



## A Importância das Línguas Estrangeiras Inglês e Espanhol no Comércio Exterior

Alessandra Nunes da Silva<sup>1</sup>; Sabine Pessan da Silva<sup>2</sup>; José Abel de Andrade Baptista<sup>3</sup>;

**Resumo:** Este artigo objetiva explorar a real importância das línguas estrangeiras no âmbito do Comércio Exterior e como está pode afetar o processo de internacionalização de empresas e do ensino superior, tendo em vista que nos dias atuais possuir conhecimento ou domínio em um segundo idioma se faz necessário. Além disso, com o mercado de trabalho cada vez mais exigente, este requer profissionais capacitados que possuam um conhecimento mais abrangente ou domínio em uma segunda língua. O intuito deste artigo é explorar e demonstrar como é importante que os estudantes e profissionais da área de comércio exterior, que desejam realizar um intercâmbio ou obter sucesso em sua área de estudo e atuação profissional, tenham conhecimento sobre a real importância de se aprender uma segunda língua, seja no inglês, que atualmente é o idioma mais falado no mundo, seja o espanhol, que também é muito utilizado para a realização de negócios entre empresas brasileiras com empresas internacionais. Ademais, o presente artigo busca demonstrar essa importância por meio de uma pesquisa de campo realizada com alunos e profissionais da área de comércio exterior. Tendo em vista que, apesar de uma grande parte da população brasileira estudar ou já ter tido contato com uma segunda língua, a porcentagem de estudantes e profissionais atuantes no mercado de trabalho que realmente são fluentes no inglês ou espanhol é muito baixa. No desenvolvimento deste artigo, demonstramos resultados e dados estatísticos de como o conhecimento de um novo idioma pode contribuir para a evolução pessoal e profissional de estudantes e profissionais da área de comércio exterior.

**Palavras-chave:** Comércio Exterior, Língua Estrangeira, Internacionalização.

**Abstract:** This article aims to explore the fundamental importance of foreign languages in foreign trade and the effects in the internationalization process of higher education, considering that nowadays, having knowledge or mastery in a second language is necessary, and the increasingly demanding job market requires trained professionals who have a more comprehensive knowledge or mastery of a second language. The purpose of this study is to explore and

<sup>1</sup> Faculdade de Tecnologia da Zona Leste e [alessandra.silva33@fatec.sp.gov.br](mailto:alessandra.silva33@fatec.sp.gov.br)

<sup>2</sup> Faculdade de Tecnologia da Zona Leste e [sabine.silva@fatec.sp.gov.br](mailto:sabine.silva@fatec.sp.gov.br)

<sup>3</sup> Faculdade de Tecnologia da Zona Leste [abel@fatec.sp.gov.br](mailto:abel@fatec.sp.gov.br)

demonstrate how important it is for students and professionals in the field of foreign trade, the value of learning a second language, whether it is English which is currently the most spoken language in the world, or Spanish, which is also widely used for the realization of business between companies. In addition, this piece seeks to demonstrate this importance through field research conducted with students and professionals in foreign trade. This article also points that although a large part of the Brazilian population studies or has already had contact with a second language, the percentage of students and professionals active in the labor market who are fluent in English or Spanish is meager. This piece will be demonstrate with results and statistical data how the knowledge of a new language can contribute to the personal and professional evolution of students and professionals in foreign trade.

**Keywords:** Foreign Trade, Foreign Language, Internationalization.

## 1. Introdução

Este artigo visa mostrar a real importância dos idiomas estrangeiros para as empresas que atuam na área comercial e que desejam expandir a atuação no mercado internacional e para os alunos do ensino superior que almejam alcançar destaque no mercado internacional por meio da internacionalização. Sabendo que esse processo pode proporcionar muitos benefícios para empresas e estudantes que desejam realizar intercâmbio em outro país, este trabalho acadêmico busca, de forma simples, traçar um panorama de como a falta de conhecimento e domínio de uma segunda língua podem afetar o seu andamento.

Sabendo-se que o mercado internacional pode proporcionar às empresas novos horizontes ligados tanto à importação como à exportação, demonstraremos como é importante que os profissionais atuantes nessas áreas possuam conhecimento em novos idiomas, já que boa parte dos negócios e as alianças entre as nações são realizadas por intermédio de uma língua estrangeira, ou seja, o inglês - embora em alguns casos podemos encontrar o espanhol, e não é uma regra a ser seguida - tendo em vista que o importante é haver uma boa compreensão na negociação — (Brenda Bellani, 2017).

O comércio internacional existe em vários países, e sua importância econômica, social e política mudou a vida de toda a população brasileira, pois “traz e tira” uma parte da produção que nem sempre tem valor tangível para a economia, como compra e venda, mas também, por meio dele, ocorre o intercâmbio cultural — (Onerio Neto, 2014).

As trocas comerciais estão aumentando e o Brasil não é exceção nesse quesito. O aumento significativo dessa abordagem se reflete em sua enorme participação no PIB do Brasil nos últimos 10 anos. As exportações brasileiras de commodities, a granel e os produtos industrializados cresceram significativamente. Todos esses produtos que não são consumidos no mercado interno precisam ser descartados, desde que se tenha alguns produtos ou serviços que possam fornecer, as trocas de negócios acontecerão. Porém, quando se fala em comunicação internacional, encontramos uma dificuldade que pode impedir esse processo: a linguagem.

Esse fator pode inviabilizar as operações comerciais, considerando que, como idioma universal, o inglês é a língua mais utilizada nas negociações e nos

documentos de intercâmbio comercial, sendo que a maioria das negociações no mundo conduzidas nesse idioma. Por exemplo, Incoterms é um termo que estabelece regras e cláusulas de responsabilidade em contratos e leis do importador. Do ponto de vista da transação, este indica até que ponto se levará a carga e estabelece as responsabilidades no processo tanto do exportador como do importador, normalmente os significados de cada item possuem suas siglas em inglês, o que leva à necessidade de se ter conhecimento no idioma para entendê-las sem mal-entendidos.

Dado o exposto, nota-se a importância de pesquisar sobre os impactos da fluência na língua inglesa em transações comerciais internacionais, visto que, além de possibilitar a compreensão acerca da dinamicidade dos processos comerciais exteriores, também possibilitam o entendimento sobre como tais processos se tornam mais efetivos quando possuem profissionais que dialogam com as novas tendências e necessidades de mercado, atentos à necessidade de agregar valor a seu perfil profissional por meio da capacidade comunicativa em língua estrangeira.

A escolha para o desenvolvimento desse tema se justifica devido, a necessidade de apenas 5% da população brasileira falar ou possuir conhecimento em uma língua estrangeira e desse percentual somente 1% da população brasileira pode ser considerada fluente nas línguas inglesa ou espanhola de acordo com a pesquisa realizada pelos sites do British Council e do Instituto de Pesquisa Data Popular, considerando também que os dados obtidos nesta pesquisa apontaram que 91% da população considera a língua inglesa como a principal utilizada nos negócios internacionais (Vitória Fernandez, 2019).

## **2. Problemática**

Em meio ao contexto de internacionalização, com a ajuda do Comércio Exterior em sua grande parte, e a relação já há muito tempo existente entre os vários países, vemos a grande importância de ter-se uma segunda, terceira, e até mesmo, uma quarta língua para os profissionais da área. Dessa forma, buscamos por meio do presente artigo, desenvolver a problemática de: como a falta de conhecimento e domínio de um segundo idioma pode afetar o processo de internacionalização de uma empresa e do ensino superior?

O presente artigo também busca desvendar quais são os benefícios que esse segundo idioma pode acarretar para a formação de um profissional em Comércio Exterior e/ou Relações Internacionais e sua futura atuação na área? Quais as contribuições que esses profissionais trarão para a profissão em que atuarão e para o mercado de trabalho? Além de, como o conhecimento em mais idiomas para o currículo e conhecimento próprio do profissional pode influenciar as relações entre os países, o comércio entre eles, chegando até a internacionalização?

E como a falta de conhecimento em uma língua estrangeira pode afetar as relações de comércio internacional e os processos de internacionalização de empresas?

### 3. Objetivo Geral

Os objetivos gerais deste artigo são:

- Enfatizar a importância da Língua estrangeira no Comércio Internacional.
- Demonstrar como a falta de conhecimento e domínio de uma segunda língua pode afetar o processo de internacionalização.

### 4. Desenvolvimento

As línguas estrangeiras, ou internacionais, são uma porta de novos conhecimentos tanto para vida pessoal como profissional das pessoas que almejam atuar em áreas que se relacionem com o comércio internacional. Segundo Finardi e Porcino (2015):

Entendemos que uma língua internacional é aquela usada em contextos nacionais, internacionais e transnacionais por usuários nativos e não nativos que aprendem e usam esse idioma como língua internacional não associada a uma cultura específica. (FINARDI E PORCINO, 2015, p. 114)

Considerando que o Comércio Exterior pauta-se por negociações econômicas que requerem conexões globais, essas são, comumente, facilitadas pelo domínio da língua inglesa (ANTONIO, 2005). Desse modo, tendo como objetivo os processos globais, essas empresas vêm considerando, há relativo espaço de tempo, o inglês como uma língua global, capaz de atender suas demandas e internacionalizar o âmbito empresarial (ANTONIO, 2005). Posto isso, compreende-se a importância de uma segunda língua no comércio exterior, que reconhecidamente projeta essa como uma necessidade prévia das empresas que se dedicam a esse ramo do comércio. E com o ambiente empresarial cada vez mais competitivo, as empresas que desejam se destacar no mercado precisam de um planejamento estratégico e um conhecimento adequado do mercado comercial internacional onde atuam ou desejam atuar. Day e Wensley (1998) sustentam que para se adquirir uma maior vantagem competitiva, as empresas precisam prestar muita atenção na evolução do mercado e nas necessidades de seus clientes e principalmente nos concorrentes atuantes no mercado. Para se alcançar esse feito, muitas optam por internacionalizar seus produtos e suas empresas a fim de ganhar lugar e adquirir uma posição no mercado internacional; porém, este processo somente ocorre se o planejamento estratégico for muito bem executado. No âmbito relacionado ainda à área de negociações internacional e de acordo com (Porter, 1990b) uma vantagem competitiva deve ser buscada por meio de preços inferiores aos oferecidos pela concorrência, por benefícios equivalentes, inovadores e únicos, políticas de promoção e publicidade, não sendo descartada a possibilidade de se criar uma política de estratégia sustentável.

A internacionalização também pode ser observada como um processo, e uma busca por resultados futuros mais assertivos, pode ser definida como sendo, de certa forma, um passo a passo do processo de desenvolvimento na área de negócios internacionais, em que as empresas se comprometem com as operações do mercado internacional, seja na produção de novos produtos de acordo com a necessidade de cada cliente ou serviço nos mercados

selecionados (LUOSTARINEN, 1994). Assim, levando em consideração também que a globalização afeta e é afetada pela internacionalização, sendo ela definida como o processo internacional de integrar uma dimensão internacional, intercultural ou global ao propósito, funções e oferta de ensino superior, pode então melhorar a qualidade da educação e da pesquisa para todos os estudantes e funcionários, trazendo uma contribuição significativa para a sociedade (DE WIT et al., 2015).

Com a alta demanda de empresas que almejam internacionalizar, cresce cada vez mais, a busca por profissionais capacitados, com um currículo completo, formações abrangentes e capazes de atender às novas demandas (ANTONIO, 2005). Cursos profissionalizantes, de extensão, de aprimoramento e a fluência de idiomas estrangeiros, tornam-se requisitos básicos para o mercado de trabalho nesse momento.

Segundo Knight (2003) “A internacionalização da educação é o processo de integração de uma dimensão internacional, intercultural ou global no objetivo, nas funções ou na oferta da educação.”

Um outro ponto que pode e deve ser levado em consideração neste trabalho, é, no contexto mundial, onde o inglês é reconhecido, nos âmbitos comerciais e culturais, como o idioma mais disseminado no mundo, sendo falado por cerca de 1.132 bilhão de pessoas (GHOSH, 2020).

Por esse motivo, é considerado uma língua universal, visto que muitos países o tomam como idioma oficial e/ou como a linguagem mais utilizada em transações comerciais e políticas, por exemplo (COSTA, 2013). Desse modo, a língua inglesa configura-se como idioma de grande relevância para o comércio internacional, que coliga diversas empresas em escala global.

Sendo assim, a fluência no inglês, além de facilitar a comunicação, possibilita que negociações sejam efetivadas com maior tranquilidade, uma vez que serão realizadas no mesmo idioma, tornando assim a organização, a venda e todas as etapas da negociação ou internacionalização otimizadas e mais fáceis de serem entendidas e concretizadas, o que contribui para que o todo processo comunicativo seja mais eficiente, vertente essa, muito interessante para o comércio internacional e que pode garantir a obtenção dos resultados esperados por ambas as partes (RAMIREZ; DIAS, 2019).

## **5.1 Metodologia**

Para uma melhor compreensão e abordagem do tema, foram utilizadas referências de outros artigos científicos relacionados aos assuntos mencionados e comentados sobre o comércio internacional, línguas estrangeiras e internacionalização. Com o intuito de aprimorar o estudo sobre a importância da língua estrangeira no comércio internacional e seu impacto no processo de internacionalização, foi realizada uma coleta de dados, por meio de um questionário, com alguns alunos do curso de graduação tecnológica de Comércio Exterior, e profissionais da área.

## 5.2 Apresentação dos Resultados

Para que se obtivessem melhores resultados no desenvolvimento deste artigo, foi realizada uma pesquisa de campo com alguns alunos e profissionais da área de Comércio Exterior sobre a importância de se ter conhecimento e domínio em uma segunda língua. De acordo com os gráficos que serão apresentados, os dados coletados demonstram que o inglês se faz muito importante no comércio internacional e no processo de internacionalização de uma empresa e do ensino superior.

Considerando que no contexto de globalização, as negociações internacionais ganham maior destaque com as exportações, sejam elas de commodities, como cacau, algodão, fumo, minérios, carnes e soja etc., ou de produtos industrializados (FREITAS, 2016), o que faz com que a economia tenha grande interesse na expansão dos mercados, bem como no estímulo dessas exportações. É nesse sentido que esse trabalho considera a importância da língua inglesa nas relações comerciais internacionais e como a referida língua é cada vez mais requerida por empresas que se dedicam à internacionalização.

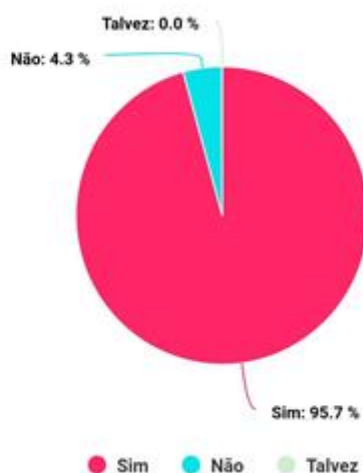
Dentro dessa perspectiva, Sandri (2008) elucida que no ramo dos negócios, para o profissional que está inserido nesse meio de negociações ou pretende se inserir no mercado internacional, o domínio de uma segunda língua é prioridade, pois permite um desempenho mais qualificado e diferenciado, que alinha a empresa às exigências globais de negociação.

Referente a essas informações em nossa primeira questão, verificamos a fluência e o conhecimento dos alunos da área de comércio exterior em outros idiomas, além do Português brasileiro. Com os dados obtidos, verificamos que os respondentes não possuem fluência em nenhum outro idioma, alguns possuem fluência somente em inglês, ou inglês e algum outro idioma, como japonês e espanhol.

Dessa forma, se evidencia que parte dos estudantes da área de comércio exterior cursando o sexto semestre e alunos do primeiro semestre de cursos relacionados ao comércio internacional, não possuem fluência em outro idioma além do Português, mesmo pelos estudos, embora sabendo ser necessário para a carreira profissional. O domínio da língua inglesa se torna realmente um diferencial profissional em tempos globais, face à grande oferta de mão de obra, mas que muitas vezes não é qualificada para alguns postos de serviço.

Figura 1 – Importância de uma língua estrangeira na área de comércio internacional.

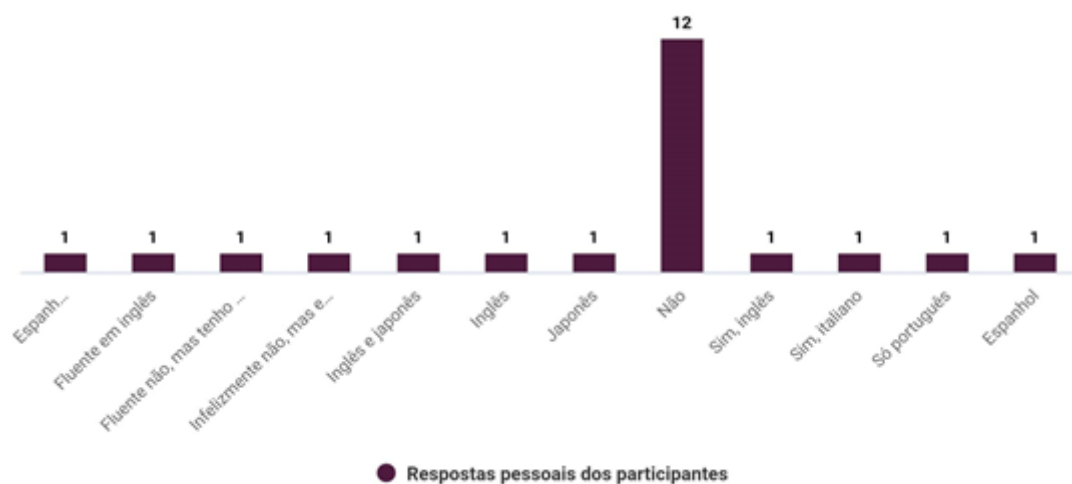
A fim de obtermos uma porcentagem da real importância que uma língua estrangeira possui na área de comércio exterior e áreas correlacionadas ao mercado internacional, perguntamos aos correspondentes se é de suma importância possuir conhecimento em uma segunda língua sendo ela o inglês ou o espanhol e o resultado obtido foi de que 95,7% dos correspondentes alegaram que sim e apenas 4,3 declararam não.



Fonte: (Autores,2021)

Figura 2 – Conhecimento dos correspondentes em uma segunda língua estrangeira.

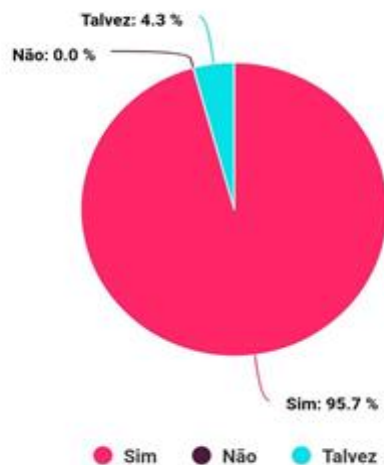
Em nossa segunda questão os correspondentes informaram seu conhecimento em uma segunda língua, de acordo com as respostas obtidas podemos observar que alguns possui conhecimento na língua inglesa e espanhola, mas não possui domínio no idioma, embora uma grande parte não possua conhecimento em nenhuma outra língua além do português brasileiro.



**Fonte:** (Autores, 2021)

Figura 3 - Exigência de conhecimento em língua estrangeira no mercado internacional.

Questionamos aos correspondentes se eles já haviam perdido alguma oportunidade de emprego ou de intercâmbio pela falta de conhecimento na língua inglesa ou espanhola e os resultados obtidos foram que 95,7% declararam que sim e apenas 4,3% declararam que não.

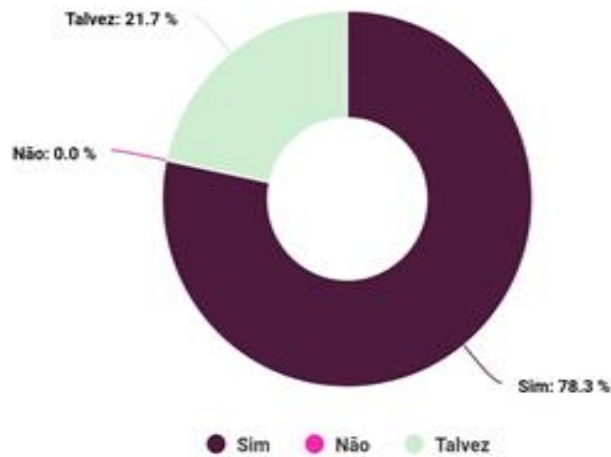


**Fonte:** (Autores, 2021)

Figura 4 - Importância do domínio da língua estrangeira no processo de internacionalização.

Buscando se saber qual a opinião dos correspondentes sobre o processo de internacionalização, questionamos se eles consideram que tanto a língua inglesa como espanhola são de suma importância neste processo e os resultados indicaram de que 78,3% consideram que sim, 21,7% que talvez.





**Fonte:** (Autores, 2021)

## 6. Considerações Finais

O desenvolvimento deste trabalho colocou em discussão a importância da língua estrangeira na área de comércio exterior, com ênfase no processo de internacionalização de empresas e do ensino superior, a fim de observar como o domínio de uma língua estrangeira universalizada agrega valor aos negócios, tanto para a empresa, que negocia e se inter-relaciona com os clientes quanto para os estudantes que desejam realizar intercâmbio fora do país.

Tendo em vista os aspectos mencionados no decorrer deste trabalho, pautados na discussão bibliográfica, foi possível compor um panorama ao qual analisa a importância do domínio da língua inglesa para o mercado internacional.

Isso porque, segundo os autores citados, há um consenso na área que se preocupa em evidenciar a importância do domínio da língua estrangeira seja ela o inglês ou o espanhol para a concretização de acordos e alianças entre as nações ou para os estudantes que almejam aprimorar seu conhecimento em uma língua estrangeira por intermédio de intercâmbio fora do Brasil e conquistar uma posição de destaque atuando no comércio internacional.

## Referências Bibliográficas

EIDELCHTEIN, Claudio; FIORELLI Enzo; REBONO, Maria. **Manual Prático de Comércio Exterior**. São Paulo, 2018. 250 p.

BELLANI, Brenda. **Qual a importância do Inglês para uma carreira internacional?** HOTCOURSES, Brasil, 15 Nov 2017 – Disponível em: <https://www.hotcourses.com.br/study-abroad-info/careers-prospects/qual-e-a-importancia-do-ingles-para-uma-carreira-internacional/>. Acesso em 20 de agosto de 2021.

NETO, Onerio. **Saiba a importância de saber línguas estrangeiras para os profissionais de comércio exterior**. Language Trainers Brasil Blog, Brasil, 10 Abr 2014 – Disponível em: <https://www.languagetrainersbrasil.com.br/blog/saiba-a-importancia-de-saber-linguas-estrangeiras-para-os-profissionais-de-comercio-externo/>. Acesso em: 20 de agosto de 2021.

FERNANDES, Vitória. **Apesar de estar no currículo apenas 1% dos brasileiros realmente fala inglês fluente**. Money Times, 15 Jul 2019 – Disponível em: <https://www.moneytimes.com.br/apesar-de-estar-no-curriculo-apenas-1-dos-brasileiros-realmente-fala-ingles-fluente>. Acesso em: 23 de agosto de 2021.

COSTA, Emmanuelle. O impacto da globalização na motivação dos alunos de inglês na Língua Estrangeira. **Repositório**, 2019 Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/32698>. Acesso em: 10 de agosto de 2021.

FINARDI, Kyria; SANTOS, Jade; GUIMARÃES, Felipe. A relação entre línguas estrangeiras e o processo de internacionalização: Evidências da Coordenação de Letramento Internacional de uma Universidade Federal. **Periódicos**, 2016 Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/interfaces/article/view/7514>. Acesso em: 19 de agosto de 2021.

OLIVEIRA, Leilane. A internacionalização da Universidade de São Paulo: Relações entre a demanda estrangeira e o ensino de português como língua adicional. **ProQuest**, 2019 Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/59e28a493bd3ade29805a1af1d297e9a/1.pdf?pq-origsite=gscholar&cbl=2038865>. Acesso em: 23 agosto 2021.

SANDRI, G. A; RODRIGUES, M. M. **Língua estrangeira desbravando as fronteiras**. Porto Alegre, 2008.

ANTONIO, F. P. A importância do inglês no comércio exterior. **Revista Eletrônica de Administração**, n. 8, jun. 2005. Disponível em: [http://faef.revista.inf.br/imagens\\_arquivos/arquivos\\_destaque/64jZBrU4c2mw13J\\_2013-4-26-9-41-4.pdf](http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/64jZBrU4c2mw13J_2013-4-26-9-41-4.pdf). Acesso em: 17 outubro de 2021.

RAMIREZ, R. A.; DIAS, W. R. A língua inglesa como fator de inclusão profissional. **Revista De Educação Da Universidade Federal Do Vale Do São Francisco**, V. 9, N. 18) 123-136, 2019. Disponível em: <http://periodicos.univasf.edu.br/index.php/revasf/article/view/445>. Acesso em: 19 agosto de 2021.

FREITAS, E. **Comércio Externo Brasileiro**. 2016. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/comercio-externo-brasileiro.htm>. Acesso em 17 outubro de 2021.

PERES, J.W.; MORAES, K.D.; VALIDÓRIO, V.C. **A importância do domínio da língua inglesa para o comércio exterior.** Disponível em: <http://www.jornacitec.fatecbt.edu.br/index.php/IXJTC/IXJTC/paper/viewFile/2353/2824>. Acesso em: 17 outubro de 2021.

GHOSH, I. Ranked: The 100 Most Spoken Languages Around the World. Visual Capitalist, 2020. Disponível em: <https://www.visualcapitalist.com/100-mostspokenlanguages/>. Acesso em 17 outubro de 2021.

COSTA, G. dos S. Mobile learning: explorando potencialidades com uso do celular no ensino: aprendizagem de língua inglesa como língua estrangeira com alunos da escola pública. Recife, 2013. 182 p. Tese (doutorado) – UFPE, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-graduação em Letras, 2013. Acesso em: 18 outubro de 2021.

KNIGHT, Jane. Updating the definition of internationalization. International Higher Education, Boston, n.33, Fall, p. 2-3, 2003. Disponível em: <https://ejournals.bc.edu/ojs/index.php/ihe/article/view/7391/6588>. Acesso em: 18 outubro de 2021.

DE WIT, Hans; HUNTER, Fiona. The future of internationalization of Higher Education. International Higher Education, Boston, n. 83, p. 23, 2015. Disponível em: <https://ejournals.bc.edu/ojs/index.php/ihe/article/view/9073>. Acesso em: 18 outubro 2021.