

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE INDAIATUBA

Anemeire Narcizo da Silva

**Uso da Língua Inglesa: desempenho do profissional de
Comércio Exterior no mercado de trabalho**

Indaiatuba

Dezembro/ 2009

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
FACULDADE DE TECNOLOGIA DE INDAIATUBA

Anemeire Narcizo da Silva

**Uso da Língua Inglesa: desempenho do profissional de
Comércio Exterior no mercado de trabalho**

Trabalho Final do Curso Superior de
Tecnologia em Gestão Empresarial na ênfase
de Comércio Exterior, elaborado sob a
orientação da professora Silma Carneiro
Pompeu.

Indaiatuba

Dezembro/ 2009

SUMÁRIO

Resumo	4
Introdução.....	5
CAPÍTULO I A EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO E A INTERNACIONALIZAÇÃO NAS EMPRESAS	11
1.1 A Evolução do Comércio Exterior Brasileiro.....	12
1.2 A Internacionalização das Empresas	15
1.3 Negociação internacional.....	15
CAPÍTULO II A LÍNGUA INGLESA E SUAS HABILIDADES	18
2.1 As habilidades lingüísticas no aprendizado de línguas	24
CAPÍTULO III ANÁLISES DOS DADOS DA PESQUISA DE CAMPO	27
3.1 Análises de Pesquisa.....	28
Considerações Finais.....	34
Referências Bibliográficas.....	36
Anexos.....	39

Resumo

Este trabalho monográfico tem como objetivo abordar o uso da língua inglesa no mercado de trabalho, como uma das dificuldades enfrentadas pelo profissional de Comércio Exterior. Em uma negociação internacional deve-se conhecer bem a cultura da pessoa com quem se está negociando e tomar os devidos cuidados na hora de falar com o interlocutor, principalmente se for usar uma língua estrangeira, como é o caso da língua inglesa. Este estudo foi fundamentado através de pesquisas bibliográficas de temas relacionados e uma pesquisa de caráter quantitativo/qualitativo realizado com alunos do 5º e 6º semestre do curso de Comércio Exterior da Fatec Indaiatuba. Essa pesquisa proporcionou contribuições importantes para o estudo, nos permitindo identificar no uso da língua inglesa em qual habilidade o profissional de Comércio Exterior tem mais dificuldade e algumas explicações para essa dificuldade. De forma geral, concluímos que a habilidade que o profissional de Comércio Exterior tem mais dificuldade é a fala/oralidade e as justificativas que mais se repetiram foram: a falta de prática, insegurança, medo de errar e a timidez. Ao final, podemos perceber que essa dificuldade pode sim interferir em uma negociação internacional, e que, entender a origem e tentar superar e melhorar no quesito oralidade da língua inglesa pode trazer melhores resultados na negociação internacional.

Palavras-chave: negociação; língua inglesa; oralidade; Comércio Exterior.

Introdução

Com a internacionalização crescente das empresas, o uso de línguas estrangeiras tornou-se uma ferramenta muito importante para se obter sucesso em negociações no Comércio Exterior, principalmente a língua inglesa. Para que a negociação tenha êxito, é necessário compreender de vários pontos importantes que envolvem os participantes de uma negociação internacional, como fatores culturais, costumes, comportamentos, legislação entre outros e principalmente a língua nativa do país em negociação.

Segundo SANCHES¹ *apud* TONDELLI (1997, p.1) menciona que, “vai longe o tempo em que aprender um segundo idioma era coisa para poucos, incluindo-se aí profissionais que, por exigência de mercado, tinha a necessidade de falar outra língua”.

É muito importante ter domínio na língua nativa do país com a qual pretende se negociar, pois qualquer mal entendido pode gerar grandes problemas em uma negociação internacional, mesmo havendo padronização nos termos técnicos no cenário de Comércio Exterior, é possível que mudanças ocorram, dependendo do país envolvido na negociação.

O autor KUAZAQUI (2007, p.167) ainda acrescenta que:

Deve-se entender que a língua nativa do país com o qual queremos efetuar operações comerciais deve ser bem estudada e analisada, a fim de evitar problemas de entendimento. Embora exista uma certa uniformidade nos termos técnicos utilizados nas transações internacionais, como nos *incoterms*, devemos considerar que pode haver vieses no processo de comunicação por meio de linguagem verbal, ou até por escrito, dada as

¹ Artigo: “A influência da língua estrangeira na empregabilidade de profissionais da área de tecnológica no setor industrial: um estudo exploratório na região norte do Paraná”, disponível em: <http://www.revistaaopedaletra.net/volumes/vol%2010.1/Vol10-Simone-fatima.pdf>

variantes de cada país e cultura. A empresa deve levantar, através de projeto exploratório, características quanto à língua e adaptar seu plano de negócios, conforme as nuances de cada região.

Em relação ao Comércio Exterior brasileiro, pode-se afirmar que desde os anos 90 vem se mostrando bastante expansivo. Segundo o Ministério do Desenvolvimento², desde os anos 90 o Comércio Exterior brasileiro vem se mostrando expansivo, após a abertura comercial, que permitiu a redução de tarifas de importação e a reformulação dos incentivos à exportação. O estabelecimento do MERCOSUL³ também auxiliou neste processo. Isto significa que o cenário do Comércio Exterior demonstra ser uma área em crescimento e o profissional de Comércio Exterior precisa se adequar às necessidades dessa área para ingressar e/ou se manter nesse mercado de trabalho. Uma dessas necessidades é, a saber, utilizar a língua inglesa no ato da negociação.

Neste estudo quando utilizarmos o termo língua inglesa, queremos que seja entendida como a língua utilizada por países de língua inglesa e também em ambientes globalizados, sem privilegiar o britânico ou o americano, mas um inglês de uso mundial, pois, a língua inglesa é usada como língua padrão em meio tantos países e culturas que movimentam o Comércio Internacional.

Consideramos a língua inglesa um quesito muito importante para o profissional de Comércio Exterior, pois, problemas de compreensão e comunicação ao utilizar tal língua podem gerar grandes problemas em uma negociação.

² www.mdic.gov.br acessado em 07/06/09 às 17h21min

³ <http://www.mercosul.gov.br> acessado em 30/08/09 às 16h57min – MERCOSUL (Mercado Comum do Sul) em 26 de março de 1991 foi assinado o Tratado de Assunção para a constituição de um mercado comum entre: Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai

Segundo CRYSTAL (1997, p.72) *apud* DUARTE Jr., o domínio da língua inglesa no cenário internacional, foi de certa forma imposta, devido à expansão colonial britânica e o crescimento dos EUA líder do poder econômico do século XX.

O perfil do profissional da área de Comércio Exterior, de acordo com o manual do candidato do vestibular da Fatec-ID para o 2º semestre 2009 (p.19 a 22), podemos observar que a necessidade do domínio de língua estrangeira é mencionada:

O foco principal deste estudo é o uso da língua inglesa e as dificuldades no possível aprendizado para utilizá-la no trabalho. Para entendermos essa dificuldade é importante definirmos negociação internacional e cultura, aspectos que devem ser levados em consideração no momento da negociação.

Para JUNQUEIRA (*apud* OLIVEIRA, 2004, p.34)

Negociação é um processo de buscar aceitação de idéias, propósitos ou interesses, visando ao melhor resultado possível, de tal modo que as partes envolvidas terminem a negociação conscientes de que foram ouvidas, tiveram oportunidades de apresentar todas a sua argumentação e que o produto final seja maior que a soma das contribuições individuais.

Um dos pontos importantes nas negociações internacionais refere-se à escolha da língua da negociação. As pesquisas demonstram que quando as partes se comunicam em um idioma comum, o resultado favorável é mais facilmente alcançado (MARTINELLI, 2004, p.223)

Diante do exposto, o presente estudo monográfico aborda a negociação internacional, sob o enfoque da dificuldade do profissional do Comércio Exterior da FATEC Indaiatuba, quanto ao uso da língua inglesa no quesito fala.

Objetivo principal

O objetivo principal deste estudo é discutir o uso da língua inglesa como uma das principais dificuldades que o profissional de Comércio Exterior enfrenta, no ato de uma negociação internacional, levando-se em conta as habilidades exigidas no aprendizado da língua inglesa como: escrita, leitura, compreensão ou na fala/oralidade.

Objetivos específicos:

Identificar os sujeitos com dificuldades de aprendizado na língua inglesa entre os alunos de Comércio Exterior da Fatec Indaiatuba;

Identificar qual habilidade o sujeito tem mais dificuldade no ato de uma negociação internacional: ler, escrever, compreender ou falar;

Apresentar possíveis origens e causas das dificuldades do profissional de Comércio Exterior no aprendizado da língua inglesa.

Justificativa

O desejo de investigar a questão do idioma estrangeiro vem ao encontro de minhas necessidades de entender as dificuldades que enfrento para utilizar a língua inglesa no ato de uma negociação internacional.

Este estudo também poderá acrescentar conhecimento ao profissional do ramo de Comércio Exterior, colegas de faculdade, comunidade local e outros. Poderá contribuir para a melhoria do ensino/aprendizagem da língua inglesa na Fatec Indaiatuba, ao identificar as dificuldades dos alunos dentre as habilidades

desenvolvidas no aprendizado de língua inglesa - leitura, escrita, entendimento ou fala no uso da língua inglesa e suas causas e origens.

Problematização

Dentre os profissionais de Comércio Exterior que percebem alguma dificuldade com a língua inglesa no ato de uma negociação internacional, queremos identificar quais são essas dificuldades (leitura, escrita, entendimento ou fala) e suas causas/origens.

Para isso utilizamos as seguintes questões aplicadas na pesquisa de campo para embasar a nossa problematização:

- 1) Você trabalha em Comércio Exterior?
- 2) Você utiliza a língua inglesa no trabalho?
- 3) Qual a sua maior dificuldade com a língua inglesa no ato de uma negociação internacional (ler, escrever, compreender ou falar)?

Metodologia

Para atender aos objetivos propostos neste estudo monográfico, adotamos a pesquisa bibliográfica, que se caracteriza pela atividade de localização e consulta de fontes diversas de informação escrita, para coletar dados gerais ou específicos a respeito de determinado tema (Carvalho, 1989).

Foi realizada também uma pesquisa de campo que de acordo com Rodrigues (2007), é a observação dos fatos tal como ocorre, ela não permite controlar ou isolar variáveis e visa perceber e estudar as relações estabelecidas. A pesquisa realizada com os alunos do 5º e 6º semestre do curso de Comércio Exterior da Fatec Indaiatuba, é do tipo quantitativa e segundo Rodrigues (2007), na pesquisa

quantitativa se utiliza métodos estatísticos, traduzindo em números opiniões e informações a serem analisadas.

Esta pesquisa foi respondida por 48 indivíduos, com a finalidade de identificar no uso da língua inglesa em qual habilidade o profissional de Comércio Exterior tem mais dificuldade e algumas explicações para essa dificuldade. Os dados coletados através da pesquisa de campo foram analisados e interpretados, a fim de atender aos objetivos propostos inicialmente neste estudo.

Organização da argumentação

O presente estudo está dividido em três capítulos, distribuídos da seguinte forma:

O primeiro capítulo descreveu a evolução do Comércio Exterior brasileiro e a internacionalização das empresas, conceituou negociação internacional, apontou as dificuldades enfrentadas em uma negociação internacional, trouxe a importância da língua inglesa em uma negociação internacional e descrever o perfil do profissional de Comércio Exterior. No segundo capítulo nos aprofundamos no tema da língua inglesa e suas quatro habilidades (leitura, escrita, entendimento e fala/oralidade). O terceiro capítulo apresentou os resultados da pesquisa de campo, demonstrados através de gráficos, que foram em seguida analisados minuciosamente.

CAPÍTULO I

A EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO E A INTERNACIONALIZAÇÃO NAS EMPRESAS

Neste capítulo buscamos descrever brevemente a evolução do Comércio Exterior brasileiro e a internacionalização das empresas, negociação internacional e dentro deste tema apontamos as dificuldades enfrentadas pelo profissional de Comércio Exterior e a importância da língua inglesa em uma negociação internacional. Ainda neste capítulo trazemos o perfil do profissional de Comércio Exterior.

Diante da necessidade de aumentar suas vendas e conquistar novos mercados, as empresas optaram por iniciar atividades de exportação, como dizia Gudin, (apud Oliveira, 1997, p.20) ex-ministro da Fazenda:

O comércio internacional é um fator de prosperidade e enriquecimento para os países que dele participam. Primeiro porque eleva o padrão de vida; segundo porque utiliza a capacidade ociosa da produção e, com o aumento do volume dessa produção, seus custos tendem a baixar; terceiro porque incrementa o volume de emprego.

O cenário de Comércio Exterior no Brasil sofreu várias mudanças ao longo do tempo, porque até então (antes da década de 90) o governo era o principal agente que promovia o crescimento, orientando a expansão econômica, e essas mudanças se intensificaram na década de 90, no governo do presidente Fernando Collor de Melo, com a Medida Provisória nº 158, depois transformada, com modificações, na Lei nº 8.0323, com a Portaria MEFP Nº 564 e com a Medida Provisória nº 161 (depois Lei nº 8.034, em 12/04/90, com algumas mudanças) da mesma data.

Segundo Soares (2004, p.13) Comércio Exterior é:

Uma operação de compra e venda internacional como aquela em que dois ou mais agentes econômicos sediados e/ou residentes em países diferentes negociam uma mercadoria que sofrerá um transporte internacional e cujo resultado financeiro sofrerá uma operação de câmbio.

A principal idéia que Soares tenta transmitir a respeito do significado do termo Comércio Exterior é a de comércio de mercadorias ou de serviços entre dois países de diferentes nacionalidades.

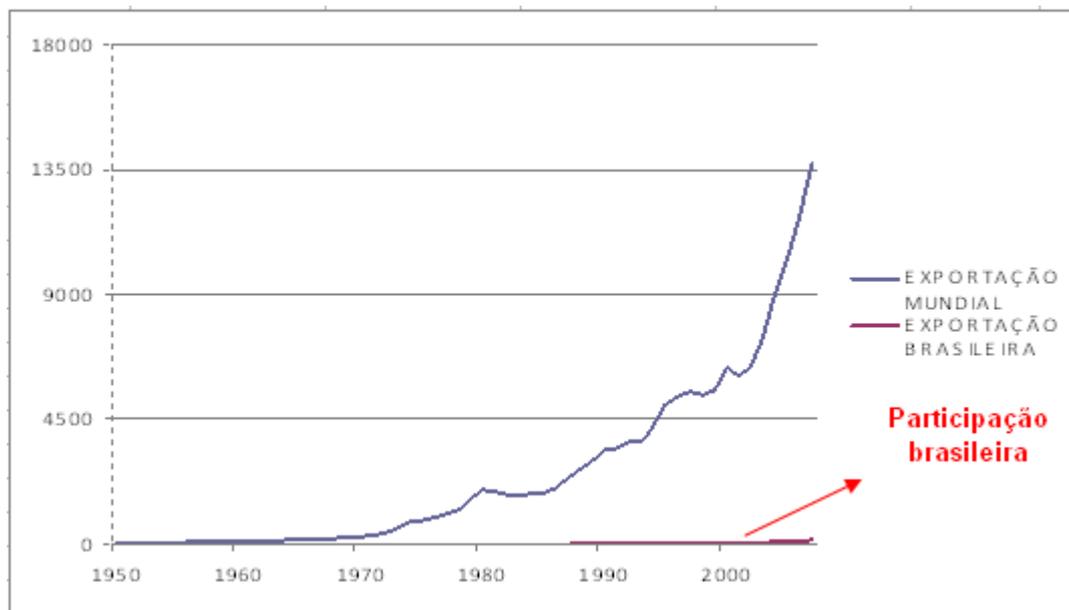
1.1 A Evolução do Comércio Exterior Brasileiro

Segundo o Ministério do Desenvolvimento⁴, desde os anos 90 o Comércio Exterior brasileiro vem se mostrando expansivo, com a abertura comercial que permitiu a redução de tarifas de importação e a reformulação dos incentivos à exportação. A abertura comercial foi iniciada na década de 90, juntamente com o plano Real (nova moeda), e ajudou a combater a inflação, o que contribuiu para a reestruturação da indústria brasileira, que alterou sua competitividade e o modo de inserção no comércio internacional

⁴ www.mdic.gov.br - Acessado em 20/09/09 às 20h17min

Hoje, o Brasil vem se desenvolvendo lentamente no Comércio Exterior, se comparado ao desenvolvimento de outros países. O gráfico abaixo compara as exportações no Brasil com as exportações mundiais, entre os anos de 1950 a 2000, e que nos permite observar a mínima participação brasileira.

(Fonte: SECEX) Gráfico 1: Exportações Mundiais e Balança Comercial Brasileira- US\$ bilhões FOB



A seguir, temos os demonstrativos das exportações no Brasil entre os anos de 1950 e 2008.

Fonte: SECEX – Gráfico 2⁵: (Secretaria de Comércio Exterior)

**PARTICIPAÇÃO EM % DO BRASIL NAS EXPORTAÇÕES MUNDIAIS
1950 A 2008**

1950	1960	1970	1980	1990	2000	2008
2,4	1,1	0,9	1,0	0,9	0,9	1,2

⁵ <http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=1486&refr=608>
acessado 07/06/09 às 18h15min

Observe que após o ano de 1950 a participação do Brasil nas exportações mundiais só diminuiu, segundo o IPEA⁶ no período de 1965/85 iniciam-se vários esquemas de apoio às exportações como: incentivos fiscais, regulamentação do drawback⁷ em 1964 e isenção do IPI⁸, mas, mesmo assim os números continuam diminuindo na década de 70 no mesmo período em que houve a crise do petróleo, observa-se também uma leve recuperação na década de 80 no mesmo período da crise das dívidas externas brasileiras. Mas, foi a partir de 1990, como descrevemos no início deste capítulo, que o Comércio Exterior brasileiro se mostrou expansivo, porém, o demonstrativo acima não aponta um crescimento nas exportações, que só veio ocorrer, ainda que muito timidamente, em 2008, chegando a um crescimento de 1,2%.

PANOSSO (apud OLIVEIRA, 2000, p.52) coloca que durante muito tempo os países preocuparam-se em ser efetivos apenas em sua economia, relativamente fechada para o mercado externo, o que bastava para garantir a sobrevivência das empresas. Hoje, uma empresa não pode pensar dessa forma se quiser manter-se em atividade, pois, o mercado interno já não é mais suficiente e a concorrência é grande.

⁶ As políticas industrial e de comércio exterior no Brasil: rumos e definições – disponível em: WWW.ipea.gov.br

⁷ Regime aduaneiro especial de drawback, instituído em 1966 pelo Decreto Lei nº 37, de 21/11/66, consiste na suspensão ou na eliminação de tributos incidentes sobre insumos importados para utilização em produto exportado. O mecanismo funciona como um incentivo às exportações, pois reduz os custos de produção de produtos exportáveis, tornando-os mais competitivos no mercado internacional.

⁸ Imposto sobre produto industrializado - <http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/LegisAssunto/ImpSobProIndIPI/ImpSobProIndIPI.htm> - acessado 13/11/09 - às 14h30min

Para VASQUEZ (2003, p.17): a globalização internacional da economia faz com que os países intercambiem bens e serviços com mais rapidez, num fluxo que tende a ser cada vez mais ágil e interativo. Formam-se os grupos regionais, as alianças, para que os países, unidos nos mesmos objetivos, possam disputar com maiores possibilidades de sucesso sua fatia no bolo.

Vasquez tenta transmitir que a atividade internacional de troca de bens/serviços tende a ser cada vez mais ágil e deixa claro que é um mercado concorrido para os países que participam do comércio internacional, sendo uma boa alternativa criar parcerias para não falhar na busca de novos mercados.

1.2 A Internacionalização das Empresas

O fenômeno da internacionalização, que vem crescendo nas empresas, torna as negociações internacionais mais complexas, pois englobam culturas, idiomas e economias diferentes entre outros aspectos, tanto para as empresas que já atuam quanto para as que começaram a atuar no cenário internacional.

Segundo PIPKIN (2005, p.15);

A internacionalização das empresas quer seja por meio da expansão de suas operações para os mercados externos, quer seja pela aquisição de insumos, componentes e/ou bens acabados, parece ter se tornado uma questão ligada à própria sobrevivência das organizações em mercados cada vez mais competitivos.

A questão da internacionalização é um tema novo nos livros, mas, apesar de já vir acontecendo em algumas empresas brasileiras desde a década de 70, e conforme citação apontada por Pipkin (2005, p.15), o mesmo se aplicou principalmente em empresas prestadoras de serviços, que buscaram na internacionalização um meio de sobrevivência.

1.3 Negociação internacional

Para melhor atuar no cenário internacional, as empresas devem considerar as negociações internacionais como uma vantagem competitiva enfatizando-se a

necessidade do desenvolvimento de habilidades essenciais aos negociadores que atuam nesse cenário.

Segundo VENTURA e MARTINELLI (2008, p.221 – 231), os interesses comuns e o potencial de conflito são elementos necessários a qualquer negociação. Logo, deve-se pensar a negociação do ponto de vista estratégico, como algo fundamental para a solução de conflitos.

OLIVEIRA (2004, p.34) afirma que as pessoas discordam entre si e utilizam a negociação para buscar uma forma de ação conjunta, que possa atender melhor as partes envolvidas.

Junqueira (apud OLIVEIRA, 2004, p.34) define:

Negociar é o processo de buscar aceitação de idéias, propósitos ou interesses, visando ao melhor resultado possível, de tal modo que as partes envolvidas terminem a negociação consciente de que foram ouvidas, tiveram oportunidades de apresentar toda a sua argumentação e de que o produto final foi maior que a soma das contribuições individuais.

Diante dessas definições, podemos compreender que negociamos sempre há um conflito de interesses e que quando se fala em negociação, a idéia inicial que temos é a necessidade de sempre levar vantagem, esquecendo da outra parte envolvida, mas, para um relacionamento duradouro é necessário que a negociação seja do tipo ganha - ganha, na qual as duas partes ou todas as partes envolvidas saem ganhando em uma negociação.

De forma resumida, KUAZAQUI et al (2007, p.158) fala sobre a negociação por telefone que é bastante comum em negociações internacionais que posteriormente é formalizada por escrito. O autor Kuzaqui alerta para os seguintes pontos: adequar a linguagem usual e comercial ao país avaliado, utilizar sempre os

termos técnicos utilizados em Comércio Exterior, não usar gírias, voz e respiração de acordo com o momento, tendo e transmitindo a segurança necessária, ótima dicção (em caso de insegurança no idioma contratar um tradutor/intérprete), boa elocução, ou seja, voz firme direta e bem entonada.

Os pontos abordados por KUAZAQUI são pertinentes, pois, em todo tipo de negociação é complicado porque se negociam interesses, e fazer isso em uma língua estrangeira é ainda mais difícil e dá margem para que erros ocorram, principalmente se o negociador não dominar a língua nativa do país em negociação.

CAPÍTULO II

A LÍNGUA INGLESA E SUAS HABILIDADES

Neste capítulo abordaremos a importância da língua inglesa em uma negociação internacional e para o profissional de Comércio Exterior e a língua inglesa dentro das quatro habilidades que compõem o aprendizado: a leitura, escrita, compreensão e fala/oralidade.

É importante nesse momento definir o que é língua, linguagem e idioma termos comumente utilizados de forma indiscriminada.

Linguagem, segundo a definição de BENVENISTE (apud VANOYE, 1998, p.21) é:

É um sistema de signos socializados. “Socializado” remete claramente à função de comunicação da linguagem. A expressão “sistema de signos” é empregada para definir a linguagem como um conjunto cujos elementos se determinam em suas inter-relações, ou seja, um conjunto no qual nada significa por si, mas tudo significa em função dos outros elementos. Em outras palavras, o sentido de um termo, bem como o de um enunciado, é função do contexto em que ele ocorre.

Língua, para OLIVEIRA (apud MACHADO e MOZZILLO, 2005, p.7) é explicado da seguinte forma: “As línguas são instrumentos de poder, instrumentos de resistência ao poder e, compõem a história das sociedades humanas como um elemento ativo”.

Pesquisando monografia acerca desse tema encontramos na pesquisa monográfica do Duarte Jr. “O inglês geral é suficiente para o ingresso do profissional na área de Comércio Exterior?” (2009, p16 e 17) um trecho que explicaria a língua inglesa como a língua mais usada no Comércio Exterior.

Segundo CRYSTAL (1997, p.72) apud Duarte Jr., notamos que:

No início do século XIX, a Grã-Bretanha havia se tornado o líder mundial industrial, e nenhum outro país conseguia se igualar ao seu crescimento de 2% ao ano: a maioria das inovações da Revolução Industrial foi de origem britânica. Água e vapor para dirigir máquinas pesadas; desenvolvimento de novas matérias; técnicas e equipamentos em larga escala industrial manufatureira e novos meios de transporte. O crescimento industrial da época refletiu também na expansão da língua inglesa.

Para CRYSTAL (1997, p.72), o status do idioma inglês no mundo é resultado de dois fatores:

- A expansão colonial britânica que teve seu pico no final do século XIX;
- O rápido crescimento dos Estados Unidos, que se tornou líder do poder econômico do século XX; e é exatamente o segundo fator que ainda continua determinado a posição do inglês no *ranking* mundial.

De acordo com CRYSTAL todas essas inovações produzidas por um país de língua inglesa, de certa forma impunham aos demais países que quisessem saber mais sobre elas, a necessidade de aprenderem a língua inglesa, se quisessem, de alguma forma, se beneficiar, desde então a língua inglesa segue dominando o

cenário internacional e não demonstra sinais de ser possivelmente substituída por outra língua.

Agora que compreendemos os motivos pelos quais a língua inglesa é usada como a língua padrão no comércio internacional, entenderemos a sua importância em uma negociação internacional, ainda mais importante é entender a língua também nas nuances e variantes culturais conforme Edimir Kuazaqui, (2007, p.167)

Deve-se entender que a língua nativa do país com o qual queremos efetuar operações comerciais deve ser bem estudada e analisada, a fim de evitar problemas de entendimento. Embora exista uma certa uniformidade nos termos técnicos utilizados nas transações internacionais, como nos *incoterms*, devemos considerar que pode haver vieses no processo de comunicação por meio de linguagem verbal, ou até por escrito, dada as variantes de cada país e cultura. A empresa deve levantar, através de projeto exploratório, características quanto à língua e adaptar seu plano de negócios, conforme as nuances de cada região.

KUAZAQUI aponta demonstra a importância da compreensão da língua nativa do país com o qual se negociará, a fim de evitar problemas de entendimento do que se quer transmitir, mesmo havendo uma padronização nos termos técnicos no cenário de Comércio Exterior, como anteriormente citado, por exemplo, os *incoterms*⁹. Ainda assim é possível que desentendimentos ocorram, pois, palavras podem ser pronunciadas de forma diferente, de forma que esse erro somente fique visível quando a negociação for para o papel ou quando o processo de negociação estiver em trânsito, de forma equivocada e não conforme esperado, trazendo grandes transtornos para um dos lados.

⁹ Os chamados *incoterms* (International Commercial Terms / Termos Internacionais de Comércio) servem para definir, dentro da estrutura de um contrato de compra e venda internacionais, os direitos e obrigações recíprocas do exportador e do importador, estabelecendo, por exemplo, onde o exportador deve entregar a mercadoria, quem paga o frete e quem é o responsável pela contratação do seguro. <http://www.aprendendoaexportar.gov.br/informacoes/incoterms.htm> - acessado 14/11/09 as 16h07min

Outro ponto importante que Kuazaqui aborda é o tipo de linguagem a ser usada em uma negociação internacional, pois, na linguagem informal se utilizam várias expressões que podem ser entendidas de diferentes formas dependendo do país, podendo acarretar desentendimentos.

Utilizar sempre os termos técnicos utilizados em Comércio Exterior, sempre os utilize, para que tenha argumentos plausíveis em possíveis futuras discussões até envolvendo a legislação nacional ou internacional (EDMIR KUAZAQUI 2007, p.160).

A utilização dos termos técnicos no Comércio Exterior ainda é uma forma segura para evitar e solucionar possíveis transtornos originários de uma negociação internacional.

De modo geral, podemos compreender que é muito importante dominar a língua nativa do país com o qual se negociará e que a falta de domínio na língua inglesa pode trazer dificuldades em uma negociação, mesmo utilizando termos técnicos é possível que desentendimentos ocorram, no uso da oralidade, é importante também evitar o uso da linguagem informal.

Baseado nas variáveis incontroláveis do mercado externo e nas constantes mudanças/atualizações no cenário internacional é necessário que o profissional de Comércio Exterior mantenha-se atualizado e bem informado para acompanhar essas transformações que podem afetar as negociações internacionais. Floriani (*apud* Oliveira, 2004, p.44) diz que:

As estratégias utilizadas pelos negociadores estão diretamente ligadas à cultura a que pertencem. Muitas vezes, interpretam-se essas situações segundo o prisma cultural de origem, podendo ser a estratégia do parceiro de negócio interpretada de forma contrária daquela pretendida. A influência do fator cultural, tanto nas simulações de negociação quanto em situações reais pode provocar o fracasso, mesmo que ambas as partes tenham uma compreensão mútua de interesses e que, normalmente, esse fato conduza a um acordo. A probabilidade de erros de interpretação se multiplica quando as partes falam línguas diferentes (meu grifo).

O profissional que deseja atuar no Comércio Exterior necessita ter fluência principalmente na língua inglesa para efetuar negociações internacionais, evitar erros de interpretação e obter sucesso em seus negócios. Segundo o manual do candidato para o vestibular da Fatec 2º semestre 2009 (p.19 e 22) o perfil do tecnólogo de Comércio Exterior consiste em:

O Tecnólogo em Comércio Exterior gerencia operações de comércio exterior tais como: transações cambiais, despachos e legislação aduaneira, de exportação e importação, contratos e logísticas internacional. Prospecta e pesquisa mercados, define planos de ação, negocia e executa operações legais, administrativas, tributárias e cambiais inerentes ao processo de exportação e importação. Além disso, controla fluxos de embarque e desembarque de produtos, providencia documentos e identifica os melhores meios de transporte, de forma a otimizar os recursos financeiros e humanos para o comércio exterior. Portador de conhecimentos multidisciplinares, deve ser capaz de atender às necessidades geradas pelos avanços tecnológicos, exercer julgamento, avaliar riscos e tomar decisões que lhe permitam gerenciar seu próprio negócio. Para que a sua formação seja plenamente atingida, torna-se necessário desenvolver no futuro tecnólogo indispensáveis atributos, tais como: capacidade de reconhecer problemas e de solucioná-los; adequada base científica balanceada com habilidades específicas; conhecimento adequado das ciências básicas e fundamentais; capacidade de comunicar suas idéias e de defender seus projetos; mentalidade receptiva e atitude positiva em face dos avanços tecnológicos; autodidatismo; sólida cultura, busca de novos conhecimentos e atualização permanente; domínio de linguagens computacionais; domínio de língua estrangeira; capacidade para trabalhos individuais e em grupo; liderança e empreendedorismo; responsabilidade e comprometimento profissional com resultados (meu grifo).

Dentre as características necessárias ao profissional de Comércio Exterior, o manual do candidato do vestibular da Fatec traz outros requisitos, a saber: domínio de língua estrangeira, o qual pode interpretar como a língua inglesa, já que afirmamos neste capítulo que a língua inglesa é a língua padrão do Comércio Exterior. Fica claro que a língua inglesa é um quesito importante na formação do profissional de Comércio Exterior.

Para Bocanera (*apud* Panosso, 2000, p.124);

Aos poucos ocorre que transitar o caminho de uma negociação nacional para uma internacional, para os homens de negócios não é um empecilho. Em geral, eles têm pouca experiência fora de seus países, não falam idiomas estrangeiros e não se encontram preparados para participar de

negociações comerciais internacionais, com a suficiente confiança e habilidade.

Bocanera (*apud* Panosso, 2000, p.124) deixa claro no trecho acima, que a falta de fluência em idiomas estrangeiros, pode trazer insegurança e dificuldades para o profissional de Comércio Exterior em uma negociação internacional, porque, em algum momento da negociação pode-se abordar algum assunto fora do habitual e o negociador se encontra em uma situação totalmente inesperada, sem saber como responder, resultando em um possível desentendimento entre as partes envolvidas.

Hoje, a língua inglesa deixou de ser um diferencial na hora de conquistar um emprego, e se tornou um item indispensável para atuar em várias áreas que exige um, dois ou mais idiomas além do idioma nativo e claro, saber negociar respeitando a cultura e costumes dos envolvidos no processo de compra e venda. Segundo Sanches¹⁰ *apud* Tondelli (1997, p.1) menciona que, “vai longe o tempo em que aprender um segundo idioma era coisa para poucos, incluindo-se aí profissionais que, por exigência de mercado, tinha a necessidade de falar outra língua”.

Para Machado e Mozzillo (2005, p.8),

É inegável que não se aprende uma língua estrangeira com o objetivo único de conhecê-la: ela deve ser instrumento para a compreensão de diferentes tipos de cultura, bem como de acesso às referências fundamentais para o desenvolvimento das ciências e das artes mundiais. Dominar outros idiomas significa saber comparar, sem preconceitos, as semelhanças e os contrastes com outras culturas valorizando, assim, as expressões culturais próprias.

¹⁰ Artigo: “A influência da língua estrangeira na empregabilidade de profissionais da área de tecnológica no setor industrial: um estudo exploratório na região norte do Paraná”, disponível em: <http://www.revistaaopedaletra.net/volumes/vol%2010.1/Vol10-Simone-fatima.pdf>

O profissional de Comércio Exterior deve estar preparado tanto para trabalhar diariamente com a língua estrangeira, mais comumente a língua inglesa, mas também estar preparado para lidar com conflitos originários de negociações internacionais, tais como negociar preço, prazo de pagamento, transporte entre outros. Para um bom desempenho na negociação internacional a fluência na língua inglesa é importante principalmente no momento em que é necessário transmitir informações, levando-se em consideração que na área de Comércio Exterior uma simples troca de letra ou um sim dito na hora errada pode causar grandes transtornos.

Neste capítulo vimos que no Comércio Exterior para as empresas, a língua inglesa tornou-se uma ferramenta importante para quem deseja obter sucesso nas negociações internacionais, apontamos que durante um processo de negociação internacional, a fluência na língua inglesa, o uso da linguagem formal sem gírias¹¹ cujo termo de formal geral é considerado como um conjunto de unidades lingüísticas que caracterizam um determinado grupo social, e o uso dos termos técnicos do Comércio Exterior diminui a probabilidade de erros. Mostramos também a importância de adquirir fluência na língua inglesa para o profissional desta área.

2.1 As habilidades lingüísticas no aprendizado de línguas

A pessoa que domina uma língua estrangeira sabe mais do que compreender, falar, ler e escrever orações. Ela também conhece as maneira como as orações são utilizadas para se conseguir um efeito comunicativo (Widdowson, 1991, p.13);

¹¹ A gíria, considerada como um conjunto de unidades lingüísticas que caracterizam um determinado grupo social, nem sempre mereceu estudo específico, visto que faz parte, predominantemente da modalidade oral da língua e num registro informal. Disponível em http://www.filologia.org.br/anais/anais%20iv/civ03_37-51.html - acessado 20/11/09 às 07h40min.

O autor ainda explica que falar e escrever são habilidades ativas, ou produtivas enquanto ouvir e ler são habilidades passivas ou receptivas (Widdowson, p.83)

As quatro habilidades necessárias no aprendizado de língua é definida por Widdowson (1991, p.86, 89 e 91) como:

“podemos reservar o termo *fala* para a manifestação de linguagem enquanto sistemas de formas e nos referimos à realização de linguagem enquanto uso na interação falada como *conversa*”.

Quando dizemos que compreendemos um trecho de linguagem falada podemos querer dizer com isso uma de duas coisas: que o compreendemos como forma ou como uso. Por um lado reconhecemos que os sinais recebidos pelo ouvido se relacionam com o sistema gramatical e fonológico da língua em questão, que eles constituem frases e que nós compreendemos o que essas frases significam enquanto frases do português ou do inglês.

Assim é que uma maneira de descrever a escrita é afirmar que ela é o uso do meio visual para os sistemas grafológico e gramatical da língua. Isso é o mesmo que dizer que a escrita num certo sentido é a produção de orações enquanto expressão da forma.

Leitura na acepção de compreensão de discurso não inclui necessariamente o reconhecimento do que significam as palavras e frases, mas também o reconhecimento da força que elas assumem em associação umas com as outras enquanto elementos de um discurso.

De forma geral o autor WIDDOWSON aponta as habilidades fala e escrita, como habilidades produtivas, pois de certa forma produzimos algo quando a realizamos, o som quando falamos e as palavras no papel quando escrevemos, podendo considerar como um tipo de produção.

De forma resumida, Widdowson (1991, p.86) descreve habilidade da compreensão como a relação do sistema gramatical com o fonológico da língua em questão, que por sua vez formam frases e nós as compreendemos, o autor afirmar que a habilidade escrita é mais visual e gramatical e permite a produção de orações, e a habilidade da leitura é explicada como uma habilidade que vai além da compreensão de cada palavra, ou seja, a leitura ganha força quando ocorre uma associação e uma interpretação entre os elementos de um discurso e a habilidade fala como a manifestação da linguagem.

Finalizando, com as definições acima das habilidades necessárias ao aprendizado de línguas segundo o autor WIDDOWSON (1991), pudemos ter uma idéia do significado e o funcionamento de cada uma, definições relevantes ao nosso estudo porque através desse entendimento vemos a necessidade e importância de cada habilidade que utilizadas em conjunto resulta em um bom domínio de línguas.

CAPÍTULO III

ANÁLISES DOS DADOS DA PESQUISA DE CAMPO

Na busca de atender ao objetivo principal e aos objetivos específicos desse estudo, realizamos uma pesquisa de campo de natureza quantitativa com os alunos do 5º e 6º semestre do curso de Gestão Empresarial com ênfase em Comércio Exterior da Fatec de Indaiatuba. A pesquisa do tipo quantitativa está relacionada a métodos estatísticos, com a utilização de variáveis bem definidas e cálculos.

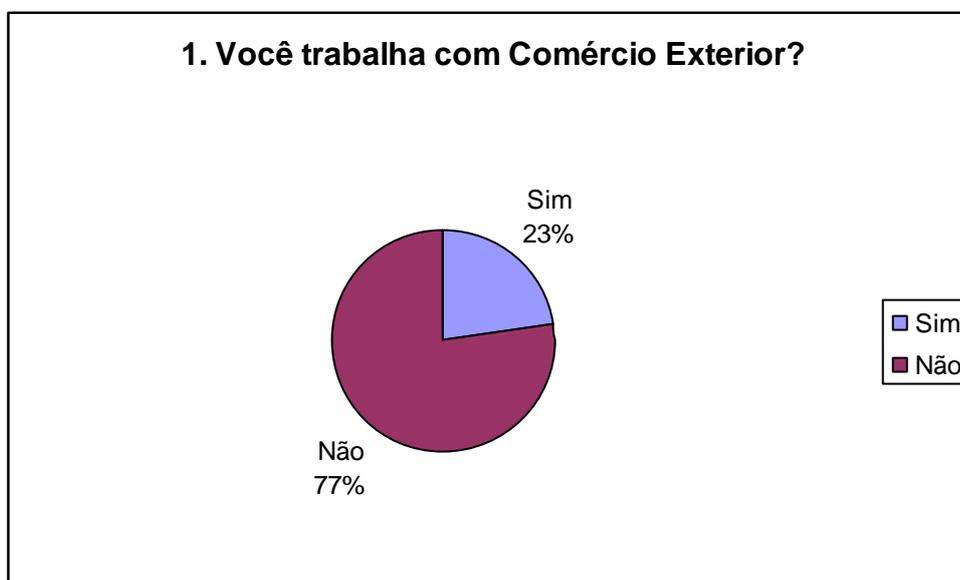
Na pesquisa iniciada em agosto de 2009, buscamos alunos específicos do curso de Comércio Exterior para a coleta de dados, por meio do questionário elaborado neste trabalho (vide anexo 1) com três perguntas fechadas e uma pergunta aberta. Até o dia 15/10/2009 48 questionários foram respondidos.

Lembrando que nos dias de hoje aprender a língua inglesa deixou de ser um diferencial e tornou-se um pré-requisito, principalmente para o profissional que deseja atuar na área de Comércio Exterior, para se aprender esta língua é necessária desenvolver as quatro habilidades: fala, compreensão, leitura a escrita.

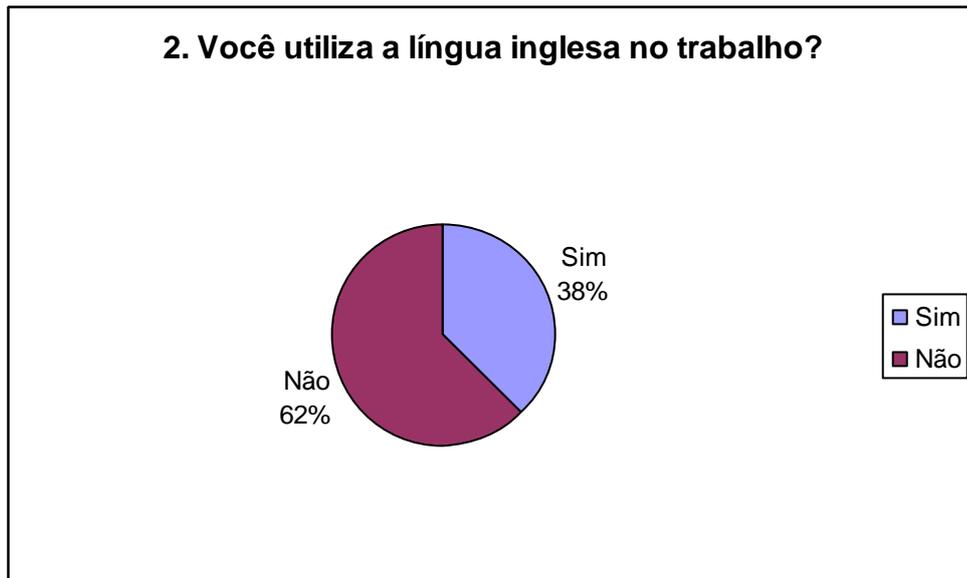
Pela pesquisa de campo realizada com alunos atuantes na área de Comércio Exterior da FATEC Indaiatuba, foi possível identificar, dentre as quatro habilidades da língua inglesa, aquela em que os alunos têm maior dificuldade, e seus possíveis motivos.

3.1 Análises de Pesquisa

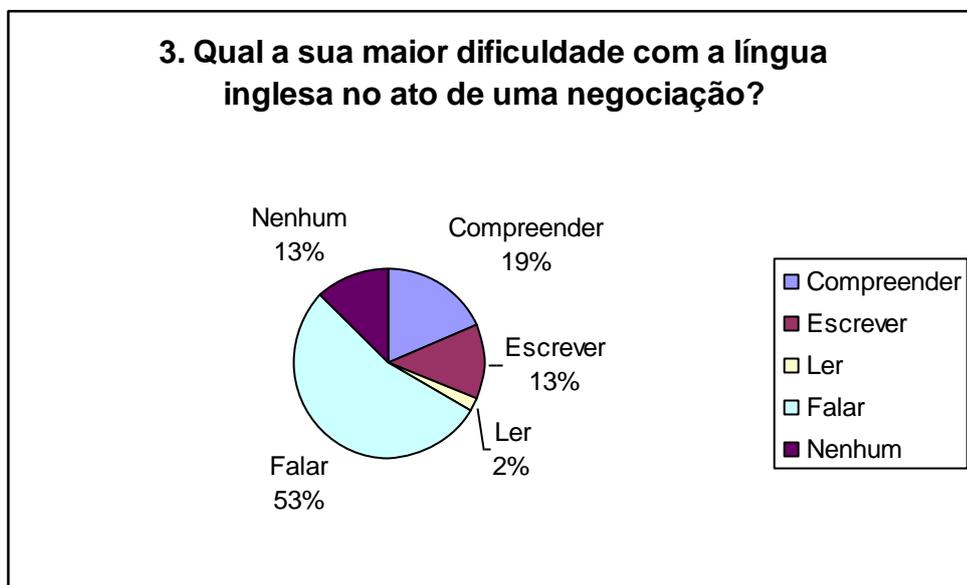
A primeira parte da pesquisa, do tipo quantitativa, composta de três perguntas objetivas, quando questionados se atuam na área de Comércio Exterior apenas 11 sujeitos disseram que sim e 37 disseram que não.



Analisando os resultados desse gráfico, notamos que os alunos da Fatec não estão atuando na área que estão estudando, pois, dos 48 sujeitos que responderam somente 11, ou seja, 23% dos alunos de Comércio Exterior atuam na área, e dentro desses 11 sujeitos somente 1 não utiliza a língua inglesa. O número pequeno de alunos que cursam a ênfase em Comércio Exterior e atuam na área pode ser, por diversas causas, de grande importância para a FATEC e alunos, uma pesquisa dessa origem. Deixo esta questão como sugestão de um possível estudo monográfico.



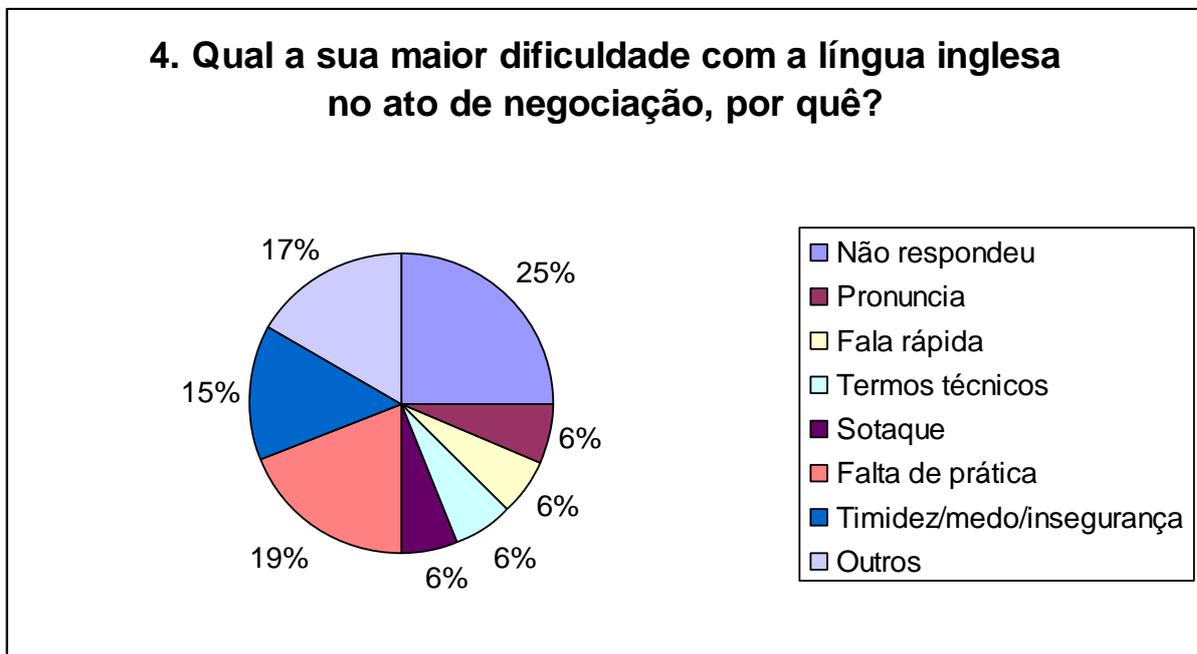
Quando perguntamos se os sujeitos utilizam a língua inglesa no trabalho, 18 sujeitos responderam que sim e 30 que não. Percebe-se que ao compararmos os resultados da primeira questão na qual somente 10 sujeitos que atuam no Comércio Exterior utilizam a língua inglesa e na segunda questão o número de sujeitos que utilizam a língua inglesa no trabalho sobre para 18, o que nos leva a concluir que não somente na área de Comércio Exterior os sujeitos pesquisados utilizam a língua inglesa.



E quando perguntamos sobre as dificuldades em geral com a língua inglesa no ato de negociação, dentre as quatro habilidades abordadas, a maioria respondeu que falar, num total de 26 sujeitos, isto é, 53%. É interessante mencionar que a terceira pergunta foi respondida por 87,5% dos indivíduos pesquisados, ou seja, 42 sujeitos responderam em qual habilidade tem mais dificuldade, independente de ter respondido ou não as questões 1 e 2.

Mas, o resultado de grande importância para o nosso estudo na qual aponta a habilidade com maior dificuldade, são os sujeitos que responderam sim as perguntas 1 e 2, ou seja, 10 indivíduos dos quais 8 sujeitos, ou seja, 16% apontaram a habilidade de fala como maior dificuldade.

No que diz respeito à justificativa da questão 3, ou seja, a dificuldade apontada naquela habilidade, no caso a fala, foram várias justificativas e as mais mencionadas:



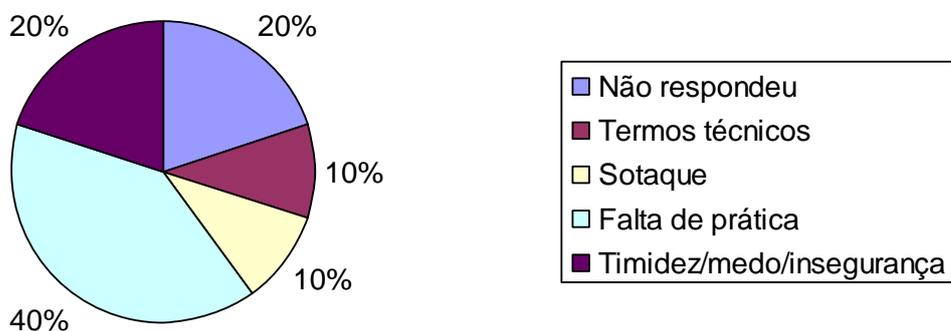
Para melhor ilustrar as justificativas, utilizaremos uma tabela descritiva das justificativas.

Justificativas	Nº	%
Não respondeu	12	25%
Pronuncia	3	6%
Fala rápida	3	6%
Termos técnicos	3	6%
Sotaque	3	6%
Falta de prática	9	19%
Timidez/medo/insegurança	7	15%
Outros	8	17%

Analisando as justificativas coletadas, observamos que: 12 sujeitos não responderam à pergunta do por que da dificuldade naquela habilidade, e das que responderam 6% alegaram ter dificuldades com a pronuncia, a fala rápida, os termos técnicos do Comércio Exterior e o sotaque, e em seguida, com maior porcentagem, vem à falta de prática com 9% e por último, com 7%, timidez e insegurança no uso da língua inglesa.

O gráfico a seguir demonstra somente as justificativas dos 8 (16%) sujeitos, que trabalham em Comércio Exterior, utilizam a língua inglesa em uma negociação internacional e assinalaram a habilidade fala como maior dificuldade no uso da língua inglesa.

4. Qual a sua maior dificuldade com a língua inglesa no ato de negociação, por quê?



Justificativa	N	%
Não respondeu	2	20%
Termos técnicos	1	10%
Sotaque	1	10%
Falta de prática	4	40%
Timidez/medo/insegurança	2	20%

Dentre as 8 justificativas dadas, a de maior porcentagem foi à falta de prática, com 40%, e a timidez/medo/ insegurança com 20%.

O KUAZAQUI (2007, p.158) fala sobre a negociação por telefone que normalmente ocorre em uma negociação internacional e logo após é formalizada por escrito, e nos alerta para os seguintes pontos dos quais encontramos em nossa pesquisa como justificativa de dificuldade na habilidade fala como: utilizar sempre os termos técnicos utilizados em Comércio Exterior e ter e transmitir segurança necessária.

De modo geral a nossa amostra de pesquisa de 48 sujeitos foi pequena se compararmos, com o perfil do qual necessitávamos para fundamentar o nosso

estudo, o que resultou um total de somente 8 indivíduos, ou seja, estudantes que trabalhasse em Comércio Exterior utilizasse a língua inglesa, apontassem como maior dificuldade uma habilidade dentre as 4 necessárias ao aprendizado da língua e justificasse o por quê da mesma.

Considerações Finais

O principal objetivo deste estudo foi discutir o uso da língua inglesa como principal dificuldade do profissional de Comércio Exterior em uma negociação internacional, dentro das quatro habilidades exigidas no aprendizado desta língua. A partir deste objetivo efetuamos pesquisas bibliográficas e de campo do tipo quantitativa para embasar o estudo.

Percebemos que, através dessa metodologia, foi possível atingir parcialmente os objetivos propostos, pois, através da pesquisa aplicada em alunos do curso de Comércio Exterior da faculdade Fatec de Indaiatuba do 5º e 6º, foi possível identificar em qual habilidade existe maior dificuldade e o porquê da mesma. A fala foi a habilidade apontada como maior dificuldade, corresponde a 53% em uma análise geral e de forma relevante para o nosso estudo 16% dos sujeitos que encaixam no perfil necessário para fundamentar nosso estudo, dos quais apresentaram como justificativas as de maior porcentagem foram a falta de prática, com 40% e a timidez/medo/ insegurança com 20%. Através dos dados coletados, identificamos a importância da língua inglesa para o profissional de Comércio Exterior em uma negociação internacional, a fim de evitar possíveis transtornos.

Mas, de um modo geral aprendemos com este estudo monográfico, tanto a respeito de habilidades da língua inglesa, quanto sobre a sua importância em uma negociação, e também sobre as dificuldades que os profissionais de Comércio Exterior têm ao utilizar esta língua, como a insegurança e o medo de errar ao falar inglês, e isso se agravam em uma negociação por envolver muita responsabilidade.

Espera-se, portanto, que este estudo desperte interesse para futuros trabalhos: tanto no que tange a baixa porcentagem de alunos de Comércio Exterior

que atuam nessa área, quanto à causa das dificuldades ocasionadas pela utilização da língua inglesa em negociações internacionais, pois o número pequeno de sujeitos e os resultados não permitem a generalização de qualquer afirmação. Tais estudos seriam de grande importância para a FATEC-ID, seu alunos, professores e a comunidade.

Referências Bibliográficas

ANTONIALLI, L.M, 2000 - Artigo: “*Influência da mudança de gestão nas estratégias de uma cooperativa agropecuária*” disponível em: http://www.anpad.org.br/rac/vol_04/dwn/rac-v4-n1-lma.pdf - acessado em 07/06/09 às 13h32min.

BEZERRA, M^a Auxiliadora – MAIOR, Ana Cristina Souto – BARROS, Antonio Claudio da Silva. “*A gíria: Do registro coloquial ao registro formal*”. Texto disponível em: http://www.filologia.org.br/anais/anais%20iv/civ03_37-51.html - acessado 20/11/09 às 07h40min.

BONELLI, Regis – VEIGA, Pedro Motta – BRITO, Adriana Fernandes – Texto para discussão nº 527 – IPEA – “*As políticas industrial e de comércio exterior no Brasil: rumos e indefinições*” – disponível em: WWW.ipea.gov.br.

CARVALHO, Maria Cecília M. *Construindo o saber: técnicas de metodologia científica*. 2^a ed. Campinas, SP: Papyrus, 1989.

DUARTE, Marcos Augusto Jr . – monografia “*O inglês geral é suficiente para o ingresso do profissional na área de Comércio Exterior?*” (2009, p16 e 17)

KUAZAQUI, Edimir – “*Marketing Internacional – desenvolvendo conhecimentos e competências em cenários globais*”. M.Books, 2007.

LEFFA, Vilson J. - O plurilinguismo no contexto educacional. Universidade Católica de Pelotas. Editora e gráfica Universitária PREC – UFPEL, 2005. Artigo: “*Língua estrangeira: De consumidor a usuário*”

MACHADO, Maristela G.S. e MOZZILLO, Isabella. - O plurilinguismo no contexto educacional. Universidade Católica de Pelotas. Editora e gráfica Universitária PREC – UFPEL, 2005. Artigo: “*Introdução à coletânea de textos apresentados no FILE III*”.

MOURA, Denilda – “*Os desafios da língua – Pesquisa em língua falada e escrita.*” Editora Edufal, 2008.

OLIVEIRA, Carlos. Tavares. de “*Exportação: A solução global.*” São Paulo: Aduaneiras, 1997, p.20

OLIVEIRA, Fladimir - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL – UFRGS – Dissertação de mestrado: “*Negociação comercial internacional: um comparativo entre negociadores tabacaleiros brasileiros e estrangeiros negociação*”, (2004, p. 14 e 34).

PANOSSO, C.A – Dissertação de mestrado (UFRGS) “*Negociação comercial internacional, um comparativo entre negociadores brasileiros e argentinos*” disponível em: <http://volpi.ea.ufrgs.br/tesesedissertacoes/td/000142.pdf> - acessado dia 06/06/09 às 21h43min.

PIPKIN, Alex – “*Marketing Internacional: Uma Abordagem Estratégica.*” São Paulo: Aduaneiras, 2005

RODRIGUES, William Costa. “*Metodologia Científica.*” Paracambi: FAETEC-IST, 2007, disponível em: http://www.ebras.bio.br/autor/aulas/metodologia_cientifica.pdf, acessado em 11/11/2009 às 21h14min.

SOARES, Cláudio César – “*Introdução Comércio Exterior: fundamentos teóricos do comércio internacional.*” São Paulo: Saraiva , 2004.

TONDELLI, Maria de Fátima – “*A influência da língua estrangeira na empregabilidade de profissionais da área tecnológica no setor industrial: um estudo exploratório na região norte do Pará*”, disponível em: <http://www.revistaaopedaleta.net/volumes/vol%2010.1/Vol10-Simone-fatima.pdf> - acessado 03/09/2009 às 16h25min

VANOYE, Francis – “*Usos da linguagem – Problemas e técnicas na produção oral e escrita*”, (1998). Editora Martins Fontes

VENTURA, Carla A. Arena (Uni-FACEF) e MARTINELLI, Dante Pinheiro (FEARP-USP). “*Estudo de caso: Negociações Internacionais: Um estudo de caso em três empresas da região de Ribeirão Preto*”, São Paulo, Brasil (2008).

WIDDOWSON, Henry G – “*O ensino de línguas para a comunicação.*” Tradução José Carlos Paes de Almeida Filho, Campinas, SP. Pontes, 1991

http://www.desafios2.ipea.gov.br/pub/td/2001/td_0836.pdf - acessado 20/09/09 às 11h30min.

<http://www.receita.fazenda.gov.br/aduana/ProcAduExpImp/DespAdulImport.htm> - acessado em 17/05/2009 às 18h53min.

http://www.vestibularfatec.com.br/vestibular/manual/FATEC_2sem2009/Manual%20Completo%20FATEC%202%20sem%202009_2.pdf – acessado em 03/05/2009 às 17h26min.

www.mdic.gov.br acessado em 07/06/09 acessdo às 17h21min.

WWW.scribd.com/doc/4199281/Primitive-Culture2-Researches-into-the-Development-of-Mythology-by-Edward-Tylor (digitalizado em 2007, Microsoft) – acessado 06/06/09 às 17h.

Anexos

PESQUISA DE CAMPO PARA FINS MONOGRÁFICOS

“USO DA LÍNGUA INGLESA: DIFICULDADES DO PROFISSIONAL DE COMÉRCIO EXTERIOR NO ATO DA NEGOCIAÇÃO INTERNACIONAL”

Aluna: ANEMEIRE NARCIZO DA SILVA

QUESTIONÁRIO

1. V. trabalha em Comércio Exterior? () sim () não ()

2. V. utiliza a língua inglesa no trabalho? () sim () não ()

3. Qual a sua maior dificuldade com a língua inglesa no ato de uma negociação internacional?

() compreender () escrever () ler () falar

Por quê?
