
Impacto diferencial da internacionalização em homens e mulheres: Um estudo sobre o Programa PEIEX.....	17
ENSAIO 2.....	21
Um olhar sobre a questão de gênero em relação às empresas participantes do PEIEX e do Programa Design Export.....	21
ENSAIO 3.....	26
Análise dos esforços das empresas participantes do PEIEX e o desenvolvimento do mindset para exportação.....	26
ENSAIO 4.....	30
Mulheres na exportação: O caso Cheiro Brasil.....	30
ENSAIO 5.....	33
Impactos do PEIEX no processo de internacionalização e desenvolvimento Regional - Estudo de caso da Sweet Valley - Juazeiro/BA.....	33
ENSAIO 6.....	37
Impactos da internacionalização das empresas qualificadas pelo PEIEX no desenvolvimento regional e na perspectiva de gênero.....	37
ENSAIO 7.....	42
Oportunidade de exportação de vestuário derivados da economia criativa do DF como método para empoderamento de mulheres periféricas.....	42
ENSAIO 8.....	46
PEIEX setorial cacau e chocolate fino: internacionalização de empreendimentos femininos e seu impacto na região sul da Bahia (2022-2024).....	46
ENSAIO 9.....	49
O PEIEX no Cariri paraibano: contribuição ao desenvolvimento regional e do empreendedorismo feminino.....	49
ENSAIO 10.....	55
A expansão internacional da LilioZ e o desafio de gênero no mercado árabe.....	55
ENSAIO 11.....	58
A relevância do PEIEX para a internacionalização das empresas do Piauí e seu impacto no desenvolvimento regional e inclusão social.....	58

ENSAIO 12.....	62
Exportando mudanças - Como as mulheres estão reinventando o comércio exterior....	62
ENSAIO 13.....	65
Do mercado doméstico para o internacional: importância da prontidão para exportação das empresas brasileiras.....	65
ENSAIO 14.....	68
Empoderamento feminino e desenvolvimento regional: alçando voos internacionais com o PEIEX.....	68
ENSAIO 15.....	72
Impactos das exportações no desenvolvimento regional e no empreendedorismo: O caso da Agrocarnaúba.....	72
ENSAIO 16.....	76
Exportações e empreendedorismo feminino: impulsionando o desenvolvimento regional em Roraima.....	76
ENSAIO 17.....	78
A digitalização e a internacionalização de empresas qualificadas pelo PEIEX: Uma perspectiva sobre desenvolvimento regional e gênero.....	78
ENSAIO 18.....	82
Internacionalização de serviços sustentáveis e desenvolvimento regional: impactos de uma empresa de gestão de eventos.....	82
ENSAIO 19.....	85
Participação feminina no comércio exterior e desenvolvimento regional: A contribuição do PEIEX.....	85

APRESENTAÇÃO

Uma das principais missões da ApexBrasil é promover a internacionalização de empresas brasileiras e ajudá-las a se tornar exportadoras, gerando crescimento, emprego e renda. Entre os desafios que enfrentamos nessa jornada está a ampliação da competitividade dessas empresas no mercado internacional, com ações de qualificação para exportação e internacionalização, de acordo com seu nível de maturidade exportadora. Ao apoiar e qualificar esses empreendedores, a ApexBrasil atua também como um agente catalisador do conhecimento, elaborando e incentivando estudos e pesquisas sobre promoção de exportações e internacionalização. Com isso, garantimos a excelência de nosso corpo técnico e a disseminação do conhecimento na formação de agentes de negócios internacionais – e, conseqüentemente, aumentamos a eficiência no atendimento às empresas.

Criado no primeiro mandato do presidente Lula, o Programa de Qualificação para Exportações, o PEIEX, está completando 20 anos e é uma das iniciativas das quais mais nos orgulhamos na ApexBrasil. Peça fundamental na atuação da Agência, o PEIEX, que tem ampla capilaridade e está presente em todas as regiões do Brasil, atende empresas de diferentes portes e setores, que se qualificam, experimentam e investem na internacionalização de seus negócios. É um programa que reúne profissionais especializados em comércio exterior, responsáveis por orientar empresários sobre os caminhos mais adequados para iniciar sua jornada internacional de forma planejada e segura. Um grupo de mais de 300 especialistas em negócios internacionais vem participando do programa anualmente, muitos deles pesquisadores.

Ao longo desses anos, mais de 30 mil empreendimentos que nunca haviam exportado ou que possuíam baixa cultura exportadora passaram pelo PEIEX. Aproximadamente 60% são micro e pequenas empresas, que muitas vezes sequer sabiam que poderiam sonhar em exportar. Como porta de entrada do empreendedor que procura a ApexBrasil, o programa pode ser comparado à base de uma pirâmide, representada pelo conhecimento que sustentará a excelência de uma empresa no âmbito do comércio exterior.

Nesse momento tão especial em que comemoramos 20 anos, é importante destacar a trajetória bem-sucedida de um dos mais longevos e relevantes programas de qualificação para exportação do país. O PEIEX foi o programa que deu à ApexBrasil, pela primeira vez, o prêmio de “Melhor Organização de Promoção Comercial de um país em desenvolvimento”, em 2010. Em 2024, comemoramos também a segunda premiação recebida pelo International Trade Centre (ITC), agência conjunta da Organização das Nações Unidas (ONU) e da Organização Mundial do Comércio (OMC). Desta vez, o prêmio WTPO Awards – Excellence in Export Development Initiatives foi concedido ao Mulheres e Negócios Interna-

-cionais (MNI), programa da ApexBrasil que promove, qualifica e apoia as exportações de empresas com liderança feminina.

Sob o tema ***Os impactos da internacionalização das empresas que foram qualificadas pelo PEIEX no desenvolvimento regional e na perspectiva de gênero***, essa edição dos Ensaio PEIEX se alinha ao planejamento estratégico da ApexBrasil, que tem a diversidade como palavra-chave. No nosso planejamento, buscamos diversificar a origem das empresas brasileiras e o destino das suas exportações, ampliar o atendimento às micro e pequenas empresas e às empresas lideradas por mulheres, contribuindo para a equidade de gênero e para o desenvolvimento sustentável e inclusivo do nosso país, dentro das diretrizes do atual governo.

Lançar a **3ª edição Ensaio PEIEX – 20 anos**, portanto, reforça o objetivo de manter a ApexBrasil como centro de referência e de produção de conhecimento sobre negócios internacionais e seus impactos econômico-sociais. Nesta edição, a participação foi aberta a todos os pesquisadores interessados, ampliando nosso campo de atuação – diferentemente das últimas edições, que tiveram participação restrita a profissionais relacionados às instituições executoras do PEIEX.

Nessa comemoração, aproveitamos para agradecer o apoio do presidente Lula – que, vinte anos depois, pode ver os frutos do programa criado em seu primeiro governo – e do vice-presidente Geraldo Alckmin, que, à frente do MDIC, tem sido um incentivador constante do PEIEX. Homenageamos também todos os gestores e executores do programa ao longo desses anos.

O PEIEX foi sendo aprimorado para oferecer aos nossos clientes um serviço de alto valor agregado. O registro de seus resultados e o olhar da academia fortalecem o compromisso da Agência com o saber sobre o comércio exterior como principal objetivo do PEIEX: levar conhecimento ao empresário para que ele possa decidir os melhores caminhos para iniciar ou ampliar sua jornada no mercado internacional.

Estamos fazendo isso há 20 anos, com muito orgulho!
Boa leitura!



Presidente da ApexBrasil

EDITORIAL

O Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX) está celebrando seus 20 anos e, com eles, a marca história de mais de 30.000 (trinta mil) empresas qualificadas para atuar no comércio exterior. O PEIEX se confirmou como uma política pública basilar à Política Nacional de Cultura Exportadora (PNCE), servindo como âncora para a disseminação da cultura exportadora em todo território nacional.

Inicialmente focado em empresas de base industrial, o PEIEX expandiu seu portfólio de atendimento ao longo dos anos. Hoje, o programa atende empresas do setor agropecuário, da indústria de transformação e de serviços. Além de atuar na qualificação para a exportação, o programa também atende, através de sua metodologia de internacionalização, empresas que visam estabelecer operações próprias no exterior.

O atendimento do PEIEX percorreu todas as 27 (vinte e sete) unidades da federação. São mais de (cem) 100 convênios realizados e parcerias com mais de 70 (setenta) entidades como parques tecnológicos, associações empresariais, federações de indústria, universidades e sistema S. As empresas atendidas pelo programa estão localizadas em cerca de 1.500 (mil e quinhentos) municípios do Brasil nos últimos 20 anos.

As regiões sul e sudeste concentram a maior parcela dos atendimentos realizados. Enquanto a primeira atendeu 12.359 empresas, a segunda atendeu 9.458. Dessa forma, as 21.817 empresas qualificadas PEIEX nessas regiões representam 72% do total de clientes capacitados pelo programa. Os 28% restantes estão distribuídos nas demais regiões do país: 4.792 empresas no Nordeste, 1.254 empresas no Centro-Oeste e 1.184 empresas no Norte.

Mister indicar, ademais, que os clientes do PEIEX fazem parte de uma gama de setores econômicos. O complexo setorial de alimentos, bebidas e agronegócio foi responsável por 32% das empresas que passaram pelo programa desde 2019. Já o complexo setorial de moda representou 18% dos atendimentos. As empresas dos complexos de máquinas e equipamentos e de casa e construção tiveram uma representatividade de 14% cada um. Já empresas de base tecnológica e de saúde, 13%. Por fim, o complexo da economia criativa atendeu 5% das empresas do PEIEX desde 2019, bem como outros complexos não identificados.

Em se tratando das sessões de qualificação realizadas, estima-se que cada empresa atendida receba em torno de 45 horas de treinamento. Portanto, o PEIEX contribuiu com aproximadamente 1,3 milhão de horas totais de capacitação, realizados por uma equipe de mais de 717 profissionais. O empenho dessas qualificações tem aportado resultados reais às empresas.

Por meio da avaliação de prontidão para exportação, implementado em 2021, aplicada nos atendimentos do programa, observa-se que as empresas desenvolvem sobremaneira seu conhecimento sobre práticas de comércio exterior. Com efeito, a metodologia da avaliação de prontidão aponta que as empresas iniciam o programa com uma média de 34 pontos de conhecimento sobre comércio exterior. Quando concluem o programa, essas empresas possuem uma média de 69 pontos de conhecimento.

A evolução do conhecimento das empresas sobre comércio exterior tem reflexo real nas exportações delas. Dados colhidos pela ApexBrasil indicam que empresas que passaram pelo PEIEX exportaram 3,6 bilhões de dólares entre 2017 e 2023. Aproximadamente 85 milhões de dólares foram exportados pelas micro e pequenas empresas (MPEs) que passaram pelo programa.

Produtos e serviços que foram alvo do programa estão sendo comercializados em todas as regiões do mundo. A Ásia tem sido a região priorizada pelas empresas: mais de 47% das exportações tiveram o continente como destino. A Europa, com 23% das vendas e a América do Sul, com 15%, seguem em sequência.

Entretanto, em se considerando apenas as exportações de MPEs, a listagem passa por uma alteração. A América do Norte toma a liderança, com 28,23% das exportações, seguida pela América do Sul, com 28,23%. A Ásia fica com o terceiro lugar e 20% das vendas.

A diferença no destino das exportações das MPEs e das empresas de todos os portes aponta para a maior facilidade de comercialização em destinos geograficamente próximos, haja visto questões culturais e logísticas. Todavia, o volume de exportação para a Ásia indica a grande demanda por produtos brasileiros nesse continente.

Não por menos, Estados com portos de grande relevância global despontam como os maiores destinos das exportações totais: China, Países Baixos, Estados Unidos, Vietnã e Alemanha respectivamente. Por outro lado, as exportações das MPEs se concentram em países sul-americanos: Estados Unidos, China, Chile, Argentina e Paraguai.

As exportações do PEIEX se concentram sobretudo na pauta agroindustrial. Cerca de 80% das exportações totais se concentra em produtos do reino animal e produtos do reino vegetal. Metade das exportações das MPEs também está alocada nesses nichos. Todavia, o percentual de produtos da indústria de transformação se aumenta relativamente.

À luz do exposto, o PEIEX tem sua relevância iluminada. O programa impacta sobremaneira a cultura exportadora do Brasil, qualificando empresas, de micro e pequeno porte em sua maioria, e inserindo-as em mercados internacionais. Nesta celebração de 20 anos do programa, portanto, apresentamos esta coletânea de ensaios sobre o impacto regional do programa em todo o país e sua intersecção com a questão de gênero.

BANCA AVALIADORA



**Alessandro Siqueira
Marques**

Com mais de 20 anos de experiência em negócios internacionais, Alessandro Siqueira Marques é um especialista renomado em desenvolvimento de negócios globais, com um histórico comprovado de sucesso na liderança de projetos em mercados diversos ao redor do mundo. Sua expertise abrange a criação de planos de exportação personalizados e eficazes, a condução de negociações internacionais complexas, a seleção de parceiros estratégicos e o estabelecimento de operações em novos países.



**Camilla Sara
Gonçalves Cunha**

Mestre em Gestão do Conhecimento e Tecnologia da Informação pela Universidade Católica de Brasília (2011), MBA Executivo em Gestão de Negócios pelo UnICESP (2008) e graduação em Relações Internacionais pela Universidade Católica de Brasília (2005). É professora da Universidade Católica de Brasília e consultora na área de comércio exterior em empresas públicas, privadas e entidades como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Tem experiência na área de Relações Internacionais, Comércio Exterior e Administração, atuando principalmente nos seguintes temas: comércio exterior, negócios, negócios internacionais e internacionalização de empresas.



**Clarissa Alves
Furtado**

Clarissa Alves Furtado é graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), possui MBA em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e é Mestre em Inovação em Comunicação e Economia Criativa pela Universidade Católica de Brasília. Possui atuação passada como repórter de Economia na grande imprensa nacional e como assessora de comunicação no Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Desde 2005, integra a equipe da Apex-Brasil, agência responsável pela promoção das exportações e atração de investimentos estrangeiros para o Brasil. Na Apex-Brasil, desempenhou papéis de destaque como Coordenadora de Comunicação e Assessora do Gabinete da Diretoria de Negócios. Atualmente, desde abril de 2022, atua como Gerente de Competitividade, contribuindo para o fortalecimento da posição do Brasil no cenário global.



**Emerson Cezar Raiol
de Oliveira**

Graduado em Relações Internacionais e possui MBA em Comércio Exterior. Com 11 anos de experiência profissional, acumulou conhecimentos em áreas como agronegócio, comércio exterior, promoção internacional, marketing, eventos, consultoria internacional, relações institucionais e cooperação público-privado. Ao longo de sua trajetória, Emerson atuou em diversos órgãos do governo brasileiro, incluindo o Ministério da Pesca e Aquicultura (MPA), o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC) e o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), onde foi responsável por projetos de promoção de exportações do Brasil em feiras internacionais. Atualmente, trabalha na Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), contribuindo para a inserção competitiva do Brasil no mercado global.



Jean Santos Lima

Doutor e Mestre em Relações Internacionais pela Universidade de Brasília (UnB). Bacharel em Relações Internacionais pela Universidade Católica de Brasília (UCB) e intercâmbio na PUC Argentina de Buenos Aires. É professor dos cursos de Relações Internacionais e Ciências Econômicas na Universidade Católica de Brasília, e realizou práticas de ensino no IREL/UnB. Trabalhou no maior projeto de cooperação técnica da União Europeia na América Latina (PAIIPME/ABDI), e no Projeto "Brasil 2035: Construindo hoje o país de amanhã", no Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). Publicou, dentre outras revistas, na Brazilian Political Science Review (ABCP), Revista Brasileira de Política Internacional (RBPI), e na Contexto Internacional: journal of global connections (PUC Rio).



**José Mendes Alves
Filho**

Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas e Gestão de Projetos, com graduação em Administração e mais de 19 anos de experiência profissional. Atua na ApexBrasil, na área de competitividade, contribuindo para o fortalecimento da competitividade das empresas brasileiras no mercado internacional.



**Leonardo Souza
Campos Rodrigues**

Profissional com sólida experiência em negócios internacionais. Leonardo geriu projetos que atenderam +1,000 empresas visando mercados internacionais, resultando em US\$ 300 milhões em exportações de 2020 a 2023. Ele esteve envolvido em missões comerciais nas Américas, Europa, Oriente Médio e Ásia.



**Rita de Cassia da
Silva Pedroso de
Albuquerque**

Formada em Psicologia pela UnB/Brasília, possui Mestrado em Pedagogia do e-Learning pela Universidade Aberta de Portugal e MBA Gestão de Mídias Digitais e Inteligência de Negócios na ESPM. Possui experiência profissional em marketing, educação a distância e tecnologias de aprendizagem. Trabalha na Apex-Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações) há 10 anos e, atualmente, está a frente da Coordenação de Qualificação, da Gerência de Competitividade e Ensino, área responsável pelo PEIEX, Programa de Qualificação para Exportação, presente em todos os Estados brasileiros e Distrito Federal, pelos projetos de design e sustentabilidade para exportação e de desenvolvimento de metodologias de qualificação empresarial.



Silvana Schimanski

Doutora em Relações Internacionais pela Universidade de Brasília - UNB (Bolsista CNPq), na modalidade Doutorado Sanduíche com o Instituto de Altos Estudos Internacionais e do Desenvolvimento, em Genebra-Suíça. (Institut de Hautes Études Internationales et du Développement - IHEID) (Bolsista Capes). Mestre em Relações Internacionais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS (Bolsista CAPES). Graduada em Administração com Habilitação em Comércio Exterior, pela Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI. Ênfase das pesquisas em Relações Internacionais (Multilaterais, Bilaterais e Regionais) e Negociações Internacionais.



**Thiago Pessoa
Gusman**

Thiago Gusman é graduado em Ciências Econômicas pela University of Queensland, Austrália, e em Relações Internacionais pelo Centro Universitário de Brasília – UniCEUB. É analista da Apex-Brasil há 10 anos, com experiência nas áreas de acesso e inteligência de mercado e gestão estratégica. Atualmente, atua na Gerência Regional, trabalhando no apoio operacional aos escritórios da Agência no Brasil e no exterior, bem como gerenciando o seu *desk office* na África do Sul.



Welber Barral

Possui graduação em Direito pela Universidade Estadual de Montes Claros (1990), mestrado em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina (1993) e doutorado em Direito pela Universidade de São Paulo (1999). Ex- Secretário de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior no Governo Lula (2007-2011). O Dr. Barral atualmente é consultor sênior da Barral M Jorge Consultores Associados, Presidente da Brazil Industries Coalition (BIC), Conselheiro da FIESP, da AMCHAM e da OAB, árbitro no Tribunal Permanente de Revisão do Mercosul e compõe a lista de painelistas da Organização Mundial do Comércio (OMC).

ENSAIO 1

Impacto diferencial da internacionalização em homens e mulheres: Um estudo sobre o Programa PEIEX

Núcleo PEIEX - Curitiba

Abimael Ortiz Barros

A internacionalização das empresas brasileiras é essencial para sua competitividade no mercado global. O Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), desenvolvido pela ApexBrasil, é um dos principais esforços para capacitar micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) no Brasil. No entanto, o processo de internacionalização é vivido de maneira diferenciada por homens e mulheres. Este ensaio analisa as disparidades de gênero no processo de internacionalização e propõe práticas inclusivas no PEIEX que visam promover maior equidade e eficácia no suporte oferecido às empresárias.

As empresárias enfrentam desafios únicos na jornada para a internacionalização. Diversos estudos apontam que, globalmente, mulheres têm menos acesso a financiamento e a redes de contato comparadas aos homens, limitando seu potencial de expansão para mercados internacionais (Brush et al., 2009; Coleman & Robb, 2016). A pesquisa de Coleman e Robb (2016) aponta que apenas 2,3% do capital de risco é destinado a empresas lideradas por mulheres, o que reflete um viés estrutural que impacta diretamente a competitividade dessas empresas no exterior.

Esse cenário se traduz em uma situação em que, para as empresárias brasileiras, o processo de exportação torna-se especialmente desafiador. Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), embora as mulheres representem cerca de 30% das MPMEs no Brasil, elas possuem menor participação nos programas de apoio à exportação devido a barreiras como a falta de redes de apoio e o estigma social, que ainda vê a liderança feminina no comércio internacional como exceção, e não como regra (SEBRAE, 2022). A falta de acesso a redes estratégicas limita a capacidade das empresárias de estabelecerem conexões cruciais em mercados estrangeiros, restringindo o potencial de crescimento e expansão.

Além disso, o Banco Mundial ressalta que as mulheres enfrentam barreiras culturais e estereótipos que tornam sua participação nos mercados internacionais mais difícil, especialmente em setores tradicionalmente dominados por homens. No Brasil, há uma alta concentração de mulheres empreendendo em setores como vestuário e artesanato, o que dificulta a entrada em mercados externos onde as normas e o valor de produtos dessas categorias podem variar substancialmente. A carência de apoio específico para as empresárias nesses setores reflete um modelo de internacionalização que ainda não considera a inclusão como um fator crítico de desenvolvimento. (World Bank, 2019).

O PEIEX é um programa de grande potencial para promover uma mudança estrutural na internacionalização de empresas brasileiras lideradas por mulheres. No entanto, para que o programa alcance essa capacidade, é essencial incorporar políticas que atendam às especificidades do empreendedorismo feminino. Isso inclui ações como redes de mentoria voltadas exclusivamente para mulheres, treinamentos especializados que incluam técnicas de negociação internacional e capacitações para o desenvolvimento de habilidades estratégicas, que podem reduzir as barreiras enfrentadas por empresárias na internacionalização. (McKinsey & Company, 2020).

Um estudo conduzido por Terjesen et al. (2016) mostrou que programas de apoio com foco em inclusão de gênero não apenas incentivam a entrada de mulheres em mercados estrangeiros, mas também geram resultados positivos para a economia local e nacional, aumentando a diversidade e promovendo a sustentabilidade. Programas de mentoria específicos para empresárias exportadoras, como o programa da Apex - Mulheres e negócios internacionais - funcionam como um catalisador para a inclusão de mais mulheres no comércio internacional. Essas mentorias são especialmente úteis para empresárias com experiência limitada em mercados estrangeiros, proporcionando orientação sobre regulação, cultura empresarial e adaptação de produtos.

A criação de linhas de crédito voltadas exclusivamente para mulheres no âmbito do PEIEX, em parceria com instituições financeiras nacionais e internacionais, também poderia ser um diferencial importante. Esse tipo de incentivo ajudaria a corrigir a falta de acesso ao capital, uma das maiores barreiras enfrentadas pelas mulheres empreendedoras. Além disso, a criação de cursos focados em negociação, análise de risco e marketing internacional com perspectiva de gênero contribuiria para que as empresárias se sentissem mais preparadas e seguras para expandir seus negócios, além das fronteiras brasileiras. (Stevenson, 2010).

A experiência de outros países pode fornecer diretrizes para aprimorar o PEIEX. No Canadá, o programa “Women’s Enterprise Initiative” oferece suporte financeiro, capacitação e redes de contato específicas para empresárias, resultando em uma significativa ampliação da presença de mulheres no comércio exterior. (International Trade Centre, 2021). Esse programa se tornou um modelo de inclusão, pois percebeu que a participação feminina não apenas equilibra o mercado, mas também traz benefícios econômicos, promovendo a sustentabilidade e o desenvolvimento local.

Outro exemplo é o programa “SheTrades” do International Trade Centre, que visa conectar empresárias a mercados internacionais, oferecendo treinamento em habilidades de exportação e promovendo oportunidades de networking global. Essa iniciativa já ajudou milhares de empresárias a expandir suas operações para o exterior, provando que, com apoio direcionado, a inclusão de gênero no comércio internacional é viável e economicamente vantajosa.

É evidente que as empresárias enfrentam barreiras significativas no processo de internacionalização, que vão desde o acesso restrito ao capital até limitações em redes de contato e preconceitos culturais. O PEIEX tem potencial para se tornar uma ferramenta essencial para mitigar essas disparidades, desde que implemente políticas voltadas especificamente para a inclusão de gênero. A adoção de práticas como mentorias, linhas de crédito específicas e treinamentos com foco em gênero não apenas ampliará as oportunidades para as empresárias, mas também, contribuirá para um mercado de exportação mais justo e inclusivo, gerando impactos sociais e econômicos positivos para o Brasil.

Referências

Brush, C. G., Carter, N. M., Gatewood, E., Greene, P. G., & Hart, M. M. (2009). *Diana: A symbol of women entrepreneurs’ hunt for knowledge, money, and the rewards of entrepreneurship*. *Small Business Economics*, 32(2), 117-129.

Coleman, S., & Robb, A. (2016). *The next wave: Financing women’s growth-oriented firms*. Stanford University Press.

International Trade Centre. (2021). *Empowering women entrepreneurs through export development*. ITC.

McKinsey & Company. (2020). *Women in the Workplace 2020*. McKinsey & Company. SEBRAE. (2022). *Mulheres Empreendedoras: Análise e Panorama no Brasil*. SEBRAE. Stevenson, H. H. (2010). *The Heart of Entrepreneurship*. Harvard Business Review Press. Terjesen, S., Bosma, N., & Stam, E. (2016). *Advancing Public Policies for High-Growth, Female, and Social Entrepreneurs*. *Small Business Economics*, 47(2), 433-462.

World Bank. (2019). *Women's Economic Empowerment in Global Markets*. World Bank Publications.

ENSAIO 2

Um olhar sobre a questão de gênero em relação às empresas participantes do PEIEX e do Programa *Design Export*

Ana Brum; Gabriel Tadeu Antunes Machado

As exportações fazem parte da estratégia econômica de muitos países e a competitividade tem no *superávit* de sua balança comercial uma de suas principais métricas. Alcançar este *superávit* depende centralmente do valor agregado dos produtos e serviços produzidos no país, sendo o *Design* um dos instrumentos para se ampliar este valor. O *Design* é a capacidade de consolidar o *know-how* e gerar valor como estratégia global de produtos e de marcas. (MOZOTA et al., 2011). Conforme Martins e Merino (2011, p.12) “o... mercado mundial tem evidenciado, cada vez mais, a necessidade do emprego do *design*” (MARTINS e MERINO, 2011, p.12). As oportunidades de negócios associadas às exportações demandam das empresas brasileiras uma busca constante pela maior competitividade e maior efetividade das várias funções organizacionais, como a Gestão do *Design*. Segundo Best (2012), o termo Gestão do *Design* refere-se ao gerenciamento bem-sucedido de pessoas, processos e procedimentos que estão por trás da criação dos produtos, serviços e experiências. Neste contexto, a melhor compreensão sobre o potencial da colaboração no *design* pode culminar no alcance de soluções mais eficientes (HEEMANN et al., 2010), além de processos de desenvolvimento mais eficazes. Este trabalho permeia a questão de gênero quando do incentivo às exportações brasileiras por meio de dois programas realizados pela ApexBrasil: o *Design Export* e o PEIEX.

Realizado pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) em parceria com o Centro Brasil *Design* (CBD), o ***Design Export*** (DEX) é um programa que apoia empresas brasileiras que querem ganhar participação no mercado internacional por meio de produtos, serviços e embalagens com *design*. Os empresários recebem consultorias, capacitações e apoio financeiro e técnico à gestão do processo contribuindo para diminuir os riscos de lançamento da inovação no mercado. A iniciativa possui escalonamento inédito no Brasil, e desde 2012 já apoiou 429 empresas em quatro edições. O processo identifica e apoia em-

-presas com perfil para o empreendedorismo inovador; fortalece a cultura organizacional de inovação, design e exportação; promove a conexão de empresas, designers e fornecedores para a inovação; fortalece a Rede de Inovação e expertise em Design, além de criar cases exemplares de empresas brasileiras com foco nas exportações. Utilizando a inteligência competitiva, a ApexBrasil através de estratégias e ações proativas, promove a conexão e a colaboração entre os stakeholders envolvidos.

Sinergia para ampliação dos impactos das exportações e percepções sobre gênero

O DEX operou em sinergia com outras estratégias da ApexBrasil, resultando em mais empresas qualificadas e focadas no mercado externo. Ao longo de mais de 10 anos, o DEX teve sinergia com o **PEIEX - Programa de Qualificação para Exportação** que é também oferecido pela ApexBrasil para que as empresas iniciem o processo de exportação de forma planejada e segura, implementado em todas as regiões do país. Desta forma, profissionais especialistas em comércio exterior orientam os empresários nos caminhos mais adequados para o mercado externo. Ao longo de 20 anos, o PEIEX já oportunizou qualificação para mais de 27.000 empresas brasileiras – contabilizando o seu nascedouro no Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio e sua posterior assunção pela ApexBrasil.

Na última edição do DEX (2023), foi possível analisar algumas relações das empresas participantes em relação à sinergia com ações da ApexBrasil, liderança feminina, localização geográfica, segmento de atuação, porte e maturidade exportadora. Das 212 empresas inscritas por meio de um edital público para o primeiro ciclo, 110 já haviam participado do PEIEX, totalizando 52,40%. Deste universo de 212 empresas inscritas, 80 eram lideradas por mulheres, representando 38% do total. Porém, quando se faz a triangulação dos dados, apenas 44 se caracterizam como inscritas no DEX IV, participante do PEIEX e lideradas por mulheres. A partir do universo das 44 empresas sobressaem algumas características da liderança feminina.

Em relação ao porte, as instituições lideradas por mulheres representam 89% entre micro e pequenas empresas, restando 9% de empresas de médio porte e apenas 2% por grandes empresas.

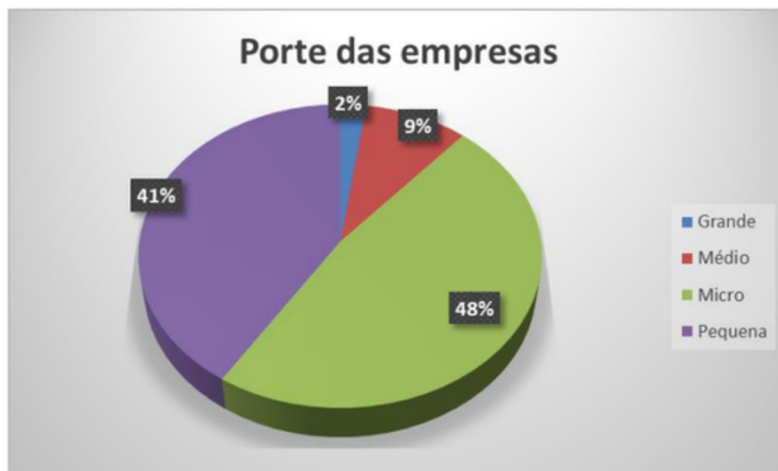


Gráfico 1 - Porte das empresas participantes no Design Export IV, PEIEX lideradas por mulheres.
Fonte: os autores (2024)

Com relação à localização geográfica, as 44 empresas estão em 13 estados brasileiros: BA, DF, ES, MG, PA, PB, PI, PR, RJ, RO, RS, SC e SP. Há destaque para a localização no estado de SP com 15 empresas, RS com 7, MG com 5 e PR e SC com 4 empresas cada. As empresas afirmam que 34% exportam seus produtos e 66% ainda não. Vê-se que boa parte (35 das 44, correspondente a 79,5%) se concentram no que Santos (2001) denominou de Região Concentrada, o que mostra que ainda há maiores dificuldades para o empreendedorismo feminino que utilizem o design nas outras regiões do país, em parte explicado pela formação econômica brasileira e em parte explicado pela necessidade de se fazer chegar os programas a essas outras regiões.



Figura 1 - Região Concentrada. Fonte: SANTOS e SILVEIRA (2001).

Com o crescimento de lares chefiados por mulheres, de acordo com o Censo de 2022 conduzido pelo IBGE, é possível que haja um aumento do empreendedorismo feminino, que deverá ser nutrido com soluções de estruturação empresarial voltadas ao mercado interno e preparação e qualificação empresarial para o mercado externo, este tema a cargo de instituições como a ApexBrasil e o Centro Brasil Design. Por fim, a categorização das empresas em relação ao setor produtivo, apresentam o seguinte cenário que pode ser observado no Gráfico 2.



Gráfico 2 - Setores produtivos das empresas participantes no DEX IV, PEIEX e lideradas por mulheres. Fonte: os autores (2024)

A partir dos dados coletados e apresentados, é possível fazer uma reflexão sobre o comportamento do empreendedorismo feminino no contexto da colaboração entre dois programas DEX e PEIEX executados pela ApexBrasil. As mulheres empreendedoras que buscam exportar seus produtos são empresas de micro e pequeno porte. A maior participação destas empresas é visível, evidenciando a demanda por design, inovação e qualificação para tornar esses negócios mais competitivos no mercado internacional. As empresas estão localizadas predominantemente na região Sudeste e atuam nos segmentos de Alimentos e Bebidas e Agronegócios, Higiene e Cosméticos, Moda e Artesanato. As contribuições que podem ser aplicadas e voltadas à ampliação dos impactos das exportações no empreendedorismo feminino podem se pautar nesta estratificação, aproveitando a expertise das empresas em suas vocações e seus aprendizados em relação à jornada de exportação.

Referências

BEST, Kathryn. **Fundamentos de Gestão de Design**. Porto Alegre: Editora Bookman, 2012.

HEEMANN, Adriano; LIMA, Patrícia J. V.; CORRÊA, Jeandrey S. **Fundamentos para o alcance da colaboração em design**. Estudos em Design, v18, n.2, p1338-1349, 2010.

MARTINS. F.F.R.; MERINO.D.A.E. **A gestão de Design como Estratégia Organizacional**. Ed. EDUEL. Londrina. 2011

MOZOTA, B. B.; KLOPSH, C.; COSTA, F. C. X. **Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SANTOS, M. e SILVEIRA, M. O Brasil. **Território e sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

ENSAIO 3

Análise dos esforços das empresas participantes do PEIEX e o desenvolvimento do *mindset* para exportação

Núcleo PEIEX - Itajaí

Angélica Passold Terebinto Ribeiro; Silvana Zietz Alves dos Santos

As trocas comerciais entre países acontecem há séculos por necessidades ambientais, tecnológicas e relacionais. A exportação é caracterizada pela saída de bens ou serviços para o exterior, produzidos no próprio país ou em terceiro, como troca comercial, a fim de satisfazer interesse ou necessidade do importador. (Keedi, 2006).

Alguns autores defendem que a sustentabilidade de um negócio pode ser adquirida pela expansão internacional. Minervini (2001) aponta que a empresa que pode exportar é aquela que avaliou sua capacidade de internacionalização e entende que se trata de critério da melhoria em sua competitividade.

Para que as empresas se sintam encorajadas e preparadas para exportar é de suma importância o incentivo público proveniente de instituições facilitadoras que realizem a aproximação de parceiros e que especialmente para empresas de pequeno e médio porte a internacionalização provoca a qualificação das mesmas, possibilitando a transferência de tecnologias e criação de valor através da evolução das capacidades e estímulo à inovação. (Azambuja; Guimarães, 2018).

No Brasil, dentre os programas de incentivo à exportação, a ApexBrasil tem lugar de destaque no cenário nacional. Sob sua liderança, o PEIEX qualifica empresas de forma segura e planejada, para exportarem seus produtos.

Em 2021, a Univali arrematou o chamamento para a região do Vale do Itajaí e Planalto Norte, em Santa Catarina. Assim foi determinada a instalação do Núcleo Operacional Itajaí e Joinville, composto por 9 técnicos, 4 apoios, 1 monitor e 1 coordenador. O programa qualificou 227 empresas: 211 de bens e 16 de serviços. (Relatório Peiex, 2024).

Algumas empresas obtiveram sucesso e realizaram uma ou mais exportações. Outras não realizaram na prática o que foi sugerido pelos técnicos. Então é neces-

-sário investigar a forma como um programa de incentivo age em uma empresa, seus proprietários e colaboradores. Pimenta (2018) defende que a internacionalização é uma forma de crescimento não apenas para a empresa, bem como para o empresário, pois gera desafios não apenas no sentido geográfico, mas também no crescimento do pensamento e do *mindset*.

Dweck (2017) aborda o *mindset* como a crença sobre si mesmo, que permeia nossas vidas, nos orienta e produz efeitos profundos sobre nossas realizações e potenciais. Dito isso a conexão entre a propensão à exportação e os tipos de *mindset* que permeiam as características apontadas por autores que abordam esses tópicos nas suas diferentes áreas de atuação: Ferri (2024) afirma que o andamento da resiliência passa pelo desenvolvimento de um *mindset* de crescimento, Dweck (2017) afirma que o *mindset* de crescimento possibilita os indivíduos converter as adversidades em sucesso futuro com criatividade e perseverança.

O PEIEX possui uma metodologia, constituída por etapas do processo de orientação das empresas participantes. São utilizadas ementas da metodologia, com assuntos que abordam as disciplinas ligadas ao comércio internacional e sistemática prática de exportação.

Nesse contexto, o presente artigo busca analisar os esforços de empresas atendidas pelo Peiex - Núcleo Operacional Itajaí, que obtiveram sucesso ou não em suas primeiras incursões pelo comércio internacional.

Foi aplicada uma pesquisa quantitativa para identificar os esforços priorizados pelas empresas e qualitativa para analisar essa conexão de esforços e disseminação da cultura exportadora. A amostra utilizada na pesquisa foi de 211 empresas produtoras de bens.

O instrumento de pesquisa foi um formulário elaborado na plataforma Office Forms e enviado por e-mail aos empresários. O formulário contendo 30 questões objetivas e 1 questão subjetiva foi respondido por 36 empresários.

Os resultados das 30 questões apresentaram que 26 empresas realizaram análise vocacional do produto. Para análise de mercado, 19 empresas utilizaram a plataforma Brasil Exportação, 14 utilizaram o Comex Stat e 13 Trade Map. Com isso, 19 empresários disseram que sentiram dificuldade em identificar novos mercados.

As empresas ainda demonstram dificuldades no reconhecimento e captação de clientes no exterior, mas se dizem preparadas perante as possíveis tratativas com

clientes internacionais. Destas, 30 empresas optaram por não contratar novos colaboradores para negociações internacionais.

A pesquisa aponta que 28 empresas já incluíram a exportação no seu planejamento estratégico e 23 já contataram a contabilidade para habilitar o radar.

A tradução do *website* e o catálogo de produtos em outros idiomas são as primeiras sugestões feitas pelos técnicos aos empresários. As respostas apontam que 15 e 12 empresas, respectivamente, não cumpriram com tal apontamento.

Sobre adaptações, 13 empresas não modificaram suas embalagens e 19 não adaptaram seu produto. Apesar disso, 61% (23) já exportaram e 36% (14) estão exportando. Isso confirma que os esforços apontados pelo programa surtem efeito quando as empresas os colocam em prática.

A pesquisa revelou que 18 empresários foram capazes de produzir a invoice e a NF-e, mas que quando encontraram dificuldade, buscaram suporte em parceiros como despachante (5) e *trading* (5).

Sobre *Incoterms*, incentivos fiscais, formação de preço e cumprimento regulatório, as respostas demonstram que as empresas apresentam dificuldades. Bem como lidar com as diferenças culturais de outros países e sobre o recebimento de dinheiro do exterior.

Sobre o fluxo de caixa para exportação, 23 respostas negativas apontam que a maioria das empresas ainda não adequou seu planejamento e afirmam que a internacionalização ainda não causa impacto financeiro na organização.

Em relação ao PEIEX, 32 empresas disseram que o programa foi capaz de girar a chave para exportação/expansão internacional e 34 responderam que cultura exportadora foi disseminada na empresa com a ajuda do técnico do programa. E 30 empresas responderam que reconhecem na organização um líder ou gerente com pensamento global.

Conclui-se que se conectam as tarefas da metodologia aos esforços e a propensão à exportação das empresas, e que quando alguns esforços são priorizados o resultado positivo é uma consequência.

A última pergunta era aberta possibilitando ao empresário descrever as mudanças que o programa proporcionou. Foram 5 respostas positivas e 19 negativas. Destas 19, os empresários mencionaram que o programa é excelente, mas que a empresa não conseguiu colocar em prática.

Referências

DWECK, Carol S. *Mindset: a nova psicologia do sucesso*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2017.

FERRI, Alessandra. Mudança de *mindset*: como transformar as atitudes mentais para o alcance do sucesso. *Revista Tópicos*, [s. l.], v. 2, n. 7, 2024. Disponível em: <https://revistatopicos.com.br/artigos/mudanca-de-mindset-como-transformar-as-atitudes-mentais-para-o-alcance-do-sucesso>. Acesso em: 19 maio 2024.

GUIMARÃES, Sonia Karam, AZAMBUJA, Lucas Rodrigues. Internacionalização de micro, pequenas e médias empresas inovadoras no Brasil: desafios do novo paradigma de desenvolvimento. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, [s. l.], v. 33, n. 97, p. 1-20, 2018. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10758879008>. Acesso em: 29 mar. 2024.

KEEDI, Samir. *ABC do comércio exterior: abrindo as primeiras páginas*. 2. ed. São Paulo: Aduaneiras Informação Sem Fronteiras, 2006.

MINERVINI, Nicola. *O exportador*. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 2001.

PIMENTA, Marcelo. *Mindset fixo e de crescimento: você já pensou em internacionalizar sua empresa?* 2018. Disponível em: <http://negociosglobais.provisorio.ws/category/artigos/>. Acesso em: 20 set. 2023.

UNIVALI; APEX-BRASIL. Relatório de prestação de contas do convênio entre a UNIVALI e a APEX-BRASIL: Núcleo Operacional de Itajaí. Fevereiro de 2023.

ENSAIO 4

Mulheres na exportação: O caso Cheiro Brasil

Antonio Carlos Ferreira

Este artigo tem como objetivo apresentar o caso da empresa Cheiro Brasil no contexto do comércio exterior brasileiro e destacar a importância de se reconhecer, valorizar e estimular iniciativas como essa que contribuem para a ampliação e diversificação das exportações brasileiras sob diversos aspectos. As fontes utilizadas são estudos e relatórios recentes sobre comércio exterior brasileiros em geral e sobre a participação das mulheres no empreendedorismo e no comércio exterior, além de notícias da mídia.

Segundo a publicação Perfil das Firms Exportadoras Brasileiras, com base em dados de 2020, menos de 1% das firmas nacionais exportaram produtos e mais da metade delas estava concentrada nos Estados de São Paulo e Rio Grande do Sul. Além disso, 61% das exportadoras enviaram seus produtos para países da América Latina.

No que se refere a gênero, apenas 14% das empresas exportadoras brasileiras têm predominância de mulheres dentre os sócios, conforme o estudo Mulheres no Comércio Exterior.

A empresa Cheiro Brasil Natural e Artesanal é liderada por duas mulheres e define sua linha de produtos como sendo cosméticos e produtos naturais de alta qualidade, acessíveis e produzidos com fórmulas simples e originais de modo artesanal a partir da economia circular, utilizando matérias-primas orgânicas e veganas.

A Cheiro Brasil tem sede no município Balneário Camboriú/SC, que aparece na 909ª posição de um total de 2.459 municípios por valor de exportação FOB, no ranking do ComexStat do MDIC. Dados de 2022 do Panorama dos Municípios Brasileiros no Comércio Exterior apontam que o estado de Santa Catarina é o 5º estado da Federação em quantidade de municípios exportadores, atrás de São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Paraná.

Segundo a mesma publicação, em termos de proporção de municípios exportadores, o Estado de Santa Catarina (71,5%) perde para o Espírito Santo (74,4%) e Rio de Janeiro (73,9%). Dentre os 5 países que importam por maior quantidade de municípios estão: Estados Unidos da América, China, Paraguai, Uruguai e Argentina.

A Cheiro Brasil participou do PEIEX e hoje exporta para o Vietnã e Países Baixos, dentre outros, conforme notícia do Portal Pequenas Empresas, Grandes Negócios (PEGN). Ou seja, uma empresa liderada por mulheres, baseada em um município que não está no topo dos *rankings* e exportando para um país (Vietnã) que não é o destino majoritário das exportações brasileiras (19º no *ranking*).

A matéria da PEGN conta que uma das sócias da Cheiro “há 15 anos revendia sabonetes em um quiosque na cidade de Joinville.” Isso, apesar das dificuldades normalmente enfrentadas pelo público feminino empreendedor, conforme o Panorama do Empreendedorismo Feminino no Brasil. Essa mesma publicação afirma que políticas públicas de apoio ao empreendedorismo feminino podem alavancar sobremaneira o atingimento do ODS no 5 – Igualdade de Gênero. Para além do ODS 5, a publicação prevê que “Quando as mulheres empreendedoras rompem as barreiras para gerar empregos, elas podem produzir um número similar de postos de trabalho quando comparadas aos homens.”

O Estado de Santa Catarina foi o primeiro a aderir à Política Nacional da Cultura Exportadora (PNCE) do Governo Federal, ao assinar em 4 de setembro de 2023 o termo de adesão para participar do Comitê Nacional para a Promoção da Cultura Exportadora. Por sua vez, o PEIEX tem presença em diversos municípios daquela UF, o que garante a presença e o apoio da ApexBrasil às empresas locais interessadas em exportar.

Em um município onde os setores produtivos que mais empregam são a administração pública em geral, a construção de edifícios e restaurantes, cases como a Cheiro Brasil podem estimular o surgimento de novas exportadoras, dentre os negócios existentes em Camboriú, notadamente os liderados por mulheres gerando impacto positivo no desenvolvimento regional e na perspectiva de gênero.

Referências

ApexBrasil. (s.d.). Peiex. Fonte: ApexBrasil:
<https://apexbrasil.com.br/br/pt/solucoes/todas-as-solucoes/programa-de-qualificacao-para-exportacao---peiex.html>

Caravela. (2024). *Balneário Camboriú - Info Regional*. Fonte: Caravela: <https://www.caravela.info/regional/balne%C3%A1rio-cambori%C3%BA---sc>

MDIC. (2024). *Panorama do Empreendedorismo Feminino*. Brasília.

MDIC. (s.d.). *Panorama dos Municípios Brasileiros no Comércio Exterior*. Fonte: https://balanca.economia.gov.br/balanca/outras/panorama_municipios_brasileiros_comex.pdf

MDIC Secretaria de Comércio Exterior. (2023). *Perfil das Firms Exportadoras Brasileiras*. Um Panorama. Brasília.

Negócios, P. E. (14 de Agosto de 2024). *Com apoio de programa da ApexBrasil, empresa de biocosméticos de SC passa a exportar para Europa e Ásia*. Fonte: Portal PEGN: <https://revistapegn.globo.com/conteudo-demarca/apexbrasil/noticia/2024/08/com-apoio-de-programa-da-apexbrasilempresa-de-biocosmeticos-de-sc-passa-a-exportar-para-europa-e-asia.ghtml>

SECOM SC. (06 de Setembro de 2023). *Agência de Notícias SECOM SC*. Fonte: SC.GOV.BR: <https://estado.sc.gov.br/noticias/santa-catarina-participa-delancamento-da-politica-nacional-da-cultura-exportadora/>

ENSAIO 5

Impactos do PEIEX no processo de internacionalização e desenvolvimento Regional - Estudo de caso da Sweet Valley - Juazeiro/BA

Núcleo PEIEX - Petrolina/PE

Antonio Cavalcante da Trindade; Dinani Gomes Amorim

1. INTRODUÇÃO

O agronegócio desempenha um papel crucial na economia brasileira, sendo responsável por uma parcela significativa das exportações do país. No entanto, o setor ainda enfrenta desafios consideráveis em termos de internacionalização, especialmente para pequenas e médias empresas. Neste contexto, programas governamentais de apoio à exportação, como o Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), emergem como instrumentos potencialmente transformadores e que visam preparar empresas para o mercado internacional, oferecendo treinamento, consultoria e suporte.

Este estudo propõe examinar o caso da Sweet Valley, uma empresa do setor de fruticultura localizada em Juazeiro/BA, que participou do PEIEX. A análise deste caso oferece uma oportunidade única de avaliar não apenas a eficácia do programa em termos de preparação para exportação, mas também seus impactos mais amplos no desenvolvimento regional e na promoção da equidade de gênero no agronegócio.

Um aspecto particularmente relevante deste caso é a questão de gênero no agronegócio. Historicamente dominado por homens, o setor apresenta desafios adicionais para mulheres empreendedoras. O sucesso da empresária à frente da Sweet Valley foi analisado no contexto dos estudos sobre empreendedorismo feminino no agronegócio brasileiro, como os realizados por Spanevello, Mane e Boscardin (2016).

2. REVISÃO DE LITERATURA

O agronegócio brasileiro tem sido um importante motor de desenvolvimento regional, com impactos significativos na economia local e nacional. Batalha e Silva (2007) oferecem uma visão abrangente do agronegócio brasileiro, discutindo sua evolução, estrutura e desafios. Eles enfatizam a importância da integração da ca-

-deia produtiva para o sucesso do setor.

Já a questão de gênero no agronegócio brasileiro tem ganhado crescente atenção na literatura acadêmica. Spanevello, Mane e Boscardin (2016) examinaram o papel das mulheres na agricultura familiar no Rio Grande do Sul, destacando os desafios e oportunidades enfrentados por mulheres no setor.

Quanto aos programas governamentais, Schmidt e Da Silva (2012) realizaram um estudo abrangente sobre as políticas de apoio à exportação no Brasil, analisando seus impactos e identificando desafios para futuras pesquisas, enquanto, Araujo, Araujo e Junior (2023) examinaram especificamente o impacto do PEIEX na internacionalização de micro e pequenas empresas brasileiras, oferecendo insights valiosos sobre a eficácia do programa.

3. METODOLOGIA

Este estudo adotará uma abordagem qualitativa, utilizando o método de estudo de caso único (Yin, 2015). Foi realizada uma entrevista com questões não estruturadas com a proprietária, Sra, Francilene de Souza Terto no dia 19 de outubro de 2024.

A Sweet Valley foi selecionada como caso de estudo devido à sua participação recente no PEIEX através do núcleo de frutas localizado em Petrolina/PE, e está em tratativa para exportação do principal cultivo – Melão para a Europa.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Foi perguntado quais impactos foram gerados e quanto contribuiu para o desenvolvimento regional: A empresária apresenta que existiu impactos que vão desde a geração de empregos, com aumento do seu quadro de funcionários em 50%, estímulo à economia local, com aumento na demanda por serviços locais e movimentação do comércio e práticas sustentáveis, com adoção de métodos de cultivo mais sustentáveis, com potencial impacto positivo a longo prazo na região.

Quanto a perspectiva de Gênero: a empresária apresentou que o sucesso da empresária à frente da Sweet Valley tem implicações importantes para a perspectiva de gênero no agronegócio, como visibilidade no aumento da participação em eventos e palestras sobre agronegócio, gerando inspiração, pois serve como modelo para outras mulheres e estudantes universitárias.

Foi se perguntado quais os principais desafios que ela enfrentou como mulher empreendedora no agronegócio: O principal desafio tem sido desmistificar a narrativa de que a mulher possui limitações devido ao gênero e suas especificidades. Desde muito cedo meninas são levadas a acreditar que certos am-

-bientes, profissões e práticas são exclusivas ou mais indicadas para o sexo oposto, isso nos leva, durante muito tempo da nossa carreira acadêmica e profissional, a internalizar que cargos em serviços ligados ao meio rural não nos trariam sucesso, satisfação pessoal e profissional, reconhecimento e visibilidade. Porém, a capacidade intelectual, dedicação e a busca constante por informação e conhecimento técnico trouxe a autoconfiança necessária para protagonizar a criação da marca e a consolidação da fazenda como principal referência na cultura do melão, atualmente, no Vale do São Francisco.

Indagada sobre o papel do PEIEX no desenvolvimento da empresa, apresentou que teve acesso a informações pertinente a comércio exterior, classificação fiscal, prospecção e critérios para seleção de mercados, principais fontes de consulta e busca pela internet, noções acerca de acordos comerciais, os principais riscos nas operações, câmbio, financiamentos, importância em participar de eventos de *networking* e essas indicações de pessoas e fornecimento de informações em primeira mão a acerca de eventos internacionais, feiras e rodadas de negócios próximas à nossa localidade, mas de âmbito internacional com contatos importantes para nos manter engajados e visíveis para o público interessado no nosso produto.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A trajetória da Sweet Valley apresenta que programas como o PEIEX podem acelerar o processo de crescimento, oferecendo às empresas conhecimentos e conexões que lhes permitem avançar mais rapidamente nas etapas de internacionalização quanto geração de impactos positivos no desenvolvimento regional na economia local.

O sucesso da empresária oferece um contraponto importante à tradicional dominância masculina no setor do agronegócio e pode servir como inspiração e modelo para outras mulheres empreendedoras, contribuindo para a discussão sobre equidade de gênero no setor.

O PEIEX tem impacto significativo no desenvolvimento de empresas do agronegócio, sendo essencial manter e expandir tais iniciativas, principalmente nas de empresas lideradas por mulheres e àquelas localizadas em regiões em desenvolvimento.

Concluimos que o caso da Sweet Valley ilustra o potencial transformador de programas como o PEIEX, não apenas em termos de internacionalização, mas também de desenvolvimento regional, equidade de gênero.

Referências

APEX-BRASIL. Programa de Qualificação para Exportação - PEIEX. Brasília: Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, 2021. APEX-BRASIL. Programa de Qualificação para Exportação - PEIEX. Brasília: Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, 2021.

Araujo, L. B. M.; Araujo, M. D. Junior, J. F. C. Barreiras à internacionalização de pequenas e médias empresas atendidas pelo programa de qualificação para exportação (PEIEX). Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 8, n. 2 p. 211-235, mar-abr, 2023

BATALHA, M. O; SILVA, A. L. Gerenciamento de sistemas agroindustriais: definições, especificações, especificidades e correntes metodológicas. In: BATALHA, M. O. (Coord.). Gestão agroindustrial. 3. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2007. p. 1-62.

Yin, R. K. (2018). "Case study research and applications: Design and methods." Sage publications.

SCHMIDT, F. H.; SILVA, J. F. Apoio à exportação: evidências empíricas e desafios para futuras pesquisas. Texto para Discussão Ipea, n. 1785. Brasília, DF: Ipea, 2012

Schneider, S. (2016). "Mulheres rurais e o protagonismo no desenvolvimento rural: um estudo no Brasil e na Argentina." Revista Estudos Feministas, 24(2), 405-423.

Spanevello, R. M., Mane, A., & Boscardin, M. (2016). "Mulheres na agricultura familiar do Rio Grande do Sul." Revista Latinoamericana de Estudios Rurales, 1(2), 137-160.

ENSAIO 6

Impactos da internacionalização das empresas qualificadas pelo PEIEX no desenvolvimento regional e na perspectiva de gênero

Núcleo PEIEX - Sorocaba

João Batista Neroni Júnior

1. Introdução

A internacionalização de empresas brasileiras têm ganhado destaque nos últimos anos, especialmente por meio de iniciativas como o Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), desenvolvido pela ApexBrasil. Esse programa tem como objetivo preparar empresas para enfrentar os desafios da exportação, ampliando o número de negócios competitivos no mercado global, demonstrando que o apoio de programas de qualificação são motores propulsores para as PMEs interessadas em internacionalizar-se. (Machado, Bischoff, 2023). Contudo, além do crescimento econômico e do desenvolvimento regional que a internacionalização pode gerar, é crucial analisar o papel desse processo sob a ótica da inclusão de gênero, especialmente no que diz respeito à promoção de empresas lideradas por mulheres.

2. Internacionalização como Motor do Desenvolvimento Regional

A internacionalização de empresas tem sido amplamente reconhecida como um catalisador para o desenvolvimento regional. Empresas que expandem suas operações para mercados internacionais contribuem para o aumento da geração de emprego, o aprimoramento tecnológico e o fortalecimento da competitividade local. De acordo com estudos de Faria *et al* (2022), a internacionalização gera um efeito multiplicador nas economias regionais, impulsionando a inovação e diversificando as atividades produtivas.

O PEIEX, ao preparar empresas para exportar, cumpre um papel essencial na promoção do desenvolvimento regional. Dados da ApexBrasil mostram que, até 2023, mais de 25.000 empresas foram qualificadas pelo programa, com destaque para setores como o agronegócio, a indústria de transformação e serviços tecnológicos. (ApexBrasil, 2022). Ao se internacionalizarem, essas empresas passaram a movimentar cadeias produtivas locais, fortalecendo ecossistemas de i-

-novação e gerando valor para suas respectivas regiões. (Dornellas, Carneiro, 2018).

Além disso, a exportação contribui diretamente para o aumento da renda e a melhoria da infraestrutura local. Empresas exportadoras tendem a investir mais em capacitação de seus funcionários e a adotar tecnologias que impulsionam a produtividade. Isso cria um círculo virtuoso no qual o desenvolvimento regional está diretamente ligado à capacidade de inserção das empresas nos mercados globais.

3. Perspectiva de Gênero e a Internacionalização

A inclusão de mulheres no processo de internacionalização é um tema central para o desenvolvimento sustentável. Estudos revelam que empresas lideradas por mulheres enfrentam desafios específicos, como menor acesso a financiamento e redes de contatos, o que dificulta a entrada em mercados internacionais. (Carter, Shaw, 2006; Garg, Agarwal, 2017). Nesse sentido, o papel de iniciativas como o PEIEX e o apoio da ApexBrasil se mostra crucial na promoção da igualdade de gênero no ambiente empresarial.

A ApexBrasil tem desenvolvido ações específicas para incentivar a participação feminina no comércio exterior, com foco no crescimento das empresas lideradas por mulheres. O programa "Mulheres e Negócios Internacionais", lançado em 2023, vem se unir à plataforma "Mulheres na Exportação", lançada em 2016, visando fortalecer as competências dessas empreendedoras, oferecendo capacitação e *networking* direcionado. Segundo dados da ApexBrasil, mais de 2.000 empresas lideradas por mulheres participaram destes programas desde sua criação, resultando em um aumento de 15% no número de negócios femininos com atuação internacional. (ApexBrasil, 2023).

Um exemplo prático desse impacto pode ser observado na região Nordeste, onde várias empresas do setor de confecção e artesanato lideradas por mulheres têm se internacionalizado com sucesso. A exportação desses produtos não só promove o crescimento dessas empresas como também fomenta o desenvolvimento de comunidades inteiras, gerando empregos para outras mulheres e fortalecendo a economia local. Segundo dados do SEBRAE (2022), empresas femininas têm contribuído significativamente para a diversificação das exportações nordestinas, com crescimento de 12% na última década.

4. Desafios e Oportunidades

Apesar dos avanços promovidos por iniciativas como o PEIEX, há desafios substanciais para a plena inclusão de mulheres no comércio exterior. O Relatório

Global de Empreendedorismo Feminino (GEM, 2023) destaca que as mulheres, ainda, enfrentam barreiras culturais e estruturais que limitam sua participação em mercados globais. No Brasil, essas dificuldades são acentuadas pela falta de políticas públicas eficazes que abordem as desigualdades de gênero no ambiente empresarial.

Contudo, há oportunidades significativas que podem ser exploradas. A tendência global por uma maior diversidade nas lideranças empresariais e a pressão por práticas ESG (*Environmental, Social, and Governance*) favorecem a criação de políticas e mecanismos que ampliam o acesso de mulheres ao mercado internacional. Em 2022, 38% das empresas exportadoras apoiadas pela ApexBrasil integraram alguma prática de sustentabilidade ou inclusão de gênero em suas estratégias de negócios, mostrando um alinhamento crescente com demandas internacionais por responsabilidade social. (ApexBrasil, 2023).

Além disso, o crescimento de "*startups* de impacto" lideradas por mulheres está ajudando a redefinir o perfil do empreendedor brasileiro que busca internacionalização. De acordo com a Associação Brasileira de *Startups* (ABStartups), as mulheres já representam 15% das lideranças de *startups* voltadas para mercados internacionais, especialmente nos setores de tecnologia da informação e economia criativa. (ABStartups, 2022).

5. Impacto no Empoderamento Feminino e no Desenvolvimento Sustentável

A internacionalização de empresas lideradas por mulheres têm impactos diretos não apenas no desenvolvimento econômico, mas também no social e ambiental. Empresas com liderança feminina tendem a ter uma gestão mais inclusiva e voltada para o impacto social, o que se reflete em maior diversidade na contratação e na adoção de práticas mais sustentáveis. Estudos mostram que empresas lideradas por mulheres têm 30% mais probabilidade de adotar práticas de sustentabilidade. (McKinsey, 2024).

Esse impacto é amplificado em regiões menos desenvolvidas, onde as mulheres, ao liderarem negócios exportadores, tornam-se figuras centrais na transformação social e econômica de suas comunidades. No Brasil, isso é visível em estados como o Ceará e o Pará, onde empresas exportadoras femininas têm gerado não apenas crescimento econômico, mas também maior inclusão de mulheres no mercado de trabalho.

6. Conclusão

O impacto da internacionalização das empresas qualificadas pelo PEIEX no desen-

-volvimento regional e na promoção da igualdade de gênero é significativo. Ao capacitarem empresas lideradas por mulheres para exportar, programas como o PEIEX e iniciativas da ApexBrasil contribuem não só para o crescimento econômico, mas também para a transformação social de diversas regiões brasileiras. No entanto, ainda há desafios a serem superados, como o fortalecimento de políticas públicas que facilitem o acesso de mulheres a mercados internacionais e a eliminação de barreiras estruturais que perpetuam a desigualdade de gênero.

Referências

ABStartups. **Guia de Promoção de Diversidade para Startups**. 2022. Disponível em <<https://abstartups.com.br/wp-content/uploads/2024/01/Mapeamento-Retailtech.pdf>>, acesso em 22 de outubro de 2024.

ApexBrasil. **Relatório Anual de Exportação 2023**. Disponível em <<https://apexbrasil.com.br/content/dam/apexbrasil/arquivos/transparencia/programas,-projetos-e-a%C3%A7%C3%B5es/Relat%C3%B3rio%20de%20Gest%C3%A3o%20ApexBrasil%202023.pdf>>, acesso em 20 de outubro de 2024

ApexBrasil. **Vitrine PEIEX, 2022**. Disponível em <https://click.apexbrasil.com.br/Comunicacao/catalogo_vitrine_peiex.pdf>, acesso em 27 de outubro de 2024.

CARTER, Sara L.; SHAW, Eleanor. **Women's business ownership: Recent research and policy developments**. 2006.

DORNELAS, Bettysa Ferreira; CARNEIRO, Jorge Manoel Teixeira. A multi-perspective examination of export promotion programs: the case of peiex by APEX-Brasil. **Revista Ibero Americana de Estratégia**, v. 17, n. 2, p. 50-61, 2018.

FARIA, Rodrigo Braga; DOS SANTOS PORTUGAL, Nilton; GUEDES, Luiz Carlos Vieira. Desafios na exportação. **Interação-Revista de Ensino, Pesquisa e Extensão**, v. 24, n. 1, p. 47-58, 2022.

GARG, Sonu; AGARWAL, Parul. Problems and prospects of woman entrepreneurship—a review of literature. **IOSR Journal of Business and Management**, v. 19, n. 1, p. 55-60, 2017. GEM. **Relatório Global de Empreendedorismo Feminino**. 2023. Disponível em <<https://agenciasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/04/Apresentacao-PPT-GEM-BR-2023-FINAL-V3-3.pdf>>, acesso em 21 de outubro de 2024.

MACHADO, Marcelo André; BISCHOFF, Viviane. The use and knowledge of export promotion programs in the early internationalization of Brazilian SMEs. **International Journal of Emerging Markets**, v. 18, n. 9, p. 2954-2970, 2023.

McKinsey. **Women in the Workplace, 2024: Inclusion and Sustainability**. Disponível em < [https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/women-in-the-workplace#/>](https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/women-in-the-workplace#/), acesso em 22 de outubro de 2024.

SEBRAE. **Relatório de Impacto Social das Micro e Pequenas Empresas**. 2022. Disponível em:
<https://apilai.sebrae.com.br/ArquivosPortalLai/Nacional/Presta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Contas/Relat%C3%B3rio%20de%20Gest%C3%A3o_Sebrae%20Nacional_2022.pdf>
acesso em 19 de outubro de 2024.

ENSAIO 7

Oportunidade de exportação de vestuário derivados da economia criativa do DF como método para empoderamento de mulheres periféricas

José Luis Costa Neto

A participação das mulheres no mercado de trabalho brasileiro se deu notavelmente durante o século XX de modo paulatino. Movimentos de industrialização pelo qual passava o Brasil e a modernização do pensamento da sociedade influenciaram tal mudança (RIBEIRO, JESUS, 2016, p.44) que objetivava, a princípio, complementar a renda das famílias. A evolução desse processo, no entanto, foi às custas de discrepâncias salariais exacerbadas e desprezo contínuo contra mulheres, evidenciando-se num salário reduzido em 17%, em média, a elas quando comparado com os homens.

Apesar do histórico resultado financeiro decepcionante, a inserção das mulheres no mercado de trabalho empoderou-as, favorecendo suas participações nas discussões políticas por meio de movimentos sociais e elevou as suas autonomias profissionais. (Luz, Fuchina, 2009). Desse modo, hodiernamente percebe-se uma crescente participação das mulheres no mercado de trabalho, com destaque às 32 milhões de mulheres empreendedoras no Brasil, posicionando o país como o 7º no *ranking* de países com mais empreendedoras de todo o mundo.

Assim, o presente ensaio delimita sua análise aos negócios voltado à produção de vestuários derivados da economia criativa, compreendendo tal como uma série de atividades desenvolvidas a partir da criatividade e conhecimentos advindos da cultura, gerenciados por mulheres periféricas do Distrito Federal, mostrando suas dificuldades de desenvolvimento, bem como a oportunidade existente de qualificação destas empresas para o Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), com vista a ampliar o bem-estar social da região e o empoderamento das mulheres na sociedade e permiti-las maiores autonomia.

O segmento de empreendimentos da economia criativa no Distrito Federal já recebe apoio do governo local para o desenvolvimento inicial do setor. Desde 2019, mais de R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões) foram investidos em projetos focados na produção de moda, permitindo o início de atividades por mulheres periféricas que

não possuíam o amparo para iniciar os seus projetos. Mais de 70% dos beneficiados do programa foram pessoas vindas da periferia, principalmente das cidades de Taguatinga e Ceilândia.

Os investimentos estatais no setor de moda da economia criativa se justificam e coadunam com os números de empresas exportadoras do Distrito Federal que, de acordo com análise do Sebrae, possui 67,7% das empresas registradas na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) como voltadas à produção de confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas. Além disso, os valores gerados a partir da exportação desses produtos do Distrito Federal tiveram um aumento de 8.961% de 2000 a 2023. Foram de US\$ 14.181,00 (quatorze mil e cento e oitenta e um dólares) para US\$ 1.270.722,00 (um milhão, duzentos e setenta e setecentos e vinte e dois dólares). Uma dificuldade recente do setor de moda da economia criativa, porém, é observada em números de 2020 a 2023, no qual a exportação apresentou uma desaceleração, apesar do aumento nos valores das vendas ao exterior no período serem de US\$ 1.105.163 (um milhão, cento e cinco mil e cento e sessenta e três dólares) para US\$ 1.270.722 (um milhão, duzentos e setenta mil e setecentos e vinte e dois dólares), ou 1,1%, exigindo das empreendedoras com anseio de exportarem melhores direcionamentos para a redução de riscos.

Além dos investimentos do Governo do Distrito Federal em prol do desenvolvimento das atividades da economia criativa na região, o setor recebe incentivos do Governo Federal que ampliam as oportunidades para a exportação. Aos produtores nacionais que vendem seus produtos para fora do país, são isentos o pagamento do Imposto sobre Produto Industrializado (IPI), Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), Programa de Integração Social (PIS) e Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS), estimulando a produção nacional e aumentando a rentabilidade das vendas ao comércio internacional.

Assim, relacionando os fatos junto a literatura acadêmica da Economia e das Relações Internacionais, o baixo custo de oportunidade, ou seja, os custos frente aos retornos, do setor da moda no Distrito Federal, mostram-se compatíveis e aplicáveis à Teoria das Vantagens Comparativas, desenvolvida pelo economista David Ricardo (1772-1823). A ideia argumenta que as regiões precisam focar no aprimoramento dos setores que dão mais retornos para eles, propiciando um ambiente em que a região torna-se destaque na produção do bem e consiga ampliar o acesso a outros bens feitos em outras regiões e, conseqüentemente, ele-

-var o bem-estar daquela sociedade. (KRUGMAN, OBSTFELD, MELITZ, 2015, p.22).

Nesse contexto, considerando a evolução do setor da moda no Distrito Federal, o PEIEX oferece inúmeras oportunidades para alavancar pequenos empreendimentos locais, como as capacitações oferecidas pelo programa, a análise profissional dos negócios, o auxílio na busca de compradores internacionais, a estruturação dos produtos para conformidade das exigências demandadas pelo público estrangeiro, a planificação da inserção do empreendimento do negócio na cadeia global, além do apoio documental oferecido.

Portanto, apresentado a conjuntura histórica que elevou a participação das mulheres no mercado de trabalho no Brasil, os dados relativos à evolução do setor da confecção da moda no Distrito Federal, bem como a Teoria das Vantagens Comparativas e as benesses do programa da Agência de Promoção à Exportação (APEX), conclui-se que as assistências que podem ser oferecidas às empreendedoras pelo PEIEX são cruciais para evolução do campo da produção de vestuário voltado para exportação, resultando, por fim no método eficaz para o empoderamento das mulheres periféricas residentes da capital do Brasil que trabalham no setor e aumentar o bem-estar social da região.

Referências

APEX-BRASIL. **DF para o mundo: evento de cultura exportadora será oportunidade para as empresas da região entrarem no mercado internacional.**

Disponível em: <https://apexbrasil.com.br/br/pt/conteudo/noticias/DF-para-o-mundo-evento-de-cultura-exportadora-ora-sera-oportunidade-para-as-empresas-da-regiao-entrarem-no-mercado-internacional.html>. Acesso em: 20 out. 2024.

CAVADAS, Ana. **Custa caro fazer exportação?** Disponível em: <https://anacavadascomex.com.br/blog/custa-car-fazer-exportacao/>. Acesso em: 20 out. 2024.

COMEX STAT. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. Brasília. Disponível em: <https://comexstat.mdic.gov.br/pt/municipio/113421>. Acesso em: 20 out. 2024.

KRUGMAN, Paul R.; OBSTFELD, Maurice; MELITZ, Marc J. **Economia Internacional**. 10. ed. São Paulo, SP: Pearson Education, 2015.

LUZ, Alex Faverzanida; FUCHINA, Rosimeri. **Evolução histórica dos direitos da mulher sob a ótica do direito do trabalho**. Anais II Seminário Nacional de Ciência

Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, 2009.

PAZ, da Mayara. **GDF já investiu mais de R\$ 5 milhões em projetos de moda voltados a mulheres da periferia.** Agência Brasília. Brasília. Disponível em: <https://agenciabrasilia.df.gov.br/2024/08/16/gdf-ja-investiu-mais-de-r-5-milhoes-em-projetos-de-moda-voltados-a-mulheres-da-periferia/>. Acesso em: 20 out. 2024.

RIBEIRO, R. M.; de JESUS, R. S. **A inserção da mulher no mercado de trabalho no Brasil.** Revista De Ciências Humanas, 1(1). Recuperado de <https://periodicos.ufv.br/RCH/article/view/1366>.

SEBRAE. **O comércio exterior do Distrito Federal: contexto e oportunidades.** Brasília. Disponível em: https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/DF/Anexos/CARTILHA_RELATORIO.pdf. Acesso em: 20 out. 2024.

ENSAIO 8

PEIEX setorial cacau e chocolate fino: internacionalização de empreendimentos femininos e seu impacto na região sul da Bahia (2022-2024)

Núcleo PEIEX - Ilhéus

Leidiane Alcântara Brandão

A história do cacau na região Sul da Bahia é uma parte essencial da trajetória econômica e cultural do Brasil e do comércio internacional. Introduzido na Bahia no século XVIII, às sombras da Mata Atlântica, o cacau prosperou, levando ao ciclo de ouro do cacau. Naquela época, além dos altos volumes demandados pela indústria internacional, havia um enfoque especial na classificação da qualidade das amêndoas, cuja diferenciação refletia diretamente nos preços de mercado. As amêndoas brasileiras de qualidade superior, comparáveis à atual definição de cacau fino, eram classificadas como Cacau Bahia Superior, (FERREIRA, 2019). Este tipo de cacau era mais valorizado, garantindo pagamentos mais elevados em comparação ao cacau convencional no mercado externo.

O ciclo do cacau entrou em uma prolongada recessão após o final da década de 1980, devido, entre outros fatores, à disseminação da doença conhecida como vassoura-de-bruxa a preços relativamente baixos no mercado internacional e concorrência de novos países produtores. A situação desfavorável da cacauicultura, agravada pela queda na produtividade das propriedades rurais, transformou significativamente a dinâmica econômica regional.

A partir de 2010, um novo cenário emergiu, oferecendo um caminho alternativo para a produção e reputação do cacau brasileiro. Esse foco concentrou-se no beneficiamento do cacau para alcançar uma qualidade superior, destinada ao mercado de nicho do chocolate fino, em vez da grande indústria chocolateira. Um marco importante dessa nova fase foi a premiação do produtor João Dias Tavares Bisneto, de Uruçuca, no Sul da Bahia. Em 2010, ele venceu a etapa final do renomado concurso internacional Salão do Chocolate de Paris, sendo reconhecido como o melhor da América do Sul, um evento que visa escolher os melhores cacaos finos do mundo. (SANTOS, SANTOS, & SANTOS, 2019).

Desde então, os investimentos na cacauicultura no Sul da Bahia ganharam novo ânimo, impulsionando novas estratégias de diferenciação, inclusive enaltecendo o

foco em cacau sustentável cultivado em sistema agroflorestal, muito apreciado pelo mercado europeu.

O processamento de cacau fino evoluiu para a fabricação de chocolates finos no Sul da Bahia. Atualmente, a economia regional se destaca tanto pela produção de cacau *commodity*, que abastece as grandes indústrias, quanto pelo cacau fino, que serve de base para o chocolate *bean to bar* e *tree to bar*¹. Isso resultou em um aumento significativo de empreendimentos no setor, agregando valor econômico, cultural e sustentável à cadeia produtiva. O número de empresas *bean to bar* cresceu de 1 em 2004 para 70 em 2018. (MATOS, et al., 2021).

Desde 2014, como profissional atuante nas edições do PEIEX na região, acompanhei a evolução tanto no número de empresas qualificadas para internacionalização, quanto no nível de maturidade das empresas locais. Em 2011, Ilhéus contava apenas com uma loja de chocolate *bean to bar*. Hoje, a cidade e seus municípios vizinhos abrigam dezenas de lojas e centenas de marcas.

A ApexBrasil, contribuindo decisivamente para o setor, lançou em Ilhéus o primeiro núcleo setorial de cacau e chocolate fino do PEIEX. Entre 2022 e 2024, atendemos 25 empreendimentos², nos quais atuei como gestora executiva na função de monitora. Um destaque desse ciclo foi a liderança feminina espontaneamente atraída, refletindo um importante indicador de proeminência. Na 30ª edição do Festival Internacional de Cacau e Chocolate (2023), as mulheres do setorial ganharam visibilidade no stand Mulheres da Terra, com a participação de 12 empresárias do setor, organizado pelo CIN em parceria com a ApexBrasil. Além do stand temático e das marcas próprias, as empresárias participaram de rodadas de negócios, tanto presenciais quanto virtuais, com cinco compradores de 5 países diferentes.

O mercado de cacau fino paga em média de duas a três vezes mais do que o cacau *commodity* (SANTOS, SANTOS, & SANTOS, 2019), destacando a contribuição para a equidade de gênero em oportunidades lucrativas, em um território onde a presença feminina no agronegócio é minoritária. No Território Litoral Sul da Bahia, as mulheres representam 47% da população rural e cerca de 20% dos estabelecimentos rurais têm participação feminina em sua gestão. (CHIAPETTI, J. et al., 2020).

1 "*Bean to bar*" é um modelo de produção de chocolate onde chocolateiros transformam amêndoas fermentadas e secas em chocolates finos, sem subprodutos da indústria. "*Tree to bar*" abrange todo o processo, do plantio do cacau à produção do chocolate, traduzido como 'da árvore à barra'.

2 Empreendimentos com outros subprodutos de cacau não foram contabilizados no PEIEX Agro, pois não demandavam metodologia específica. Eles foram absorvidos pelo PEIEX Multisetorial.

A proeminência feminina entre participantes do PEIEX Agro sediado em Ilhéus abrange, também, pioneirismo e renomadas premiações. A primeira loja de chocolate *bean to bar* da cidade foi fundada em 2011 por uma mulher, participante do PEIEX (2022-2024), que acumula prêmios internacionais, as últimas duas medalhas foram na *Academy of Chocolate Awards 2023*.

Em 2023, o movimento *bean to bar* solidificou o Brasil como uma referência mundial em cacau de qualidade superior. O *International Chocolate Awards*, considerado o “Oscar dos chocolates”, premiou 8 produtores brasileiros na fase final. Desses, 4 foram atendidos pelo setorial de cacau e chocolate em Ilhéus, e 3 dessas marcas, lideradas por mulheres, conquistaram juntas 6 prestigiosas medalhas.

Além do núcleo setorial, Ilhéus sediou simultaneamente o atendimento multisetorial, abrangendo um total de 103 empresas. Destas, 50% possuíam lideranças femininas, e algumas foram selecionadas para participar do Programa Mulheres e Negócios Internacionais.

Esse sucesso é resultado da dedicação de uma cadeia produtiva comprometida em criar formulações cada vez mais precisas, ressaltando a brasilidade dos ingredientes regionais, e contando com uma rede de parceiros institucionais. O PEIEX teve um papel fundamental nesse fomento.

ENSAIO 9

O PEIEX no Cariri paraibano: contribuição ao desenvolvimento regional e do empreendedorismo feminino

Núcleo PEIEX - João Pessoa

Márcia Cristina Silva Paixão; Wandson Rafael dos Santos

Introdução

A Paraíba tem assumido as últimas posições do *ranking* de exportações brasileiras e, historicamente, apresentado pauta de exportação concentrada em poucos produtos (calçados de borracha, açúcar, etanol, fios têxteis, minérios, granito etc.). Por outro lado, dados da ApexBrasil, com base em fontes federais (MDIC/ComexStat, 2020) e estaduais, como o PLADES - Plano de Desenvolvimento Territorial Inteligente e Sustentável (2024), revelam que o estado apresenta uma variedade de oportunidades para exportação ainda pouco ou não exploradas, derivadas de setores diversos da indústria de transformação e do setor de TI e Games.

Adicionalmente, iniciativas de economia solidária na forma de cooperativas e associações têm ampliado a produção paraibana de artesanato e conservas de frutas do Semiárido. Barbosa (2020) destaca que a produção artesanal é predominantemente feminina e tem sido fortalecida por essas organizações, especialmente em grupos de mulheres entre 40 e 60 anos. E, especificamente, no contexto do artesanato da renda renascença, Albuquerque e Menezes (2007) e Oliveira (2022) avaliaram ações estaduais e municipais de incentivo e identificaram o artesanato como fonte relevante de renda complementar.

Já Araújo (2024), apoiada em Silva e Schultz (2017), destaca o papel das associações e cooperativas como instrumentos de inclusão social e econômica de pequenos produtores da agricultura familiar. Em específico, considerando mudanças no consumo observadas no período pós-pandemia como uma oportunidade, defende a internacionalização do Semiárido nordestino brasileiro via exportação, para impulsionar o desenvolvimento regional.

A partir desse cenário, este trabalho tem por objetivo destacar aspectos da produção paraibana de renda renascença por associações de mulheres, a partir de

resultados de pesquisa e da experiência de atendimento de rendeiiras no âmbito da segunda edição do Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX) no estado, em 2021-2023, sob convênio entre a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) e a Fundação de Apoio à Pesquisa da Paraíba (Fapesq-PB), e com apoio técnico de Projeto de Extensão Acadêmica da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), o Probex COMEX UFPB, cujo objetivo é contribuir para o crescimento da cultura exportadora no estado e na Região Nordeste.

Toma-se por fundamentação, além dos trabalhos empíricos já citados, publicação recente da Organização Mundial do Comércio (OMC) em parceria com o Banco Mundial (BM-OMC, 2020), na qual recomenda-se aos países em desenvolvimento ampliar a capacidade de participação da mulher no comércio internacional, seja como empresária, trabalhadora ou consumidora. E, um aspecto que chama a atenção, entre políticas recomendadas, a maioria são não-discriminatórias e não específicas, representando, na prática, uma pré-condição para acesso a oportunidades proporcionadas pelo comércio internacional e outras atividades econômicas: são medidas das áreas de educação, financeira, tecnologia e infraestrutura. (Paixão, 2021). Também, por fundamentação empírica para o caso específico da renda renascença paraibana tem-se os trabalhos de Silva (2022), Santos (2022), Neves (2023), além de pesquisa do Probex COMEX UFPB para o setor de artesanato brasileiro publicada no site do Aprendendo a Exportar Artesanato, do Governo Federal. (Siscomex, 2021).

Trata-se de ensaio com abordagem descritiva e exploratória, combinando-se revisão bibliográfica e coleta de dados publicados em sites do governo ou de veículos jornalísticos locais reconhecidos.

Resultados e discussão

Cruzando-se a informação dos produtos recorrentes na pauta exportadora paraibana com a dos Arranjos Produtivos Locais (APLs) da Paraíba certificados pelo PLADES, dos setores com potencial para exportação avaliados pelo setor de Inteligência da ApexBrasil (ApexBrasil, 2020) e das empresas atendidas pelo Núcleo PEIEX-PB em 2021-2023, podem-se destacar os seguintes setores a serem priorizados pelo estado em ações de fomento da cultura exportadora: TI, móveis, confecções, cachaça, pedras preciosas, conservas de frutas e legumes, outros produtos alimentícios, material plástico, minerais não-metálicos, produtos de lavoura temporária e aquicultura, máquinas e equipamentos, artesanato. (Paixão, 2024).

O setor de artesanato paraibano, em específico, conta com uma diversidade expressiva de tipologias. Entre elas estão peças de madeira, couro, cerâmica, metais, além da arte com tecido, fibras, escamas de peixe, renda de labirinto e renda renascença, estas últimas produzidas, predominantemente, por mulheres agricultoras e de pescadores. O Núcleo Operacional do PEIEX de João Pessoa/Fapesq-PB 2021-2023, a partir de indicação do Probex COMEX UFPB, atendeu a Associação das Rendeiras da Renda Renascença do Cariri Paraibano (Renasci) sediada em Monteiro-PB, o maior município em extensão territorial da Paraíba (IBGE, 2022) e em indicadores de emprego e renda da microrregião do Cariri (IFDM 2016 de 0,4664). (FIRJAN, 2022).

Voltado principalmente para a caprinocultura e a ovinocultura, influência social, econômica e politicamente aquela região, sendo uma expressão disso o Centro de Referência da Renda Renascença e do Artesanato (CRENÇA) instituído pelo governo do estado em 2021, “um local de preservação da renda renascença que reúne as rendeiras e o consórcio do qual participam [...]. É considerado uma vitrine para a comercialização [...], servindo também para a realização de cursos, capacitações e inovações tecnológicas voltadas para o artesanato local”. (Vitrine do Cariri, 2024). Ainda, em 2022, o município recebeu o título de Cidade Mundial da Renda Renascença pelo Conselho Mundial do Artesanato, uma organização filiada à Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO).

Precisamente, a produção da renda renascença no Cariri paraibano está concentrada em cinco municípios, de baixo ou médio desenvolvimento humano (Paixão, 2020), e envolve principalmente mulheres, como revela o Quadro 1. Entretanto, estima-se que existem mais de três mil rendeiras de renascença em toda a região. Nas palavras do Governo do Estado “Essas mulheres continuam resistindo e preservando esse ofício que atualmente inclusive tem IG (Indicação Geográfica/Indicação de Procedência) formalizado pelo INPI - Instituto Nacional de Industrial (PAP, 2024).

Quadro 1 - Polos de produção de renda renascença no Cariri Paraíba

Município	Entidade	Unidade	Número de Sócias
São João do Tigre	ARCA	Distrito Cacimbinha	30
	Cacimba Nova	Comunidade Quilombola	35
	ASSOART	Sede do Município	80
	COOPETIGRE	Sede do Município	35
São Sebastião do Umbuzeiro	ADEARTE	Sede do Município	30
Camalaú	ASCAMP	Sede do Município	20
Zabelê	APAZ	Sede do Município	25
Monteiro	RENASCI	Sede do Município	20
Total			275

Fonte: silva (2019) com base em dados do SEBRAE de Monteiro-PB.

Entrevistadas pelo Probex COMEX UFPB, em ação extensionista também envolvendo empresas juniores (Eleven, Líderi e Internacionalize), as rendeiras-líderes do Cariri paraibano, avaliaram a exportação da produção como positiva por representar mais uma possibilidade de diversificação de suas fontes de renda, mas declararam possuir pouca ou nenhuma informação sobre o processo e relataram medos facilmente contornáveis sob orientação e capacitação adequada, entre os quais: desconfiança em relação aos possíveis compradores; medo de perda da carga; medo de errar no processo de exportação.

A execução do PEIEX no estado contribui para a superação dessas dificuldades e para o desenvolvimento de um arranjo produtivo envolvendo, predominantemente, donas de casa e agricultoras que encontram no artesanato da renda renascença uma fonte importante de trabalho e renda para satisfazer necessidades materiais essenciais ao desenvolvimento e bem-estar de seus filhos, como também revelaram as entrevistas citadas.

Considerações finais

Desde sua chegada no estado da Paraíba nos anos 1950, a Renda Renascença é importante alternativa econômica para mulheres do Cariri paraibano, uma das regiões mais secas do país. Diante do exposto, conclui-se pela relevância do PEIEX, e de outras iniciativas da ApexBrasil, como instrumento de promoção do desenvolvimento regional e do empreendedorismo feminino, na medida em que fomenta um ambiente de negócios que inclui a recepção de turistas atraídos pela renda renascença e, conseqüentemente, a circulação e a comercialização da pro-

-dução dos cinco municípios envolvidos, dentro do estado, para o resto do país e o exterior.

Além disso, cabe ressaltar que, nesse contexto, os resultados esperados convergem com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Educação de Qualidade (ODS 4), Emprego Decente e Crescimento Econômico (ODS 8), Redução das Desigualdades (ODS 10) e Parceria em prol das Metas (ODS 17).

Referências

APEXBRASIL. Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos. **Paraíba - Perfil e Oportunidades de Exportações e Investimentos 2020**. Brasília: ApexBrasil, 2020.

ARAÚJO, Jayuri Susy Fernandes de. **Negócios de impacto, inovadores e sustentáveis para a valorização global de cadeias produtivas do semiárido**. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Gestão Empreendedora e Inovação) – UFCG/PEASA. Campina Grande, 2024.

BARBOSA, Sérgio Araújo **Políticas e ações em economia solidária da Secretaria do Desenvolvimento Humano no Estado da Paraíba**. 2011-2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Licenciatura em Ciências Sociais) UFPB/CCHLA. 2020 Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br>>. Acesso em: 14 maio. 2022.

BM-OMC. Banco Mundial. Organização Mundial do Comércio. **Mulher e comércio internacional: o papel do comércio na promoção da igualdade de gênero**. Washington: BM-OMC, 2020. Disponível em: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/women_trade_pub2807_e.pdf. Acesso em: 19 fev. 2021.

MDIC. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. ComexStat. **Base de Dados**. Disponível em: <https://comexstat.mdic.gov.br/pt/home>. Acesso em: jul.-set./2024.

NAÇÕES Unidas. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: maio 2022.

NEVES, Stephanie Galdêncio. **O papel das empresas juniores nas exportações de artesanato paraibano: um estudo de caso sobre a ação Exporenda Cariri**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais.) - UEPB. João Pessoa, 2023.

PAIXÃO, Márcia Cristina Silva. Comércio internacional e igualdade de gênero. **Revista do Conselho Federal de Economia**, Brasília, Ano XII, n. 39, jan.-mar./2021, p. 41-44, 2021.

_____. **Rendas renascença do Cariri paraibano**: potencial de exportação e relevância socioeconômica. Conteúdo apresentado em palestra no minicurso O papel social da moda ministrado online pelo gestor de moda Itamar Dias. João Pessoa: UFPB, 2020.

_____. **Proposta e Plano de Trabalho**: Projeto de Qualificação para Exportação Paraíba sem Fronteiras (QualiExporta PBsF). 2024. Material não publicado.

PARAÍBA. Programa do Artesanato Paraibano (PAP). **Renda renascença**. 2020-2024. Disponível em: <https://pap.pb.gov.br/artesaosparaibanos/renda-renascenca>. Acesso em: out. 2024.

PARAÍBA. Governo Estadual. Monteiro é primeiro município brasileiro a receber título de Cidade Mundial do Artesanato para Renda Renascença. **Notícias**. 2022. Disponível em: <https://paraiba.pb.gov.br/noticias/monteiro-e-primeiro-municipio-brasileiro-a-receber-titulo-de-cidade-mundial-do-artesanato-para-renda-renascenca>. Acesso em: out. 2024.

PLADES. Plano de Desenvolvimento Territorial Inteligente e Sustentável. **APL's da Paraíba**. Disponível em: <https://plades.pb.gov.br/apls-da-paraiba>. Acesso em: 09 out. 2024.

SANTOS, Wandson Rafael. **Produção de Artesanato no Brasil e da Renda Renascença no Cariri Paraibano: Associativismo, Cooperativismo, Gestão Social e Empresarial**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas) - UFPB/CCSA. João Pessoa, 2022.

SILVA, Itamar Ferreira da. **Exporenda Cariri**: Renda Renascença, Moda, Exportação e Preservação Cultural. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais) - UFPB/CCHLA. João Pessoa, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/25720>. Acesso em: jun. 2023

VITRINE do Cariri. CRENÇA-PB com sede em Monteiro é destaque em fórum de Cidades Criativas da Unesco, em Portugal. **Notícias**. Disponível em <https://www.vitrinedocariri.com.br/2024/10/28/crenca-pb-com-sede-em-monteiro-e-destaque-em-forum-de-cidades-criativas-da-unesco-em-portugal/>. Acesso em 30 out. 2024.

ENSAIO 10

A expansão internacional da LilioZ e o desafio de gênero no mercado árabe

Núcleo PEIEX - Sorocaba

Marimar Guidorzi de Paula

Partindo da premissa de que "exportar permite às empresas expandirem seus mercados, diluir custos fixos e explorar economias de escala, o que aumenta a competitividade e a capacidade de inovar diante de mercados cada vez mais globais e exigentes." (Kotler, 2010, p. 124), a empresa LilioZ decidiu procurar o programa PEIEX/APEX para se qualificar, identificar suas potencialidades e obter apoio de inteligência e estratégia para atuar em comércio exterior.

O fator motivador para participar do programa está diretamente relacionado à percepção das diversas dificuldades que as empresas enfrentam ao ingressar no mercado internacional. Segundo Silva (2020), as MPEs frequentemente esbarram em desafios como a complexidade das regulamentações internacionais, a adaptação de seus produtos às exigências dos mercados estrangeiros e a escassez de capital para investimento em inovação e marketing global, fatores que dificultam sua competitividade no cenário externo.

A LilioZ, fundada por Viviana Mason Balech, uma empreendedora visionária, identificou no mercado uma oportunidade para produtos à base de ozônio medicinal com características cosméticas aliadas ao bem-estar e à sustentabilidade. A marca produz *blends* de óleos vegetais e cremes para uso facial e corporal desde outubro de 2020.

Com a solidez obtida pela atuação da marca no mercado interno, a empreendedora vislumbrou a expansão para outros territórios como oportunidade de crescimento e atendimento ao seu propósito pessoal, consciente de que, para atuar em outros mercados, não basta querer; é necessário conhecer e se preparar. Rottig (2016) cita que a falta de experiência no comércio exterior é um fator limitante para pequenas e médias empresas, que frequentemente subestimam a complexidade dos mercados internacionais. Uma base sólida de conhecimento sobre o ambiente regulatório e práticas comerciais internacionais é essencial para minimizar riscos e obter sucesso no exterior.

A qualificação iniciou com a identificação de oportunidades por meio da análise de prospecção de mercado e da aplicação da matriz de atratividade, considerando sete critérios de seleção de mercado. A empresa definiu como foco direcionar seus esforços iniciais ao mercado Árabe. A partir da definição, iniciou-se o aprofundamento do estudo de características culturais e comportamentais, aspectos negociais e relacionais, identificação de acordos, adequações de produto, embalagem e certificações necessárias. Prioridade foi dada ao estudo do mercado alvo, que apresenta diversas particularidades e exigências técnicas. Ribeiro (2018) em seu estudo considera que "a entrada de produtos brasileiros em mercados árabes enfrenta desafios significativos, como o ajuste a regulamentações específicas de qualidade e conformidade *halal*, além de diferenças culturais e comerciais que exigem adaptações nas estratégias de marketing e nos processos de negociação".

É importante ressaltar as características comportamentais quanto a questão de gênero. Segundo Matar & Kadri (2019), a entrada de mulheres no comércio exterior, especialmente no mercado de exportação para os países árabes, ainda enfrenta obstáculos significativos devido a normas culturais e restrições institucionais. No entanto, estratégias de exportação que incorporam perspectivas de gênero podem criar pontes culturais e melhorar a aceitação de produtos ao alinhar-se aos valores e necessidades locais.

Impulsionada por essas estratégias, a empresa LilioZ realizou diversas reuniões com empresários que já atuam no mercado-alvo para benchmarking, consultores especialistas em cultura árabe, participou de webinars e levantou informações; ao longo de quatro meses, preparou-se para apresentar e negociar seus produtos no mercado-alvo: os Emirados Árabes.

O processo começou com a adequação administrativa e burocrática da empresa, realizando o RADAR, contratando um despachante aduaneiro, definindo a INCOTERM, criando a tabela de preços e ajustando toda a documentação. Paralelo, houve empenho no entendimento de aspectos relacionados ao produto, como embalagem, rótulo e estudo de adequação à legislação.

Ciente de que um bom produto com uma boa embalagem não é suficiente sem ferramentas eficazes de divulgação, a LilioZ criou materiais e adequou redes sociais e site para dialogarem com as exigências culturais do mercado árabe, com o objetivo de aumentar a receptividade da marca e contribuir com a competitividade. Alon (2020) recomenda que "o *marketing* internacional direcionado para o mercado árabe requer uma compreensão profunda das nuances

culturais, religiosas e linguísticas para construir relacionamentos sólidos e criar campanhas eficazes. A adaptação das estratégias de *marketing* é essencial para superar as diferenças culturais e conquistar a confiança do consumidor árabe."

Com todo o processo de preparação e planejamento para exportação, a empresa alcançou seu objetivo e conseguiu a oportunidade de participar da Feira *Beautyworld Middle East*, apoiada pela APEX. Embarcou para Dubai em 23 de outubro de 2024, onde colocou seus produtos em exposição em um lindo *stand*, iniciando o processo de posicionamento no mercado externo por meio da apresentação e prospecção de potenciais clientes, parceiros e fornecedores, construindo uma rede de contatos prospectiva e apoiadora da competitividade almejada por essa empreendedora visionária, que supera as dificuldades de gênero para cumprir seu propósito de vida: "Levar bem-estar e sustentabilidade ao seu público-alvo".

Referências

ALON, Ilan. ***Global Marketing: Contemporary Theory, Practice, and Cases***. 2. ed. New York: Routledge, 2020.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. ***Administração de Marketing***. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

MATAR, Linda; KADRI, Ali. ***Women, Work and Welfare in the Middle East and North Africa: The Role of Socio-demographics, Entrepreneurship and Public Policies***. New York: Imperial College Press, 2019.

RIBEIRO, Fernando. ***Comércio Exterior Brasileiro: Desafios e Perspectivas***. São Paulo: Atlas, 2018.

ROTTIG, Daniel. ***International Business: The Challenges of Globalization***. 8. ed. New York: Pearson, 2016.

SILVA, Maria. "Dificuldades das MPEs no Mercado Internacional." *Revista de Negócios Internacionais*, v. 5, n. 2, p. 22-35, 2020.

ENSAIO 11

A relevância do PEIEX para a internacionalização das empresas do Piauí e seu impacto no desenvolvimento regional e inclusão social

Núcleo PEIEX - Piauí

Marta Emanuely Araújo Dias; Gustavo Henrique Lopes Dias; Rayana Raquel Madeira Campos Almeida Agrélio; Thiago Rodrigo de Oliveira Araújo; Euzebio Pereira de Andrade Neto; Gustavo Picanço Dias

1. Introdução

O PEIEX, uma iniciativa da ApexBrasil, ao oferecer capacitações e suporte técnico para as empresas, contribui para o desenvolvimento de um comércio exterior mais sustentável no Brasil. O Núcleo PEIEX – Teresina está no seu segundo ciclo, sendo executado pelo ICEV- Instituto de Ensino Superior do Piauí, e tem como um dos desafios promover a cultura exportadora no Piauí, que historicamente, segundo dados do MDIC (2024), tem a sua pauta exportadora concentrada na exportação das *commodities*. A soja corresponde a 83% do total das exportações do estado, que ocupa a 18º posição no *ranking* dos estados exportadores e representa 0,5% das exportações nacionais. (COMEX STAT, 2024).

Segundo dados do IBGE (2024), o Piauí se consagrou no ano de 2023 como o segundo maior produtor de mel do país e o maior exportador. Aliado a essa vocação do estado, o núcleo Teresina foi escolhido para ser especializado no atendimento tanto das empresas piauienses produtora de mel e seus derivados, como também as da região Nordeste e Norte do país.

No Piauí, as entrevistas conduzidas pela monitora e técnicos do programa, realizadas com 52 empresários no momento do preenchimento do formulário Perfil Exportador, revelaram que a falta de conhecimento sobre os procedimentos de exportação e os desafios burocráticos são uma das principais barreiras à internacionalização das empresas. Esses dados, coletados antes do início da qualificação no PEIEX, demonstram a necessidade de programas como este, que oferecem capacitação para os empresários superarem esses desafios. O presente ensaio analisa o papel do PEIEX e seus impactos na internacionalização das empresas, no desenvolvimento regional e na perspectiva de gênero no Piauí. Para

atingir esse objetivo, foi adotada uma abordagem qualitativa, utilizando dados secundários do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC) e do Sistema IBGE, além de dados primários e depoimentos de empresários qualificados pelo programa.

2. Rompendo Barreiras Culturais no estado do Piauí através do PEIEX

Segundo Minervini (2019), é mais difícil vender a ideia de exportação para uma empresa do que vender o produto dessa empresa em mercados internacionais. Fazendo uma analogia ao pensamento deste autor, a cultura exportadora de um estado influencia a atitude empresarial em relação à exportação, determinando a disposição das empresas em buscarem novos mercados. Essa relação destaca a importância de um ambiente favorável e de políticas públicas que promovam a conscientização sobre os benefícios da exportação.

Durante o ciclo do PEIEX em 2019, o núcleo enfrentou desafios na prospecção de empresas dispostas a exportar. Muitos empresários expressaram ceticismo em relação à gratuidade do PEIEX, devido ao desconhecimento da atuação da ApexBrasil e dos benefícios da exportação. No entanto, essa realidade se transformou no ciclo iniciado em 2023, com a implementação de ações estratégicas, como a criação de um ecossistema de comércio exterior e a divulgação de cases de sucesso como a exportação do mel, tapetes, cera de carnaúba, cosméticos, *startups*, o que corroborou para uma mudança na percepção dos empresários. Além disso, a adesão do estado à Política Nacional de Cultura Exportadora em 2023 fortaleceu o ecossistema, contribuindo para a promoção comercial das empresas piauienses.

3. PEIEX sob medida: Uma jornada personalizada para cada empreendedor(a) e seu impacto no desenvolvimento regional e inclusão social.

Para alguns empresários nucleados, o sucesso do PEIEX está associado à oferta de qualificações personalizadas, tendo como produto final a entrega do plano de exportação. Esta prática do atendimento personalizado, é adotada pelo núcleo Teresina, que procura flexibilizar os horários de qualificação, especialmente para o atendimento de mulheres líderes e colaboradoras das empresas, que segundo os seus relatos, enfrentam desafios em conciliar a vida profissional e pessoal.

Para a Janete, gerente da Cooperativa Comapi que exporta mel e é atendida pelo PEIEX: “A disponibilidade constante dos consultores para esclarecer dúvidas e auxiliar nas dificuldades enfrentadas ao longo desse processo foi um diferencial. Com essa rede de suporte, sentimos que estamos melhor preparados para enfren-

-tar os desafios da exportação”. A Comapi desempenha um importante papel social no semiárido nordestino, promovendo o desenvolvimento regional do Vale do Canindé. Ao exportar o mel, gera-se mais renda para o homem do campo e evita a ação dos atravessadores que compram o mel a um preço abaixo do que é vendido no mercado.

No Piauí, as empresas familiares e cooperativas atendidas pelo programa, que antes não contemplavam a ideia de exportar, agora têm acesso ao conhecimento que as empodera. Conforme o relato do CEO da Auge Carnaúba, Luciano Bandeira: “Com a capacitação feita, nós fomos convidados e fomos para Portugal”. Atualmente a empresa tem uma filial nos Estados Unidos, exporta para 32 países e está promovendo uma mudança na pauta exportadora piauiense: “E a Carnaúba, historicamente era só exportada em *commodities*, a cera bruta, e hoje não, ela vai envasada no produto *premium* para entrar em ambientes de alto padrão mundo afora, só temos a agradecer ao PEIEX”. Este relato corrobora para os benefícios oriundos da internacionalização e o seu impacto no desenvolvimento regional.

4. Conclusão

Os depoimentos neste ensaio ilustram como o PEIEX tem o potencial de “romper barreiras” e promover o desenvolvimento sustentável nas regiões mais vulneráveis do Brasil, como é o caso da região do semiárido nordestino. Contudo, para que o impacto das exportações no empreendedorismo feminino seja maximizado, é necessário um esforço conjunto entre governo, instituições de ensino e organizações não governamentais, entre outras, para promover políticas de apoio e financiamento adequadas. Além disso, é crucial que as empresas, especialmente as lideradas por mulheres, continuem a receber suporte em áreas como inovação, preparando-as para competir em nível global.

Referências

COMEXSTAT. Exportação e Importação Geral. 2019. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/geral>. Acesso em: 15 de out. de 2024

MINERVINI, Nicola. O exportador: construindo seu projeto de internacionalização. 2019. São Paulo. Almedina

MDIC – MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/geral>. Acesso em: 20 out.2024.

BRASIL. PNCE – PLANO NACIONAL DA CULTURA EXPORTADORA. Disponível em: <https://acesseomundo.mdic.gov.br/mobile/>. Acesso em: 20 out.2024.

ENSAIO 12

Exportando mudanças - Como as mulheres estão reinventando o comércio exterior

Odair Dias Filho; Maria Eduarda Silvano de Oliveira; Pedro Vinícius Lamosa Souza Silva

Para compreender o papel hoje ocupado pelas mulheres nas relações internacionais ou no comércio exterior e as multidimensionalidades inerentes a essa esfera, é preciso primeiro entender que esse potencial protagonismo se dá primeiro na Política Doméstica, uma vez que por conta dos diversos processos sócio-históricos, há grande assimetria entre os Estados acerca dos direitos da mulher.

De acordo com dados recentes do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) e da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex Brasil), apenas 14% das empresas exportadoras no Brasil são lideradas majoritariamente por mulheres, e essa participação é mais comum entre empresas de pequeno porte. Em comparação, 24% das micro e pequenas exportadoras possuem maioria feminina em seus quadros societários. A disparidade é menor em setores como agropecuária e indústria extrativa, enquanto setores voltados a commodities apresentam menor presença de mulheres.

O resultado do desfavorecimento da mulher no mundo corporativo se deve a dinâmica da família nuclear, estrutura dominante no contexto pré neoliberalismo. Na dinâmica da família nuclear tradicional, a organização dos papéis costuma reforçar a hierarquia de gênero, frequentemente resultando em dominação masculina sobre a mulher.

Pesquisas mostram que as mulheres tendem a adotar um estilo de liderança mais colaborativo e participativo, o que pode criar um ambiente onde as equipes se sentem mais engajadas e valorizadas. Esse modelo, muitas vezes descrito como "transformacional", contrasta com o estilo "transacional", comumente atribuído a lideranças mais focadas em metas e desempenho individual. No entanto, é importante notar que estilos de liderança são muito individuais e podem variar independentemente do gênero.

A presença de mulheres na liderança também está associada a melhores desempenhos financeiros e maior inovação nas empresas. Isso ocorre porque equipes diversificadas tendem a avaliar problemas sob diferentes ângulos e a desenvolver soluções mais completas. Empresas com mulheres em posições de destaque têm, em média, níveis mais elevados de satisfação dos funcionários, especialmente quando as lideranças promovem um ambiente inclusivo e que valoriza a diversidade.

A cooperativa **COOPFAM** - Cooperativa dos Agricultores Familiares, se destaca pelo seu compromisso em promover a inclusão e o empoderamento das mulheres no setor agrícola através da capacitação das mesmas, fundada por agricultoras que buscavam ganhar voz e espaço no setor, a mesma promove a união e colaboração entre as famílias associadas. A **COOPFAM** tem se tornado um exemplo de sucesso na valorização do café feminino, em especial com a criação da linha de grãos especiais, assim permitindo que as mesmas mulheres não melhorem apenas de vida mas também compartilhem suas experiências e conhecimentos através da cultura do café.

O programa **Elas Exportam**, administrado pelo **MDIC** (Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços), tem o objetivo de auxiliar mulheres no comércio internacional que promovem a exportação de produtos e serviços, uma vez que este programa visa reduzir as barreiras que ainda existem para mulheres na indústria e oferece formação, networking para além dos acessos aos mercados internacionais.

A **COOPFAM**, é um exemplo de como iniciativas que visam o empoderamento das mulheres podem ter um impacto significativo tanto no desenvolvimento econômico quanto na promoção da equidade, assim como o **Elas Exportam**, a **COOPFAM** não só ajuda seus colaboradores para melhorar a qualidade dos seus produtos e ganhar visibilidade no mercado, mas formar mulheres para competir no mercado.

Referências

GLOBALDATA. Credit Suisse workforce diversity and inclusion. Disponível em: \ <[!\[\]\(8d0f0e0fe25b320c33272c52aec1fbca_img.jpg\)

ANAPRI
Associação Nacional dos Profissionais
de Relações Internacionais](https://www.globaldata.com/data-insights/financial-services/credit-suisse-workforce-diversity-and-inclusion-2091309/#:~:text=In%202021%2C%20the%20company%20reported,0.9%20percentage%20points%20over%202020.\>. Acesso em: 28 out. 2024.</p></div><div data-bbox=)

CATALYST. Why diversity and inclusion matter. Disponível em:
<<https://www.catalyst.org/research/why-diversity-and-inclusion-matter/>>.
Acesso em: 28 out. 2024.

MCKINSEY & COMPANY. Women Matter: ten years of insights on gender diversity. Disponível em: <<https://www.mckinsey.com/featured-insights/gender-equality/women-matter-ten-years-of-insights-on-gender-diversity>>. Acesso em: 28 out. 2024.

GELEDÉS. Ação da ApexBrasil faz crescer número de empresas lideradas por mulheres nas exportações. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/acao-da-apexbrasil-faz-crescer-numero-de-empresas-lideradas-por-mulheres-nas-exportacoes/>>. Acesso em: 29 out. 2024.

COOPFAM. A Coopfam. Disponível em: <<https://coopfam.com.br/a-coopfam/>>. Acesso em: 22 out. 2024.

ORGÂNICOS SUL DE MINAS. Nossas associações: Coopfam. Disponível em:
<<https://www.organicossuldeminas.com.br/nossas-associa%C3%A7%C3%B5es/coopfam>>. Acesso em: 22 out. 2024.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS. Elas Exportam. Disponível em:
<<https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/comercio-exterior/dpfac/promocao-das-exportacoes-e-cultura-exportadora/elas-exportam>>. Acesso em: 22 out. 2024.

ENSAIO 13

Do mercado doméstico para o internacional: importância da prontidão para exportação das empresas brasileiras

Núcleo PEIEX - Sorocaba

Oswaldo Luiz Zalewska

A internacionalização, por meio da exportação, apresenta-se como uma oportunidade promissora para empresas que desejam expandir seus negócios e alcançar novos mercados. No entanto, o processo de exportação, especialmente para pequenas e médias empresas, pode ser complexo e desafiador, exigindo preparação estratégica e operacional. Este ensaio tem como objetivo principal analisar os fatores críticos para a prontidão para exportação, com foco em empresas brasileiras, utilizando como base observações de campo e literatura acadêmica.

A busca por ampliar a base de clientes, aumentar as vendas, usufruir de economias de escala e fortalecer a saúde financeira são fatores motivadores para empresas que desejam iniciar suas operações no mercado internacional. Contudo, a internacionalização também apresenta desafios que devem ser considerados e superados. A complexidade do processo, a necessidade de adaptação a diferentes culturas e regulamentações, e a exigência de investimentos em marketing e logística internacional são algumas das barreiras que podem surgir e é preciso que a empresa esteja preparada para superá-las.

O conceito de prontidão para exportação refere-se à fase de transição de uma empresa doméstica para uma exportadora, destacando a importância da preparação para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades do mercado internacional. Essa preparação envolve uma avaliação crítica dos recursos, capacidades e estratégias da empresa, a fim de garantir uma inserção bem-sucedida no mercado global.

A literatura acadêmica e observações de campo convergem para a importância de uma fase de preparação robusta para o sucesso da operação de exportação. A avaliação da prontidão para exportar engloba diversos aspectos, que podem ser agrupados em cinco dimensões principais:

- **Motivação, Estratégia e Engajamento:** A motivação do empreendedor ou gestor, aliada a um plano estratégico de longo prazo e ao engajamento da equipe em todos os níveis, é fundamental para o sucesso da internacionalização. A mentalidade de crescimento, a busca por inovação e a tolerância a riscos são características importantes para líderes que buscam a expansão internacional.
- **Consciência do Mercado Internacional:** É crucial reconhecer que o mercado internacional apresenta tanto oportunidades quanto desafios. A empresa deve adotar uma postura proativa e estratégica, desenvolvendo um planejamento sólido, fortalecendo suas capacidades internas e adquirindo conhecimento sobre os mercados externos e seus aspectos regulatórios.
- **Capacidade de Adaptação e Inovação:** A capacidade da empresa de se adaptar e inovar em resposta às demandas do mercado internacional é essencial para o seu sucesso. Isso exige um conjunto equilibrado de habilidades técnicas (*hard skills*) e comportamentais (*soft skills*). O domínio de áreas como logística internacional, gestão financeira, marketing internacional e tecnologia da informação, combinadas com habilidades de comunicação intercultural, negociação, resiliência e visão estratégica, são cruciais para a competitividade em um mercado globalizado.
- **Capacidade Financeira:** A empresa precisa ter solidez financeira para realizar os investimentos necessários para a exportação, incluindo melhorias de processos, marketing internacional e participação em feiras. A estabilidade financeira, processos orçamentários robustos e a capacidade de priorizar investimentos para exportação sem comprometer o mercado interno são elementos essenciais.
- **Marketing Internacional:** Para alcançar clientes internacionais, a empresa precisa investir em estratégias de marketing direcionadas a esse público. Um website profissional em no mínimo em inglês, a inserção dos produtos em diretórios comerciais internacionais, o uso de marketing digital, a pesquisa de mercado e a construção de relacionamentos com potenciais clientes são ações importantes para promover os produtos ou serviços no mercado global.

No Brasil, empresas que desejam iniciar ou aprimorar suas operações de exportação contam com o apoio da ApexBrasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos). A ApexBrasil oferece o PEIEX (Programa de Qualificação para Exportação), que auxilia empresas de diferentes portes a se prepararem para a exportação de forma planejada e segura, por meio de capacitação técnica e consultoria especializada em comércio exterior. O programa

abrange desde a preparação inicial até a empresa estar pronta para exportar seus produtos ou serviços.

Um caso de sucesso do PEIEX é o de uma empresa fabricante de equipamentos médicos de São Paulo que, mesmo sem experiência prévia em exportação, conseguiu realizar sua primeira venda para a França ainda durante o processo de qualificação no PEIEX. O engajamento da empresa no programa, incluindo a participação da CEO em conjunto com a equipe de exportação, demonstra a importância da determinação e da priorização da internacionalização para alcançar resultados positivos.

Embora o processo de internacionalização apresenta desafios, a preparação adequada, o investimento em capacitação e o apoio de programas governamentais, tais como o PEIEX podem contribuir significativamente para o sucesso das empresas brasileiras no mercado internacional. A busca por conhecimento, a adaptação às demandas do mercado global e a construção de uma estratégia sólida são fatores determinantes para que as empresas brasileiras aproveitem as oportunidades e alcancem seus objetivos no cenário internacional.

Referências

APEX, Programa de Qualificação para Exportação – PEIEX. Disponível em: <https://apexbrasil.com.br/br/pt/solucoes/todas-as-solucoes/programa-de-qualificacao-para-exportacao---peiex.html> (acesso em 30/10/2024).

APEX BRASIL. Ensaio PEIEX 2022. 1. ed. Brasília: ApexBrasil, 2022.

Atkin, D. Jinhage, A. Trading up: The benefits of exporting for small firms. IGC Growth. London, 2017.

Carol D. Mindset: A nova psicologia do sucesso. Objetiva. São Paulo, 2017.

IBC Michigan State University. Export Readiness Initial Assessment. Disponível em: <https://ibc-sta@c.broad.msu.edu/sites/globaledge/medc/MEDC-Export-Readiness-Initial-Assessment-AnswersScoring.pdf> (acesso em 30/10/2024)

Li, N. Dimitratos, P. How “export-able” are you? A review of the export readiness literature. Adam Smith Business School. Glasgow, 2013.

NEX, S.R.L. Export Readiness Assessment and Supply Capacity Report, Nex Consulting. Santo Domingo, 2015.

ENSAIO 14

Empoderamento feminino e desenvolvimento regional: alcançando voos internacionais com o PEIEX

Núcleo PEIEX - Rio de Janeiro

Priscila Correa Franco Amaral

O impacto das exportações no desenvolvimento regional e no empreendedorismo feminino é um tema de crescente relevância, especialmente no contexto brasileiro, onde as mulheres têm se destacado como agentes de mudança econômica e social (Ayatakshi-Endow e Steele, 2021; Minniti e Naudé, 2010). A literatura também aponta que o apoio institucional, como programas de capacitação e financiamento, é crucial para o sucesso das empreendedoras. (Amaral, 2022; Jiang e Ritchie, 2017). O acesso a recursos financeiros e a formação adequada pode ajudar a mitigar os desafios enfrentados pelas mulheres no ambiente de negócios, permitindo que elas se concentrem em expandir suas operações e explorar oportunidades de exportação. Dessa forma, a internacionalização das empresas, especialmente aquelas que foram qualificadas pelo Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), pode oferecer oportunidades significativas para o fortalecimento do empreendedorismo feminino e, conseqüentemente, para o desenvolvimento regional.

Primeiramente, é importante destacar que as mulheres empreendedoras enfrentam desafios únicos que podem ser exacerbados pela falta de apoio institucional e pela cultura patriarcal predominante (Lee et al., 2020; Minniti e Naudé, 2010). Estudos indicam que a resiliência é uma competência essencial para essas empreendedoras, que frequentemente precisam superar barreiras sociais e econômicas para estabelecer e expandir seus negócios (Silva et al., 2018; Amaral e Da Rocha, 2022; Minniti e Naudé, 2010). Além disso, a presença crescente de mulheres em diversos setores como o turismo e moda demonstra que elas estão não apenas participando da economia, mas também contribuindo para o desenvolvimento sustentável das suas comunidades. (Amaral e Da Rocha, 2022; Silva-Melo e Neto de Jesus, 2018).

A pesquisa de Silva-Melo e Neto de Jesus (2018) sugere que a educação e a formação são fundamentais para capacitar as mulheres a se tornarem empreende-

-doras de sucesso. Portanto, ao facilitar a exportação, o PEIEX pode ajudar a transformar essas empreendedoras em líderes de desenvolvimento regional, como é o caso da “Virare”. A Virare, ao transformar resíduos em peças de moda únicas e valorizar o trabalho de artesãs, demonstra como o empreendedorismo feminino pode ser um vetor de inovação social, contribuindo para a construção de um futuro mais sustentável e equitativo. Graças ao apoio do PEIEX, a Virare não apenas manteve sua posição no mercado nacional, mas também ampliou sua visibilidade internacional. Um reconhecimento do seu sucesso foi o convite a participar do 7º encontro do "Conquistando o Protagonismo - Mulheres de Sucesso no Comércio Exterior", que ocorreu na Casa G20, em Ipanema, um reconhecimento ao seu trabalho e um incentivo para continuar a crescer.

A utilização de redes sociais também tem se mostrado uma ferramenta eficaz para o empreendedorismo feminino, permitindo que as mulheres compartilhem experiências, recursos e informações sobre oportunidades de negócios (Fontana et al., 2021). Essa conexão não só fortalece a capacidade empreendedora, mas também promove um ambiente colaborativo que é essencial para o crescimento e a inovação. (Ramos e da Rocha, 2022). Em uma palestra recente, Ramos, citou a Virare como um exemplo de empresa que utiliza as redes sociais para expandir seus negócios para o mercado internacional, ilustrando a importância das redes sociais para o sucesso do empreendedorismo feminino.

A pandemia de COVID-19 trouxe desafios adicionais para as empreendedoras, mas também apresentou oportunidades para inovação e adaptação. (Amaral e da Rocha, 2022; Ramos e da Rocha, 2022). Muitas mulheres foram forçadas a reinventar seus negócios, utilizando a tecnologia para alcançar novos clientes e mercados, como destacado na pesquisa intitulada 'A influência das redes sociais no comportamento exportador de empresas brasileiras na pandemia do Covid-19'. (Ramos e da Rocha, 2022). Isso demonstra a importância de capacitar as mulheres com habilidades digitais e de negócios para que possam aproveitar as oportunidades de exportação. A Virare, por exemplo, após participar do PEIEX, demonstrou como o apoio institucional pode impulsionar o crescimento de negócios liderados por mulheres. A empresa, que já havia conquistado visibilidade no mercado nacional, decidiu dar mais um passo em sua jornada de internacionalização ao participar do Projeto E-Xport – Edição Amazon.com, uma iniciativa que oferece um conjunto completo de ferramentas e recursos para que empresas brasileiras possam vender seus produtos em uma das maiores plataformas de e-commerce dos Estados Unidos.

Por fim, é essencial que as políticas públicas se concentrem em criar um ambiente

favorável para o empreendedorismo feminino, promovendo a inclusão e o empoderamento das mulheres. A literatura sugere que a implementação de programas de apoio à exportação, juntamente com iniciativas de capacitação e acesso a financiamento, pode amplificar os impactos positivos das exportações no desenvolvimento regional e no empreendedorismo feminino. (Zen, 2012; Bittencourt et al., 2016). Como as exportações têm o potencial de impulsionar o desenvolvimento regional e fortalecer o empreendedorismo feminino no Brasil. É fundamental que as políticas públicas e as iniciativas privadas se unam para criar um ecossistema que apoie as mulheres empreendedoras, permitindo que elas superem os desafios e aproveitem as oportunidades que a internacionalização oferece. Recomenda-se que futuras pesquisas explorem mais profundamente as ferramentas e metodologias de apoio ao empreendedorismo feminino e sua relação com a internacionalização, a fim de maximizar os benefícios sociais e econômicos dessa dinâmica.

Referências

AMARAL, P. C. F. PAPEL DO GOVERNO NA RECUPERAÇÃO DAS PEQUENAS EMPRESAS DE TURISMO - O CASO DA C&V. Volta Redonda: XIV CASI Congresso de Administração, Sociedade e Inovação, 2022.

AMARAL, P. C. F.; DA ROCHA, A. Building resilience during the Covid-19 pandemic: the journey of a small entrepreneurial family firm in Brazil. *Journal of family business management*, 2022.

AYATAKSHI-ENDOW, S.; STEELE, J. Striving for balance: women entrepreneurs in Brazil, their multiple gendered roles and Covid-19. *International journal of gender and entrepreneurship*, v. 13, n. 2, p. 121-141, 2021.

BITTENCOURT, Ibsen; BRUNSTEIN, Janette; CAVALCANTE MARTINS, Angelo Antônio; DESIDÉRIO, Paulo Henrique; CARDOSO SOBRINHO, Carlos Antônio. Systematic Review of the Literature Social Entrepreneurship and Skills Development: An Analysis of Past 10 years. *International Journal of Innovation*, [S. l.], v. 4, n. 1, p. 33-45, 2016. DOI: 10.5585/iji.v4i1.67.

DA SILVA MELO, M. R.; NETO DE JESUS, D. L. Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades no cenário turístico de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. *Revista de Turismo Contemporâneo*, v. 6, n. 1, 2018.

DA SILVA, P. M. M. et al. A resiliência no empreendedorismo feminino. *Gestão e sociedade*, v. 13, n. 34, 2018.

JIANG, Y.; RITCHIE, B. W. Disaster collaboration in tourism: Motives, impediments and success factors. *Journal of hospitality and tourism management*, v. 31, p. 70–82, 2017.

LEE, I.-C.; HU, F.; LI, W.-Q. Cultural factors facilitating or inhibiting the support for traditional household gender roles. *Journal of cross-cultural psychology*, v. 51, n. 5, p. 333–352, 2020.

MINNITI, M.; NAUDÉ, W. What do we know about the patterns and determinants of female entrepreneurship across countries? *European journal of development research*, v. 22, n. 3, p. 277–293, 2010.

RAMOS, F. L.; ROCHA, A. M. C. DA R. A influência das redes sociais no comportamento exportador de empresas brasileiras na pandemia de COVID-19. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro., 2022.

ZEN, A. C. O Processo de Internacionalização e o Impacto nos Recursos da Firma: O Caso da Vinícola Casa Valduga. *Internext*, [S. l.], v. 7, n. 1, p. 123–148, 2012. DOI: 10.18568/1980-4865.71123-148.

ENSAIO 15

Impactos das exportações no desenvolvimento regional e no empreendedorismo: O caso da AgroCarnaúba

Núcleo PEIEX - Piauí

Thiago Rodrigo de Oliveira Araújo; Rayana Raquel Madeira Campos Almeida Agrélio; Marta Emanuely Araújo Dias; Gustavo Henrique Lopes Dias; Euzebio Pereira de Andrade Neto

Introdução

A globalização e a interconexão dos mercados têm impulsionado empresas brasileiras a expandirem suas operações. Nesse contexto, a ApexBrasil, através do Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), desempenha um papel vital na capacitação dessas empresas para enfrentar os desafios do comércio exterior. O PEIEX oferece qualificações que ajudam as empresas a se prepararem para o mercado global, possibilitando um aumento nas exportações. (ApexBrasil, 2023). Este ensaio analisa os impactos das exportações no desenvolvimento regional e no empreendedorismo, com foco na Empresa AgroCarnaúba que se destaca pela qualidade de seus produtos, e pela sua capacidade de expansão internacional. Segundo dados da Apex, as empresas participantes do PEIEX têm demonstrado crescimento nas exportações, contribuindo para a economia local e promovendo a igualdade de gênero nas empresas. (ApexBrasil, 2023). Além disso, o PEIEX atua como um catalisador para o desenvolvimento regional, buscando diversificar as origens das exportações brasileiras. Essa estratégia amplia o alcance das exportações e fortalece a economia local ao incentivar o empreendedorismo e a participação de pequenas empresas no mercado global. Portanto, este ensaio explora como iniciativas como o PEIEX podem transformar o panorama das exportações brasileiras e promover o fortalecimento do Empreendedorismo no Brasil.

2. Desenvolvimento

2.1 Impactos das exportações

A AgroCarnaúba, situada no estado do Piauí, tem desempenhado um papel significativo no desenvolvimento econômico regional, especialmente através de su-

-as atividades de exportação de cera de carnaúba. A empresa gera empregos e estimula a economia local ao acessar mercados. De acordo com dados do Ministério da Economia (2023), as exportações brasileiras têm sido um motor para a economia. Estudos indicam que as exportações contribuem para a diversificação econômica e a redução da dependência de mercados locais. A AgroCarnaúba exemplifica essa dinâmica, pois sua atuação no comércio exterior ampliou suas oportunidades de negócios e fortaleceu a cadeia produtiva local. Segundo o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), o crescimento das exportações tem um impacto positivo sobre o Produto Interno Bruto (PIB) das regiões envolvidas, com uma relação direta entre a expansão das vendas externas e o aumento da atividade econômica regional. (BNDES, 2020). Além disso, as exportações desempenham um papel crucial na geração de empregos e renda. O estudo realizado por Costa *et al.* (2020) revela que o aumento das exportações está associado a uma maior demanda por mão de obra nas regiões que se dedicam à produção para o mercado externo. Isso é particularmente relevante para o Brasil, onde iniciativas como a da AgroCarnaúba podem ajudar a mitigar os índices de desemprego e promover o desenvolvimento.

2.2 Importância das decisões equilibradas

As decisões compartilhadas na AgroCarnaúba são um dos pilares de negócios. Marisania Viana, Gestora Administrativa, e Luciano Bandeira, na posição de Gestor de Expansão, exemplifica como a inclusão de mulheres em posições de gestão pode transformar uma organização. A presença feminina em cargos de gestão está associada a práticas empresariais assertivas, conforme apontam estudos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (IBGE, 2022). Esses dados revelam que as empresas gerenciadas por mulheres e homens, tendem a adotar abordagens mais criativas e responsáveis em suas operações. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), em 2022, cerca de 10,3 milhões de mulheres participaram da gestão de negócios no Brasil.

Essa crescente participação é especialmente notável nos setores de serviços e comércio, onde as mulheres lideram 53% e 27% dos negócios, respectivamente. A AgroCarnaúba se destaca nesse cenário ao implementar estratégias de internacionalização contando com decisões equilibradas entre gestores homens e mulheres. A literatura também aponta que empresas com diversidade de gênero em suas decisões apresentam desempenho financeiro superior. Estudos realizados pela McKinsey & Company indicam que organizações com representação feminina em cargos executivos têm uma probabilidade 93% maior de superar a produtividade financeira da concorrência. O empreendedorismo enfrenta desafios,

incluindo barreiras de acesso a novos mercados e dificuldade de acesso a financiamento. Apesar dessas dificuldades, o papel das mulheres, em conjunto com os homens nas decisões estratégicas é crucial para o desenvolvimento econômico, pois elas trazem cautela e resiliência para o mercado.

2.3 Internacionalização e a perspectiva de gênero

A internacionalização da AgroCarnaúba, apoiada pelo PEIEX, ampliou o alcance da empresa para 7 novos países entre os meses de Janeiro a Setembro de 2024. Segundo a Organização Mundial do Comércio (OMC), as mulheres representam apenas 30% dos exportadores globais, o que evidencia a necessidade de políticas que promovam sua inclusão no comércio internacional. (OMC, 2021). No entanto, a AgroCarnaúba tem superado essas barreiras ao promover a igualdade de gênero e demonstrar que o empreendedorismo em todas as suas formas é uma força para o sucesso no mercado global. A inclusão de mulheres em posições de gestão na empresa tem sido fundamental para a implementação de estratégias eficazes de internacionalização. De acordo com o ITC SheTrades Outlook, iniciativas que fomentam o empoderamento econômico das mulheres podem resultar em um aumento nas exportações e na competitividade das empresas (ITC, 2024). O Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) tem implementado políticas que visam aumentar a presença feminina em setores exportadores, reconhecendo que empresas que possuem mulheres no Time de Decisores tendem a ser mais inovadoras e gerar mais empregos. (MDIC, 2024). A pesquisa realizada pela McKinsey & Company aponta que empresas com diversidade de gênero em suas lideranças apresentam desempenho financeiro superior. (McKinsey, 2020).

Conclusão

Os impactos das exportações no desenvolvimento regional e no empreendedorismo são evidentes no caso da AgroCarnaúba, a empresa contribui para o crescimento econômico local e serve como um modelo de inclusão e igualdade de gênero. Para ampliar esses impactos, recomenda-se que a ApexBrasil e outras Instituições continuem a apoiar iniciativas que promovam a igualdade de gênero e o desenvolvimento regional.

Referências

APEXBRASIL. Relatório Anual de Atividades. Brasília, 2023. Disponível em: <www.apexbrasil.com.br>. Acesso em: 29/10/2024.

BNDES. Oportunidades para o Desenvolvimento Regional. Rio de Janeiro, 2020.

COSTA, A.; BURNQUIST, H.; GUILHOTO, J. O impacto das exportações na produção e demanda por mão de obra São Paulo, 2020.

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. Rio de Janeiro, 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Estatísticas de Gênero: Indicadores sociais das mulheres no Brasil. Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 30/10/2024.

MCKINSEY & COMPANY. Mulheres no local de trabalho. Nova Iorque, 2020.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS (MDIC). Políticas para o Empoderamento Econômico das Mulheres. Brasília, 2024.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. Estatísticas de Comércio Exterior. Brasília, 2023. Disponível em: <comexstat.mdic.gov.br>. Acesso em: 29/10/2024.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. Relatório sobre Comércio Exterior. Brasília, 2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO (OMC). Mulheres e Comércio: O papel das mulheres na economia global. Genebra, 2021.

PERSPECTIVAS DA ITC SHETRADES. Relatório Global sobre Mulheres no Comércio. Genebra, 2024.

SEBRAE. Mulheres e Negócios: A força do empreendedorismo feminino. Brasília, 2022.

ENSAIO 16

Exportações e empreendedorismo feminino: impulsionando o desenvolvimento regional em Roraima

Núcleo PEIEX - Roraima

Verenice Konrad de Menezes

A Amazônia, com sua biodiversidade incomparável e riqueza cultural, é um tesouro global. A preservação deste bioma é vital não apenas para o Brasil, mas para o equilíbrio ecológico do planeta. A cultura indígena, em particular, oferece uma perspectiva única e valiosa que enriquece a identidade de Roraima e do Brasil, contribuindo para a diversidade cultural mundial e promovendo práticas sustentáveis que são essenciais para o futuro do nosso planeta. Roraima, estrategicamente localizada na fronteira com a Venezuela e a Guiana, possui um potencial imenso para alavancar suas exportações, aproveitando a proximidade com esses mercados vizinhos e como Caricom.

O PEIEX iniciou sua trajetória no estado de Roraima na edição de 2020 a 2022, atendendo 26 empresas localizadas em Boa Vista e Mucajaí, abrangendo os setores de alimentos, agronegócio, beleza, construção e tecnologia. Situado na maior região do país, com uma vasta variedade de produtos da Amazônia e uma rica diversidade cultural indígena, Roraima tem experimentado um crescimento econômico significativo nos últimos anos. Este crescimento é impulsionado principalmente pela expansão das exportações agrícolas e pela diversificação na produção de produtos locais. Segundo dados do IBGE (2023), o PIB do estado cresceu 4,5% no último ano, com as exportações representando uma parcela significativa desse crescimento.

O aumento das exportações tem criado novas oportunidades para empreendedores locais, incluindo mulheres, que têm se beneficiado da expansão do mercado e do aumento da demanda por produtos e serviços. O empreendedorismo feminino tem ganhado destaque em Roraima, com um aumento no número de mulheres à frente dos negócios locais. De acordo com o SEBRAE (2023), as mulheres representam 35% dos empreendedores no estado. No entanto, elas ainda enfrentam desafios significativos, como a desigualdade salarial e a dificuldade de acesso a crédito. Iniciativas de capacitação e apoio, muitas vezes

promovidas pelo PEIEX, têm sido fundamentais para superar essas barreiras.

Uma das empresas lideradas por mulheres, que é referência em nosso estado, é a ImeruCafé. Seu café possui um sabor autêntico da terra onde é cultivado, com o nome na língua indígena Macuxi, que significa cachoeira. O Café Imeru é um café arábica, produzido na Comunidade Indígena Kawuê, no Sítio Cachoeirinha, a 975m de altitude em meio às serras e com um clima agradável. É um café natural produzido de maneira artesanal, que cuida do seu lugar de origem da maneira mais sustentável possível. O próximo passo da empresa é conquistar o mercado internacional, levando o sabor amazônico e sua cultura, por meio de ferramentas tecnológicas como plataformas de venda online internacionais, site e redes sociais.

As exportações são um motor essencial para o desenvolvimento regional da Amazônia e de Roraima, proporcionando crescimento econômico e novas oportunidades para o empreendedorismo feminino. Para maximizar esses benefícios, é crucial implementar políticas públicas que apoiem tanto o setor exportador quanto as mulheres empreendedoras, promovendo um desenvolvimento mais inclusivo e sustentável. O Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX) tem sido fundamental nesse processo, orientando e propondo soluções para empresas interessadas em atuar no comércio exterior.

Referências

IBGE. (2023). Dados econômicos de Roraima.

SEBRAE. (2023). Relatório sobre empreendedorismo feminino em Roraima.

ApexBrasil. (2024). Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX).

ENSAIO 17

A digitalização e a internacionalização de empresas qualificadas pelo PEIEX: Uma perspectiva sobre desenvolvimento regional e gênero

Núcleo PEIEX - Curitiba

William Rodrigo Joanico; Vinícius Carvalho da Silva

As transformações trazidas pela digitalização e pelas tecnologias da Indústria 4.0 estão redefinindo o ambiente de negócios global, impactando diretamente as empresas que buscam expandir suas operações para além das fronteiras nacionais. No Brasil, o Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), uma iniciativa da ApexBrasil, tem desempenhado um papel fundamental na capacitação de pequenas e médias empresas (PMEs) para a internacionalização. De acordo com a ApexBrasil (2021), o PEIEX facilita o desenvolvimento de capacidades exportadoras por meio de consultorias e treinamentos especializados, ajudando as empresas a superarem desafios e acessar novos mercados internacionais. Empresas qualificadas pelo PEIEX relatam uma melhoria significativa em sua competitividade e capacidade de adaptação, especialmente em regiões com menos infraestrutura e acesso a mercados globais.

Empresas que participam do PEIEX têm se beneficiado de suporte técnico e estratégico, permitindo-lhes superar desafios relacionados à entrada em mercados internacionais, especialmente em regiões periféricas onde a infraestrutura é uma barreira. No entanto, um aspecto ainda pouco explorado nesse contexto é a relação entre digitalização, internacionalização e inclusão de mulheres empresárias. Segundo Costa *et al.* (2021b), a transição digital e a promoção comercial facilitadas pelo PEIEX oferecem novas oportunidades para mulheres empresárias, permitindo-lhes superar barreiras como o acesso limitado a redes e capital. A perspectiva de gênero, portanto, surge como uma dimensão crítica para o desenvolvimento regional, exigindo uma análise mais detalhada, especialmente em setores historicamente dominados por homens.

O empreendedorismo feminino tem ganhado espaço no cenário global, mas mulheres empresárias ainda enfrentam barreiras significativas, especialmente no que se refere à internacionalização de suas empresas. Dados da *Global Entrepre-*

-*neurship Monitor* (GEM) revelam que, no Brasil, apenas 14% das mulheres empresárias lideram empresas com operações internacionais, em comparação com 25% dos homens. De acordo com Brambilla, Lederman e Porto (2012), a inserção em mercados internacionais requer uma combinação de habilidades muitas vezes menos acessíveis às mulheres devido a barreiras estruturais e de capital humano. Além disso, Chandra, Paul e Chavan (2021) apontam que PMEs lideradas por mulheres enfrentam desafios específicos no processo de internacionalização, como a falta de acesso a redes globais e recursos financeiros adequados.

O impacto da digitalização nas PMEs brasileiras, especialmente nas qualificadas pelo PEIEX, é significativo. Conforme o estudo de Costa et al. (2021a), tecnologias emergentes, como a Internet das Coisas (IoT) e o Big Data, desempenham um papel crucial na otimização de processos e na redução de custos, contribuindo diretamente para a competitividade global dessas empresas. Além disso, dados da OECD indicam que o uso de plataformas digitais pode reduzir em até 15% os custos operacionais e de exportação para PMEs, facilitando o acesso a mercados internacionais por meio de *e-commerce* e automação de processos. No entanto, para que os benefícios da digitalização sejam plenamente alcançados, é essencial focar na capacitação de mulheres empresárias, já que a transição digital oferece ferramentas que podem eliminar barreiras geográficas e logísticas. Ao empoderar essas empresárias, a digitalização cria oportunidades para sua inserção no comércio internacional de forma mais eficiente e competitiva.

Empresas que adotaram tecnologias digitais relataram ganhos significativos em eficiência e competitividade. Um estudo de caso realizado com empresas do ciclo 2022-2024 do PEIEX na região de Curitiba revelou que a Empresa A, especializada em dispositivos IoT, viu suas exportações aumentarem em mais de 30% após a implementação de soluções digitais, enquanto a Empresa B, do setor de cachaça, conseguiu personalizar seus produtos para diferentes mercados internacionais, incluindo o Japão e a Europa, aumentando suas vendas internacionais em 28%. Esses exemplos ilustram como a digitalização pode ser uma ferramenta poderosa para impulsionar a internacionalização de PMEs.

A literatura sobre internacionalização de PMEs destaca a importância de programas como o PEIEX para a superação de barreiras ao comércio internacional. Cruz, Bussolo e Lacovone (2018) argumentam que programas de capacitação, como o PEIEX, têm um impacto direto na estrutura organizacional das empresas, preparando-as para competir em mercados globais. No entanto, a perspectiva de gênero precisa ser integrada de maneira mais explícita nesses programas. Estudos como o de Love e Roper (2015) apontam que PMEs lideradas por mulheres têm

maior probabilidade de enfrentar dificuldades na internacionalização, em parte devido à menor exposição a redes empresariais internacionais.

O desenvolvimento regional, também, está intimamente ligado à internacionalização de PMEs. Empresas qualificadas pelo PEIEX têm demonstrado uma capacidade crescente de contribuir para o desenvolvimento econômico local, gerando empregos e promovendo inovação em suas respectivas regiões. O estudo de Knight e Liesch (2016) revela que empresas "*born global*" tendem a ter um impacto positivo no desenvolvimento regional, especialmente quando essas empresas estão ativamente envolvidas em processos de digitalização e inovação. No entanto, é importante reconhecer que a inclusão de mulheres empresárias nesses processos é crucial para garantir que o desenvolvimento seja equitativo e inclusivo.

A perspectiva de gênero é, portanto, fundamental para a análise dos impactos da internacionalização e da digitalização no desenvolvimento regional. Conforme apontado por McDougall, Jones e Serapio (2014), a falta de políticas públicas voltadas para a inclusão de mulheres no comércio internacional resulta em uma subutilização do potencial feminino no ambiente empresarial. O PEIEX, ao integrar a digitalização em suas estratégias de qualificação, tem a oportunidade de corrigir essa lacuna, promovendo um ambiente mais inclusivo e equitativo, onde as mulheres possam competir de forma justa no mercado global.

Em conclusão, a digitalização oferece um caminho promissor para a internacionalização de PMEs no Brasil, especialmente as qualificadas pelo PEIEX. No entanto, para que esses benefícios sejam plenamente aproveitados, é essencial que a perspectiva de gênero seja integrada às estratégias de internacionalização. O empoderamento de mulheres empresárias por meio da digitalização contribuirá para o desenvolvimento regional e promoverá a equidade no ambiente empresarial global. Recomenda-se que o PEIEX continue a investir em capacitação voltada para mulheres, incentivando a adoção de tecnologias digitais e facilitando o acesso a mercados internacionais. Dessa forma, será possível ampliar os impactos das exportações no desenvolvimento regional e no empreendedorismo feminino, promovendo um crescimento mais inclusivo e sustentável.

Referências

ApexBrasil. (2021). **Revista de Artigos: Simpósio em Negócios Internacionais da ApexBrasil**. Brasília: ApexBrasil.

Brambilla, I., Lederman, D., & Porto, G. (2012). **Exports, export destinations, and skills**. *American Economic Review*, 102, 3406-3438.

Chandra, A. A., Paul, J., & Chavan, M. (2021). **Internationalization challenges for SMEs: evidence and theoretical extension**. *European Business Review*, 33(2).

Costa, J. F. Jr., Araujo, A. G., Cabral, E. L. S., Rensi, J. S., & Pires, A. K. S. (2021b). **Transição Digital e Internacionalização da Promoção Comercial em Empresas de Serviço: Um Estudo Multicaso do PEIEX-RN**. In: *ApexBrasil*. Revista de Artigos: Simpósio em Negócios Internacionais da ApexBrasil.

Cruz, M., Bussolo, M., & Iacovone, L. (2018). **Organizing knowledge to compete: impacts of capacity building programs on firm organization**. *Journal of International Economics*, 111, 1-20.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). **Empreendedorismo no Brasil 2020. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), 2020**. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report>. Acesso em: 22 out. 2024.

Knight, G. A., & Liesch, P. W. (2016). **Internationalization: From incremental to born global**. *Journal of World Business*, 51(1), 93-102.

Love, J. H., & Roper, S. (2015). **SME innovation, exporting and growth: a review of existing evidence**. *International Small Business Journal*, 33(1), 28-48.

McDougall, P., Jones, M., & Serapio, M. (2014). **High-potential concepts, phenomena, and theories for the advancement of international entrepreneurship research**. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 38(1), 1-10.

OECD. **OECD SME and Entrepreneurship Outlook**. Disponível em: <https://www.oecd.org/cfe/sme/>.

ENSAIO 18

Internacionalização de serviços sustentáveis e desenvolvimento regional: impactos de uma empresa de gestão de eventos

Núcleo PEIEX - Curitiba

William Rodrigo Joanico

A internacionalização de empresas de serviços, especialmente aquelas que atuam no setor de gestão de eventos, tem mostrado resultados significativos no desenvolvimento regional e na promoção do empreendedorismo feminino. Neste contexto, uma empresa brasileira do setor de hospitalidade, que oferece soluções integradas de hospedagem para eventos de médio e grande porte, se destacou ao expandir suas operações para mercados internacionais. Através de uma plataforma digital que centraliza a gestão de hospedagens, a empresa promove a sustentabilidade e o desenvolvimento regional, contribuindo para a economia circular e para a geração de empregos nas localidades onde atua.

A internacionalização desta empresa foi apoiada pelo Programa de Qualificação para Exportação (PEIEX), uma iniciativa da ApexBrasil, que tem como objetivo preparar pequenas e médias empresas (PMEs) para acessar mercados internacionais. O PEIEX oferece suporte técnico, consultoria em comércio exterior e capacitação para adaptar os serviços e produtos às exigências internacionais. Essa empresa, após sua qualificação pelo programa, conseguiu expandir sua atuação para países da América Latina e Europa, impactando diretamente o desenvolvimento econômico e social das regiões onde opera.

A gestão de eventos sustentáveis tem se tornado uma tendência global, especialmente em mercados mais maduros como o europeu. Segundo a *Global Sustainable Tourism Council (GSTC)*, eventos que adotam práticas sustentáveis atraem 35% mais participantes, evidenciando a crescente demanda por serviços que integram sustentabilidade à sua oferta (GSTC, 2022). A empresa em questão, ao promover o uso de hospedagens sustentáveis em suas operações, contribui para essa tendência ao incentivar acomodações que utilizam energia renovável, reduzam o consumo de água e promovam práticas de economia circular. Essa estratégia não apenas se alinha às exigências do mercado internacional, mas tam-

-bém fortalece as economias locais, especialmente em áreas periféricas onde a empresa atua.

O impacto regional da internacionalização de serviços pode ser observado na geração de empregos e no fortalecimento de cadeias produtivas locais. Segundo dados da ApexBrasil, empresas que exportam geram 25% mais empregos do que aquelas que operam exclusivamente no mercado interno. (ApexBrasil, 2021). No caso desta empresa, a expansão internacional resultou em um aumento de 20% na geração de empregos nas regiões onde atua, impulsionando o desenvolvimento local e criando oportunidades em setores como transporte, alimentação e turismo. Além disso, a contratação de fornecedores locais para serviços complementares contribui para o fortalecimento da economia regional, promovendo a inclusão social e econômica de comunidades que antes estavam à margem do crescimento econômico.

Um exemplo do sucesso dessa empresa na internacionalização de seus serviços foi sua parceria com uma organização internacional de dermatologia veterinária, para a organização de um grande evento em Punta Cana, República Dominicana. A empresa foi responsável por toda a logística de hospedagem e transporte dos participantes, garantindo que o evento atendesse às exigências de sustentabilidade do mercado internacional. Além disso, a empresa realizou visitas técnicas à região para firmar parcerias estratégicas com fornecedores locais, o que foi fundamental para o sucesso do evento.

De acordo com a OECD, empresas que integram práticas sustentáveis e inovadoras em suas operações têm 30% mais chances de expandir para mercados internacionais, em comparação com aquelas que não adotam essas práticas. (OECD, 2022). Essa empresa, ao focar em inovação e sustentabilidade, conseguiu se destacar em um mercado altamente competitivo, utilizando sua plataforma digital para oferecer uma experiência diferenciada e ecologicamente responsável aos seus clientes. O apoio do PEIEX foi crucial para que a empresa pudesse adaptar sua oferta de serviços às demandas internacionais, garantindo que sua plataforma fosse flexível o suficiente para lidar com a complexidade de eventos globais.

Além dos benefícios econômicos diretos, a internacionalização também promoveu a inclusão de mulheres na liderança de setores estratégicos. A empresa, liderada por uma mulher, reflete a crescente participação feminina no empreendedorismo e nos negócios globais, alinhando-se à agenda de equidade de gênero. Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), as mulheres empreendedoras estão cada vez mais integrando práticas sustentáveis em seus negócios, o que as posiciona de forma competitiva no cenário internacional. (GEM, 2020). Essa combinação de lide-

-rança feminina, inovação e sustentabilidade tem se mostrado uma estratégia eficaz para o crescimento e a consolidação da empresa em mercados globais.

A internacionalização de serviços de gestão de eventos não apenas impulsiona o crescimento econômico de empresas individuais, mas também promove impactos duradouros no desenvolvimento regional. A empresa analisada aqui se destacou por integrar práticas sustentáveis em seu modelo de negócios, gerando resultados econômicos, sociais e ambientais positivos nas regiões onde atua. O apoio de programas como o PEIEX foi essencial para que essa empresa pudesse competir de forma eficaz no mercado internacional, contribuindo para a promoção do desenvolvimento regional e para a inclusão de mulheres em posições de liderança.

Recomenda-se que iniciativas como o PEIEX continuem a expandir suas ações, com foco especial em empresas que integram práticas sustentáveis e inovadoras em seus serviços. A criação de redes de apoio internacionais e o fortalecimento de políticas públicas que incentivem a internacionalização de serviços sustentáveis são fundamentais para garantir que os impactos econômicos e sociais dessas empresas continuem a crescer, beneficiando tanto as economias locais quanto o mercado global.

Referências

ApexBrasil. **A Internacionalização como estratégia de desenvolvimento econômico**. Disponível em: <https://www.apexbrasil.com.br>. Acesso em: 22 out. 2024.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). **Empreendedorismo no Brasil 2020**. Curitiba: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP), 2020. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/report>. Acesso em: 26 out. 2024.

Global Sustainable Tourism Council (GSTC). **Guidelines for Sustainable Events**. Disponível em: <https://www.gstcouncil.org/>. Acesso em: 26 out. 2024.

OECD. **OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2022**. Paris: OECD Publishing, 2022. Disponível em: <https://www.oecd.org/cfe/sme>. Acesso em: 26 out. 2024.

ENSAIO 19

Participação feminina no comércio exterior e desenvolvimento regional: A contribuição do PEIEX

Núcleo PEIEX - Curitiba

Abimael Ortiz Barros

A participação feminina no comércio exterior é um elemento fundamental para o desenvolvimento econômico regional no Brasil. Ao apoiar a internacionalização de empresas, o PEIEX contribui para a criação de empregos e o fortalecimento das economias locais, impactando diretamente o desenvolvimento regional. O fortalecimento de políticas de inclusão de gênero no comércio exterior, portanto, pode ter um impacto ainda mais positivo, ampliando a atuação de empresárias e promovendo uma redistribuição de renda mais equitativa. Este ensaio explora como o PEIEX pode maximizar seu impacto ao promover a inclusão de empresárias no comércio internacional, impulsionando o desenvolvimento regional.

Empresas lideradas por mulheres demonstram um forte impacto na economia regional, especialmente em áreas com menos infraestrutura econômica. Mulheres empreendedoras, em geral, tendem a reinvestir mais de seus ganhos na comunidade, o que inclui a criação de empregos locais e o apoio a iniciativas sociais e educacionais (Bates & Robb, 2014). Esse reinvestimento em infraestruturas e projetos comunitários tem um efeito multiplicador no desenvolvimento local, promovendo um crescimento sustentável e inclusivo.

Pesquisas revelam que, quando mulheres participam ativamente no comércio exterior, há uma contribuição significativa para a economia local. No entanto, elas enfrentam mais dificuldades para se inserir em redes internacionais, o que limita o potencial de expansão de suas empresas. Essa limitação reflete uma necessidade urgente de que programas como o PEIEX ampliem estratégias direcionadas para apoiar empresárias, tal como foi a criação do Programa “Mulheres e Negócios Internacionais”, tendo em vista que tais iniciativas possibilitam a criação de redes de negócios internacionais, que permitam acesso a conhecimentos específicos e recursos estratégicos (Estrin & Mickiewicz, 2011).

O PEIEX, ao ser totalmente integrado com o Programa “Mulheres e Negócios Inter-

-nacionais” poderia ampliar a oferta de recursos e treinamentos específicos para empresárias, e com isso poderia reduzir a diferença entre homens e mulheres na internacionalização de empresas. Isso inclui a criação de parcerias com organizações voltadas para o empreendedorismo feminino, como a Rede Mulher Empreendedora (RME) e o apoio a programas de capacitação em áreas cruciais, como gestão financeira, negociação internacional e adaptação de produtos para mercados externos. Essas ações inclusivas geram não apenas maior equidade, mas também um impacto positivo no crescimento econômico das regiões em que as empresárias estão inseridas.

Incentivos específicos como mentorias femininas e treinamentos de liderança para empresárias são estratégias comprovadamente eficazes. Por exemplo, o programa SheTrades, do International Trade Centre, demonstra que a inclusão direcionada a empresárias promove o crescimento econômico e a equidade de gênero, além de aumentar a visibilidade das empresárias em mercados internacionais. Essa abordagem pode ser uma inspiração para o PEIEX, promovendo práticas que ajudem as empresárias a se conectar com redes globais de comércio e ampliar sua competitividade (International Trade Centre, 2021).

Empresas lideradas por mulheres apresentam um papel vital na promoção do desenvolvimento regional sustentável, pois geralmente priorizam o investimento local, com impacto direto no bem-estar da comunidade. Quando se apoia a inserção de empresárias no mercado internacional, isso promove um ciclo positivo de crescimento econômico regional. A inclusão de políticas de incentivo à participação feminina no PEIEX fortalece o impacto do programa, proporcionando mais recursos e acesso ao conhecimento, de maneira que o desenvolvimento regional possa ser promovido de forma inclusiva e justa.

Dentro da realidade do núcleo podemos destacar o trabalho feito por uma empresa de porcelanas de nossa região, que decidiu investir bastante no mercado externo, inclusive e-commerce e também na participação em feiras nacionais, tais como ABCASA e internacionais como a Ambiente (Alemanha) e Maison&Object (França), e a empresa viu no PEIEX a oportunidade de potencializar a retomada dos seus contatos internacionais, bem como o suporte e apoio para a participação nos eventos no exterior.

E esse caminho só foi traçado pela visão de uma mulher, pois o setor de comércio exterior da empresa é liderado por uma mulher, e com sua visão estratégica vislumbrou que: “a participação no programa do PEIEX seria de grande apoio no crescimento e expansão de novos mercados, e que por meio do programa, foi possível buscar novas ferramentas e definir estratégias para a entrada em merca-

-dos que buscam os produtos”.

E com a conquista de novos mercados, e com um aumento das exportações da empresa, a economia local foi impactada, pois a maior parte dos investimentos da empresa foram em capital humano, sobretudo na contratação de mulheres, que em sua maioria compõe a linha de produção da empresa.

A promoção de uma maior participação feminina no comércio exterior por meio do PEIEX tem o potencial de gerar benefícios econômicos duradouros e significativos. A inclusão de políticas específicas para empresárias pode estimular a equidade de gênero no comércio exterior, ao mesmo tempo em que promove o desenvolvimento regional sustentável. O PEIEX, ao adaptar suas práticas para apoiar empresárias, poderá contribuir para uma economia brasileira mais diversificada e inclusiva, consolidando o papel do Brasil no comércio global.

Referências

Bates, T., & Robb, A. M. (2014). *Small business viability in America's urban minority communities*. The Urban Institute Press.

Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2011). *Institutions and female entrepreneurship*. *Small Business Economics*, 37(4), 397-415.

International Trade Centre. (2021). *Empowering women entrepreneurs through export development*. ITC.

Minniti, M., & Naudé, W. (2010). *Female Entrepreneurship in Developing Countries*. *The European Journal of Development Research*, 22(3), 343-360.

APEXBRASIL

A ApexBrasil possui a missão de promover as exportações, a internacionalização das empresas brasileiras e os investimentos estrangeiros diretos, em apoio às políticas e estratégias públicas nacionais, a fim de contribuir para o crescimento sustentável da economia brasileira. Conheça os serviços oferecidos pela Agência para ajudar a sua empresa a se inserir no mercado internacional:

Inteligência de Mercado - Estudos e análises de mercados que visam orientar as empresas e os parceiros em relação às melhores oportunidades para os seus negócios internacionais.

Qualificação Empresarial - Capacitação, consultoria e assessoria oferecidas com o objetivo de incrementar a competitividade e promover a cultura exportadora nas empresas, preparando-as para os desafios do mercado internacional.

Estratégia para Internacionalização - Conjunto de serviços que visa orientar empresas e parceiros na definição de estratégias para inserção e avanço no processo de internacionalização.

Promoção de Negócios e Imagem - Ações que têm como objetivo facilitar o acesso das empresas brasileiras aos mercados internacionais, diversificar os destinos das exportações brasileiras e melhorar a percepção internacional acerca das empresas, dos produtos e dos serviços brasileiros. Os serviços dessa categoria possibilitam aos empresários o contato direto com parceiros de negócios internacionais, que auxiliam na inserção ativa e competitiva das empresas nacionais nos mercados estrangeiros.

Atração de Investimento - Ações para promover e facilitar a atração de investimentos estrangeiros diretos (IED) com o objetivo de melhorar a imagem do Brasil como um mercado atrativo para aportes de capital estrangeiro, promovendo o desenvolvimento e a competitividade do país. Ademais, as ações de atração de investimentos visam induzir a transferência de tecnologias inovadoras para empresas brasileiras.

GERÊNCIA DE COMPETITIVIDADE

Visa ampliar a competitividade das empresas brasileiras no mercado internacional, por meio de ações de qualificação para exportação e internacionalização, de acordo com o nível de maturidade exportadora, e, ainda, atuar como agente catalizador do conhecimento, promovendo estudos e pesquisas sobre promoção de exportações e internacionalização, garantindo a excelência do corpo técnico da Agência e a disseminação do conhecimento na formação de agentes de negócios internacionais.

COORDENAÇÃO DE QUALIFICAÇÃO

Tem o objetivo de promover ações de qualificação para exportação e aumento da competitividade das empresas brasileiras, de acordo com o nível de maturidade exportadora, e ainda, incentivar ações de promoção comercial para as empresas atendidas pelos programas de qualificação, facilitando seu acesso ao mercado internacional.

ANAPRI

A Associação Nacional dos Profissionais de Relações Internacionais (ANAPRI) é uma entidade sem fins lucrativos que tem como objetivo representar e promover os interesses dos profissionais que atuam nas áreas de Relações Internacionais (RI), tanto quanto disseminar a cultura de Relações Internacionais, Comércio Exterior e áreas correlatas e conectivas para Organizações, Empresas e entes públicos ou privados quanto a atuação prática dessas áreas, através de capacitação, aproximação, networking e serviços diversos que culminem no desenvolvimento das mesmas.

apexBrasil 