

A IMPORTÂNCIA DA LÍNGUA ESPANHOLA NA ATUAÇÃO DO TECNÓLOGO EM COMÉRCIO EXTERIOR: UMA ANÁLISE DAS RELAÇÕES COMERCIAIS E ECONÔMICAS ENTRE O BRASIL E AS REGIÕES ONDE HÁ HISPANOFALANTES

ALINE CORREIA DE SOUSA COLANTUONO¹

RESUMO

O espanhol é o idioma oficial de 21 nações e a segunda língua materna do mundo em número de falantes, depois do mandarim. Com a intensificação do processo de globalização, facilitaram-se as movimentações de fluxos de capitais internacionais, inclusive, com as economias hispanofalantes. Nesse contexto, não só a atuação do profissional de Comércio Exterior se tornou mais atraente no Brasil, bem como aumentou a importância do ensino e da aprendizagem da língua espanhola no mercado interno. Assim, o objetivo deste trabalho é compreender a importância da língua espanhola na atuação profissional do tecnólogo em comércio exterior, a partir de uma análise das relações comerciais e econômicas recentes realizadas entre o Brasil e as regiões onde há hispanofalantes. Para tanto, usou-se da pesquisa explicativa, bibliográfica, documental e qualitativa. Constatou-se que o conhecimento da língua espanhola para a atuação do tecnólogo em Comércio Exterior não é apenas um diferencial, mas sim, um requisito necessário.

Palavras-chave: Língua Espanhola; Tecnólogo; Comércio Exterior.

ABSTRACT

Spanish is the official language of 21 nations, and it is the second mother tongue in the world in terms of number of speakers, after Mandarin. With the intensification of the globalization process, the movement of international capital flows has been facilitated, including with the Spanish speaking economies. In this context, not only the role of the Foreign Trade professional has become more attractive in Brazil, as well the importance of teaching and learning Spanish in the domestic market has been increased. Thus, the objective of this work is to understand the importance of the Spanish language in the professional performance of the technologist in foreign trade, based on an analysis of the recent commercial and economic relations carried out between Brazil and the regions where there are Spanish speakers. For this purpose, explanatory, bibliographic, documentary and qualitative research was used. It was found that the knowledge of the Spanish language for the performance of the technologist in Foreign Trade is not only a differential, but a necessary requirement.

Keywords: Spanish Language; Technologist; Foreign Trade.

¹ - Economista, mestre em economia pela UNESP, doutora em desenvolvimento econômico pela UNICAMP e professora e coordenadora do curso de Comércio Exterior da Fatec São Caetano do Sul. E-mail: aline.colantuono@fatec.sp.gov.br

INTRODUÇÃO

O espanhol é o idioma oficial de 21 nações e a segunda língua materna do mundo em número de falantes, depois do mandarim. Em 2018, contabilizaram-se 460,57 milhões de hispanofalantes, o que representa 6% da população global (NAÇÕES UNIDAS, 2019).

Com a intensificação do processo de globalização, motivado tanto pela abertura econômica e comercial dos países, como também pela formação de blocos econômicos regionais, tais como a União Europeia e o Mercosul, facilitaram-se as movimentações de fluxos de capitais internacionais, inclusive, entre(com) as economias hispanofalantes.

Nesse contexto, não só a atuação do profissional de Comércio Exterior se tornou mais atraente, diante da abertura do Brasil ao comércio internacional, bem como aumentou a importância do ensino e da aprendizagem da língua espanhola no mercado interno, sobretudo, após a inserção do Brasil no Mercosul, bloco econômico em que todos os países membros e associados falam espanhol, exceto o Brasil.

Dessa forma, para compreender a importância da língua espanhola na atuação profissional do tecnólogo em comércio exterior, será realizada uma análise das relações comerciais e econômicas entre o Brasil e as regiões onde há hispanofalantes. Para tanto, usou-se da pesquisa explicativa, bibliográfica, documental e qualitativa.

Além da introdução e das considerações finais, este estudo está dividido em três seções: na primeira, além de ser traçado o perfil do tecnólogo em comércio exterior, apresentam-se as habilidades e competências necessárias ao profissional da área. Na segunda, descreve-se o uso do espanhol como língua estrangeira para fins específicos na área de atuação do profissional de comércio exterior. E, por fim, realiza-se uma análise das relações comerciais e econômicas entre o Brasil e as regiões onde há hispanofalantes.

1) PERFIL DO TECNÓLOGO EM COMÉRCIO EXTERIOR E HABILIDADES E COMPETÊNCIAS NECESSÁRIAS AO PROFISSIONAL DA ÁREA

As Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a organização e o funcionamento dos Cursos Superiores de Tecnologia (CST) foram instituídas pela Resolução CNE/CP nº 03/2002, por meio da qual, estabeleceu-se, no Art. 2º, que os cursos profissionais de nível tecnológico não só devem ser designados como Cursos Superiores de Tecnologia, bem como devem atender às seguintes obrigações:

- I - incentivar o desenvolvimento da capacidade empreendedora e da compreensão do processo tecnológico, em suas causas e efeitos;
- II - incentivar a produção e a inovação científico-tecnológica, e suas respectivas aplicações no mundo do trabalho;
- III - desenvolver competências profissionais tecnológicas, gerais e específicas, para a gestão de processos e a produção de bens e serviços;
- IV - propiciar a compreensão e a avaliação dos impactos sociais, econômicos e ambientais resultantes da produção, gestão e incorporação de novas tecnologias;
- V - promover a capacidade de continuar aprendendo e de acompanhar as mudanças nas condições de trabalho, bem como propiciar o prosseguimento de estudos em cursos de pós-graduação;
- VI - adotar a flexibilidade, a interdisciplinaridade, a contextualização e a atualização permanente dos cursos e seus currículos;
- VII - garantir a identidade do perfil profissional de conclusão de curso e da respectiva organização curricular (BRASIL, 2002, p. 162).

Para tanto, no Art. 3º dessa mesma resolução, foram definidos os critérios para o planejamento e a organização dessa modalidade de curso, entre os quais, tem-se: “[...] III - a identificação de perfis profissionais próprios para cada curso, em função das demandas e em sintonia com as políticas de promoção do desenvolvimento sustentável do País” (BRASIL, 2002, p. 162).

Nesse sentido, com o propósito de aprimorar e fortalecer os CST, o Ministério da Educação encarregou-se do desenvolvimento do Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia (CNCST) para assegurar que a oferta desses cursos atenda à dinâmica do setor produtivo e às demandas da sociedade.

Até o momento, foram disponibilizadas três edições do CNCST: (i) em 2006, foram elencadas 98 denominações de cursos na primeira edição; (ii) em 2010, foram estabelecidas 113 denominações na segunda edição; (iii) e, a partir da publicação da Portaria MEC nº 413, de 11 de maio de 2016, apresentou-se a atualização do CNCST, cujo total de denominações aumentou de 113 para 134 na terceira edição (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2016).

Nessa última versão do CNCST, aprimoraram-se as seguintes informações que permeiam a formação profissional do tecnólogo: (i) a denominação do curso para a identificação dos CST; (ii) a definição dos 13 eixos tecnológicos que estruturam a organização dos CST; (iii) a descrição do perfil profissional de conclusão correspondente ao egresso; (iv) a infraestrutura mínima requerida para o funcionamento do curso; (v) a carga-horária mínima que, no caso dos CST, é estabelecida em 1.600, 2.000 e 2.400 horas; (vi) o campo de atuação do profissional; (vii) as ocupações associadas à Classificação Brasileira de Ocupações (CBO); e (viii) as possibilidades de prosseguimento de estudos na Pós-Graduação.

O CST em Comércio Exterior pertence ao eixo tecnológico de Gestão e Negócios e sua carga horária mínima é de 1.600 horas. Para a compreensão do perfil do profissional

egresso na área, apresentam-se no Quadro 1, as informações que permeiam a formação do tecnólogo em Comércio Exterior.

Quadro 1: Perfil profissional do tecnólogo em Comércio Exterior

Perfil profissional de conclusão	Planeja, gerencia a logística, desembaraço, seguros e operações de comércio exterior: transações cambiais, despacho e legislação aduaneira, transações financeiras, exportação, importação e contratos. Prospecta e pesquisa oportunidades de mercados voltados a atividades de importação e exportação. Coordena fluxos de embarque e desembarque de produtos. Define e supervisiona planos de ação. Negocia e executa operações nos âmbitos legais, tributários e cambiais inerentes ao processo de importação e exportação. Avalia e emite parecer técnico em sua área de formação.
Infraestrutura mínima requerida	Biblioteca incluindo acervo específico e atualizado. Laboratório de informática com programas e equipamentos compatíveis com as atividades educacionais do curso.
Campo de atuação	Empresas de importação/exportação. Empresas de planejamento, desenvolvimento de projetos, assessoramento técnico e consultoria. Empresas de logística internacional. Empresas de despacho aduaneiro. Instituições financeiras. Institutos e Centros de Pesquisa. Instituições de Ensino, mediante formação requerida pela legislação vigente.
Ocupações CBO associadas	1417- 15 - Gerente de câmbio e comércio exterior. 2512- 05 - Analista de mercado internacional.
Possibilidades de prosseguimento de estudos na Pós-Graduação	Pós-graduação na área de Administração, entre outras.

Fonte: Extraído do Ministério da Educação (2016, p. 37).

Para alcançar o perfil almejado do tecnólogo em Comércio Exterior, as Instituições de Ensino Superior (IES) trabalham o processo de ensino por competências, sobretudo, no eixo de Gestão e Negócios.

Segundo Pereira (2014), diferentemente do ensino disciplinar, em que o processo educacional enfatiza o ensino de conteúdo, o ensino por competências busca o desenvolvimento de competências pessoais ou profissionais dentro de um contexto específico. Isso não significa que o ensino por competências se opõe ao conhecimento teórico e à absorção de saberes, uma vez que qualquer atuação competente engloba os conhecimentos interrelacionados às habilidades e às atitudes, o que torna a teoria e a prática partes de um único todo.

Assim, o ensino por competências baseia-se em três elementos: (i) *knowledge* (C – conhecimento); (ii) *know-how* (H – habilidade) e (iii) *attitude* (A – atitude), os quais, conjuntamente, formam a sigla CHA. Enquanto o conhecimento (saber) é obtido no decorrer da vida em cursos, escolas e universidades; a habilidade (saber fazer) é adquirida com a prática e a experimentação. Por sua vez, a atitude (querer fazer) reflete o comportamento

humano diante de situações e tarefas cotidianas (DURAND, 1998 e 1999 apud BARCHINSKI, 2017).

O tecnólogo em Comércio Exterior necessita adquirir conhecimentos específicos em sua área de atuação, bem como desenvolver habilidades e atitudes que o diferencie no mercado de trabalho, uma vez que ele vai atuar em um ambiente em que as empresas são internacionalizadas e cujos profissionais devem apresentar o perfil traçado pelo Ministério da Educação (2016). Para tanto, é possível afirmar que:

[...] o profissional de comércio exterior é um negociador com múltiplas competências e habilidades, dentre elas: o domínio de idiomas, bom relacionamento intercultural, habilidades de comunicação, conhecimento de rotinas burocráticas, ampla visão sistêmica da organização na qual atua e dos processos onde está inserido. Este profissional lidará com informações diversas, da empresa, de mercado, de produto, portanto, deverá saber geri-las habilmente. O profissional também necessita manter-se constantemente atualizado, em razão das variáveis ambientais que o cercam e influem na comercialização de produtos e serviços (PEREIRA, 2014, p. 52).

Entre as múltiplas competências e habilidades requeridas ao tecnólogo em Comércio Exterior, o domínio de idiomas estrangeiros é fundamental. Para o escopo deste estudo, será apresentado, no próximo tópico, o uso da língua espanhola na área de atuação desse profissional. A escolha desse idioma se justifica pelo fato de o saldo comercial auferido pelo Brasil em 2018, somente com os 21 países hispanofalantes, foi de 31,8%, segundo a Secretaria de Comércio Exterior (2020), o que mostra não só a importância dessas economias na pauta de comércio do Brasil, bem como a necessidade constante do uso da língua espanhola pelos profissionais da área.

2) O USO DO ESPANHOL COMO LÍNGUA ESTRANGEIRA PARA FINS ESPECÍFICOS NA ÁREA DE ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL DE COMÉRCIO EXTERIOR

De acordo com Vítores (2019), o espanhol é a segunda língua materna do mundo em número de falantes, depois do mandarim, e a terceira língua em uma contagem de falantes globais, depois do inglês e do chinês. Entre os 21 países que adotam o espanhol como idioma oficial, têm-se: Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Equador, Espanha, Guatemala, Guiné Equatorial, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Porto Rico, República Dominicana, Uruguai e Venezuela.

Os falantes globais sintetizam o cômputo do Grupo de Domínio Nativo (GDN), do Grupo de Competência Limitada (GCL) e do Grupo de Aprendizes de Línguas Estrangeiras (GALE). No GDN, os bilíngues são contados como falantes de espanhol, mas não os monolíngues em outros idiomas. Já o GCL inclui os falantes de espanhol de segunda e terceira geração em comunidades bilíngues, os usuários de variedades de *mix* bilíngue e os estrangeiros de língua materna diferente do espanhol, mas que residem em país de língua espanhola. No GALE, são contabilizados os estudantes de espanhol. Somente no Brasil, existem, respectivamente, 460 mil e 96 mil hispanofalantes pertencentes ao GND e ao GCL. Ademais, 28% dos estudantes de espanhol do mundo residem no mercado brasileiro (VÍTORES, 2019).

Para dimensionar o tamanho do mercado onde há hispanofalantes e o uso do espanhol para fins específicos, na Tabela 1, verificam-se as informações sobre população, PIB e PIB *per capita* dos países de língua espanhola. Em 2018, contabilizaram-se 460,57 milhões de hispanofalantes, com os quais o Brasil mantém relações comerciais, o que representa 6,0% da população mundial. O PIB auferido nos países de língua espanhola, nesse mesmo ano, atingiu US\$ 5,03 trilhões, o que corresponde a 5,9% do PIB mundial.

Tabela 1: População, PIB e PIB per capita dos países hispanofalantes, 2018

Países hispanofalantes	População (em milhares)	PIB (US\$)	PIB <i>per capita</i> (US\$ constante 2015)
Porto Rico	3.040	13.117.859.222	31.084
Espanha	46.693	1.419.735.245.005	27.772
Uruguai	3.449	26.056.944.930	16.374
Panamá	4.177	23.969.857.875	14.843
Argentina	44.361	1.223.400.956.385	14.248
Chile	18.729	330.227.869.587	13.950
Costa Rica	4.999	78.460.812.164	12.124
México	126.191	518.475.287.872	9.939
Guiné Equatorial	1.309	13.324.357.169	8.488
Cuba	11.338	108.398.058.000	8.048
República Dominicana	10.627	81.298.585.403	7.718
Venezuela	28.887	40.307.450.616	6.840
Peru	31.989	59.596.960.264	6.573
Colômbia	49.661	298.231.133.533	6.277
Equador	17.084	65.055.080.456	5.957
Paraguai	6.956	60.126.014.829	5.920
Guatemala	17.248	222.237.388.303	4.040
El Salvador	6.421	100.023.000.000	3.925
Bolívia	11.353	40.287.647.931	3.291
Honduras	9.588	208.338.475.198	2.472
Nicarágua	6.466	101.130.900.000	2.077
Total hispanofalantes	460.566	5.031.799.884.741	10.093
TOTAL MUNDIAL	7.631.091	85.693.321.610.361	10.734
%	6,0%	5,9%	-

Fonte: Elaboração própria a partir de informações das Nações Unidas (2019; 2020).

Apesar da importância relativa dos países hispanofalantes na economia mundial, somente no período mais recente que o ensino da língua espanhola para fins específicos na atuação profissional de diversas áreas, entre elas, o comércio exterior, ganhou notoriedade no mercado brasileiro.

Segundo Fernández (2000) apud Silva (2009), o ensino da língua espanhola se iniciou no Brasil nos anos 1940, mas com muita escassez de material didático e de professores especializados, visto que o interesse em estudar inglês era maior devido às maiores oportunidades que surgiam no mercado de trabalho, na época, para professores e profissionais de outras áreas que conhecessem a língua inglesa. Porém, com a abertura comercial e econômica do Brasil no início dos anos 1990, observaram-se a privatização de vários setores (petroquímico, telecomunicações, aviação, siderúrgico, dentre outros) para empresas de capital estrangeiro, sobretudo, espanhol, e a firmação do Tratado de Assunção, em 1991, que deu origem ao Mercosul e, conseqüentemente, à zona de livre comércio entre Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai. Nesse novo cenário, promoveram-se mudanças significativas no processo de ensino-aprendizagem do espanhol no Brasil, entre as quais, têm-se:

[...] a oferta da língua espanhola em centros de idiomas, a implantação do espanhol nas escolas regulares a partir do 6º até o 9º ano do Ensino Fundamental II, estendendo-se, em algumas escolas, para o Ensino Médio e Técnico. As empresas, por sua vez, começaram a valorizar o indivíduo com curso de espanhol. [...] a língua foi inserida nos vestibulares de universidades públicas e particulares, houve um aumento dos centros de idiomas que passaram a ofertar o estudo do espanhol e as escolas regulares, técnicas e cursos universitários implantaram o ensino do idioma (SILVA, 2009, p. 32-33).

Assim, depois dos Estados Unidos (8,08 milhões), o Brasil consolidou-se como o segundo país onde há o maior número de estudantes de espanhol (6,12 milhões) no mundo (VÍTORES, 2019). E, a língua espanhola passou a fazer parte da grade curricular de cursos técnicos e universitários, principalmente, nas áreas de Administração, Comércio Exterior, Turismo e Hotelaria, Secretariado Executivo e Logística, o que aumentou a demanda no Brasil por materiais didáticos que atendessem às finalidades específicas dessas áreas de atuação (SILVA, 2009).

Convém ressaltar que a aprendizagem do espanhol para fins específicos na área de Gestão e Negócios também pode ser realizada por meio de intercâmbio em universidades estrangeiras, além da oferta de cursos regulares em universidades brasileiras. Só para ilustrar, das 500 melhores universidades do mundo, listadas pela Top Universities (2020) no QS World University Rankings, na área de Gestão e Negócios, 37 pertencem às universidades dos seguintes países hispanofalantes: Argentina (2), Chile (5), Colômbia (6), Espanha (18),
Cadernos da Fucamp, v.19, n.42, p.22-34/2020

México (5) e Peru (1). Desse total, 15 Instituições de Ensino Superior (IES) são privadas, 19 IES são públicas e 2 IES não apresentaram classificação. Essas informações encontram-se no Quadro 2 a seguir.

Quadro 2: Ranking das melhores Instituições de Ensino Superior dos países hispanofalantes

<i>Ranking na Área</i>	<i>Ranking Global</i>	<i>Instituição de Ensino Superior (IES)</i>	<i>Cidade</i>	<i>País</i>	<i>Status</i>
21	601-650	Universitat Ramon Llull	Barcelona	Espanha	Privada
29	252	University of Navarra	Pamplona	Espanha	Privada
31	327	IE University	Segovia	Espanha	Privada
47	155	Tecnológico de Monterrey	Monterrey	México	Privada
51-100	121	Pontificia Universidad Católica de Chile (UC)	Santiago	Chile	Privada
51-100	227	Universidad de los Andes	Bogotá	Colômbia	Privada
101-150	701-750	Universidad Adolfo Ibáñez	Las Condes Santiago	Chile	Privada
101-150	311	Universidad Carlos III de Madrid (UC3M)	Madrid	Espanha	Pública
101-150	180	Universidad de Chile	Santiago	Chile	Pública
101-150	100	Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)	Cidade do México	México	Pública
151-200	701-750	Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM)	Cidade do México	México	Privada
151-200	206	Complutense University of Madrid	Madrid	Espanha	Pública
151-200	-	Universitat Pompeu Fabra	Barcelona	Espanha	-
201-250	200	Universidad Autónoma de Madrid	Madrid	Espanha	Pública
201-250	66	Universidad de Buenos Aires (UBA)	Buenos Aires	Argentina	Pública
201-250	259	Universidad Nacional de Colombia	Bogotá	Colômbia	Pública
251-300	432	Pontificia Universidad Católica del Perú	Lima	Peru	Privada
251-300	426	Pontificia Universidad Javeriana	Bogotá	Colômbia	Privada
251-300	213	Universitat Autònoma de Barcelona	Barcelona	Espanha	Pública
251-300	183	Universitat de Barcelona	Barcelona	Espanha	Pública
251-300	591-600	Universitat de Valencia	Valência	Espanha	Pública
251-300	314	Universitat Politècnica de Catalunya BarcelonaTech (UPC)	Barcelona	Espanha	Pública
301-350	701-750	Instituto Politécnico Nacional (IPN)	Cidade do México	México	Pública
301-350	581-590	Universidad de Sevilla	Sevilha	Espanha	Pública
301-350	801-1000	Universidad EAFIT	Medelín	Colômbia	Privada
301-350	571-580	Universidad Panamericana (UP)	Cidade do México	México	Privada
351-400	501-510	University of Granada	Granada	Espanha	Pública
351-400	751-800	Universidad de La Sabana	Bogotá	Colômbia	Privada
351-400	501-510	Universidad de Santiago de Chile (USACH)	Santiago	Chile	Pública
351-400	326	Universitat Politècnica de València	Valência	Espanha	Pública
351-400	-	University of Deusto	Bilbao	Espanha	-
401-450	601-650	University of Salamanca	Salamanca	Espanha	Pública
401-450	651-700	Universidad Pontificia Comillas	Madrid	Espanha	-
401-450	651-700	Universidad Torcuato Di Tella	Buenos Aires	Argentina	Privada
451-500	651-700	Universidad de Antioquia	Medelín	Colômbia	Pública

451-500	501-510	Universidad de Zaragoza	Zaragoza	Espanha	Pública
451-500	801-1000	SantiagoUniversidad Diego Portales (UDP)	Santiago	Chile	Privada

Fonte: Adaptado a partir das informações de Top Universities (2020).

Essa informação retrata não só a importância das faculdades estrangeiras de Negócios residentes em países cujo idioma oficial é o espanhol, bem como a necessidade dos profissionais da área, entre eles, o tecnólogo em Comércio Exterior, em aprender a língua espanhola para sua atuação profissional e acadêmica.

Uma vez que o ensino do espanhol para fins específicos, sobretudo, no eixo de Gestão e Negócios, se consolidou no Brasil após sua abertura econômica e comercial, torna-se necessário analisar as relações comerciais e econômicas efetuadas entre o Brasil e as regiões onde há hispanofalantes, assunto a ser tratado no próximo tópico, a fim de compreender a importância da língua espanhola na atuação profissional do tecnólogo em Comércio Exterior.

3) RELAÇÕES COMERCIAIS E ECONÔMICAS ENTRE O BRASIL E AS REGIÕES ONDE HÁ HISPANOFALANTES

A internacionalização não é apenas o desejo de se obter lucros no curto prazo em outros países, pois, pode estar associada a uma série de objetivos estratégicos como buscar novas oportunidades; ganhar eficiência; evitar barreiras protecionistas; conquistar novos mercados; diversificar riscos; obter recursos naturais e matérias primas; seguir competidores; aproveitar economias de escala; proteger o mercado doméstico; diluir gastos com Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) e ter acesso a novas tecnologias (HARRISON; DALKIRAN; ELSEY, 2000).

Entre as principais formas de internacionalização, têm-se: exportação indireta; exportação direta; licenciamento; alianças estratégicas com empresas estrangeiras através de *joint ventures*, *franchising*, fusões e aquisições; e instalação de subsidiárias de empresas transnacionais no exterior (ROOT, 1987).

Em relação ao processo de internacionalização através do comércio exterior, verificam-se, na Tabela 2, as informações da Secretaria de Comércio de Exterior (2020) sobre exportações, importações e saldo comercial realizados entre o Brasil e os países hispanofalantes. Enquanto as exportações brasileiras realizadas com essas nações representaram 20,5% do total de exportações efetuadas pelo país em 2018; o total de importações feito pelo Brasil com os países hispanofalantes correspondeu a 16,9% do total

das importações brasileiras. Dessas economias, as que apresentaram os maiores saldos de corrente de comércio (soma de importações e exportações) com o Brasil foram: México, Colômbia, Argentina, Espanha, Chile, Peru, Venezuela, Guatemala, Bolívia e Equador. Porém, o Brasil auferiu os maiores saldos comerciais (exportações menos importações) com México, Colômbia, Espanha, Equador e Peru.

Tabela 2: Exportações, importações e saldo comercial do Brasil com os países hispanofalantes, 2018

Países hispanofalantes	Exportações Valor FOB (US\$)	Importações Valor FOB (US\$)	Saldo Comercial Valor FOB (US\$)
México	14.912.606.660	11.051.062.743	3.861.543.917
Colômbia	6.393.065.704	3.381.789.215	3.011.276.489
Espanha	5.134.474.270	2.941.627.572	2.192.846.698
Argentina	4.504.728.264	4.909.339.537	- 404.611.273
Peru	3.007.607.510	1.160.165.962	1.847.441.548
Venezuela	2.912.218.700	1.157.198.288	1.755.020.412
Chile	2.802.240.806	1.717.541.090	1.084.699.716
Guatemala	2.155.046.677	1.810.753.838	344.292.839
Equador	1.925.728.150	13.944.192	1.911.783.958
Bolívia	1.452.660.777	1.636.482.920	- 183.822.143
Cuba	904.653.764	112.312.957	792.340.807
República Dominicana	698.371.417	15.841.826	682.529.591
Honduras	575.590.963	170.876.659	404.714.304
Paraguai	474.111.367	60.717.276	413.394.091
Nicarágua	358.974.020	382.289.805	- 23.315.785
El Salvador	342.286.702	33.747.841	308.538.861
Costa Rica	226.896.241	39.863.901	187.032.340
Panamá	114.882.342	13.912.138	100.970.204
Uruguai	101.276.067	6.086.208	95.189.859
Porto Rico	94.553.267	4.244.413	90.308.854
Guiné Equatorial	10.672.180	8.519.548	2.152.632
Total hispanofalantes	49.102.645.848	30.628.317.929	18.474.327.919
TOTAL MUNDIAL	239.263.992.681	181.230.568.862	58.033.423.819
%	20,5%	16,9%	31,8%

Fonte: Elaboração própria a partir de informações da Secretaria de Comércio Exterior (2020).

Além das relações comerciais efetuadas entre o Brasil e os países hispanofalantes, verifica-se, na Tabela 3, que os Investimentos Brasileiros Diretos (IBD) realizados nas economias cujo idioma oficial é o espanhol somaram US\$ 35,2 milhões, o que representou 9,1% do total de IBD consolidado por empresários brasileiros em 2019. Os principais mercados de destino desses investimentos foram: Panamá, Espanha, Uruguai, Chile e Argentina. Por sua vez, os IBD efetuados na Colômbia (603,6%), na República Dominicana (13%), na Guatemala (306,5%), na Bolívia (10,6%), em Cuba (31,8%) e em Porto Rico (12%) cresceram significativamente entre 2018 e 2019, apesar da reduzida participação relativa deles no total dos IBD. E os setores de atividade mais representativos dos IBD efetuados em 2019, segundo o Banco Central do Brasil (2020), foram: atividades financeiras, de seguros e

serviços relacionados; indústrias extrativas; indústrias de transformação; atividades profissionais, científicas e técnicas; e atividades imobiliárias.

Tabela3: Distribuição do Investimento Brasileiro Direito por país, segundo a posição em participação no capital, 2018 e 2019

Países	2018		2019		Δ%
	Valor (US\$ milhões)	%	Valor (US\$ milhões)	%	
Panamá	10.182	2,9	10.164	2,6	-0,18
Espanha	7.920	2,3	7.450	1,9	-5,93
Uruguai	4.130	1,2	4.003	1,0	-3,08
Chile	4.543	1,3	3.818	1,0	-15,96
Argentina	4.192	1,2	3.388	0,9	-19,18
Colômbia	361	0,1	2.540	0,7	603,60
México	1.149	0,3	1.127	0,3	-1,91
Paraguai	984	0,3	964	0,3	-2,03
Peru	741	0,2	774	0,2	4,45
República Dominicana	406	0,1	459	0,1	13,05
Guatemala	31	0,0	126	0,0	306,45
Costa Rica	92	0,0	95	0,0	3,26
Bolívia	85	0,0	94	0,0	10,59
Equador	78	0,0	65	0,0	-16,67
Cuba	44	0,0	58	0,0	31,82
El Salvador	36	0,0	38	0,0	5,56
Porto Rico	25	0,0	28	0,0	12,00
Honduras	8	0,0	6	0,0	-25,00
Países hispanofalantes	35.007	10,1	35.197	9,1	0,54
Demais países	310.704	89,9	349.812	90,9	12,59
Total	345.711	100,0	385.009	100,0	11,37

Fonte: Elaboração própria a partir de informações do Banco Central do Brasil (2020).

Já os maiores investidores no Brasil foram Holanda, Estados Unidos, Alemanha, Espanha, Bahamas, Luxemburgo, Reino Unido, Canadá, França e Chile. Os investimentos foram voltados, principalmente, para extração de petróleo e gás, indústria automotiva, serviços financeiros, comércio, eletricidade, produção de papel, Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC), armazenamento e transporte, indústria alimentícia e mineração (SANTANDER TRADE, 2020).

Nesse contexto, é possível dimensionar a importância das companhias transnacionais oriundas de nações hispanofalantes e que atuam no mercado brasileiro, através do balanço das 500 maiores e melhores empresas do Brasil, elaborado pela revista Exame (2019). Dessas 500 empresas, 21 têm controle acionário de origem espanhola (11), mexicana (6), argentina (2), chilena (1) e colombiana (1), cujos setores de atividade estão distribuídos em bens de consumo (2), energia (9), químico e petroquímico (1), serviços de saúde (1), transporte (2), telecomunicações (4) e varejo (2).

A partir da análise realizada sobre as relações comerciais e econômicas identificadas entre o Brasil e as regiões onde há hispanofalantes, pode-se notar o ganho de importância da

língua espanhola na atuação dos profissionais que atuam em empresas internacionalizadas, sobretudo, os tecnólogos em comércio exterior.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Enquanto no Art. 2º da Resolução CNE/CP nº 03/2002 instituíram-se os cursos profissionais de nível tecnológico como Cursos Superiores de Tecnologia (CST), e estabeleceram-se suas obrigatoriedades; no Art. 3º, definiram-se os critérios para o planejamento e a organização dessa modalidade de curso, sobretudo, a identificação de seus perfis profissionais.

O perfil do CST em Comércio Exterior foi definido pelo Ministério da Educação e está disponibilizado nas edições de 2006, 2010 e 2016 do Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia (CNCST), cuja última versão, constam atualizações na denominação do curso; no eixo tecnológico; no perfil profissional; na infraestrutura e na carga-horária mínimas requeridas; no campo de atuação; nas ocupações CBO associadas; e nas possibilidades de prosseguimento de estudos na pós-graduação.

O tecnólogo em Comércio Exterior necessita adquirir conhecimentos específicos em sua área de atuação, bem como desenvolver habilidades e atitudes que o diferencie no mercado de trabalho, uma vez que ele vai atuar em um ambiente em que as empresas são internacionalizadas. Assim, verificou-se que, entre as múltiplas competências requeridas ao profissional da área, o domínio das línguas inglesa e espanhola é fundamental.

No entanto, somente com a abertura comercial e econômica do Brasil no início dos anos 1990, e com a firmação do Tratado de Assunção, em 1991, que deu origem ao Mercosul e, conseqüentemente, ao estreitamento comercial entre o Brasil e os países hispanofalantes membros do bloco em questão, que o espanhol ganhou notoriedade em cursos de idiomas, na grade curricular do ensino fundamental, médio e superior oferecidos no Brasil, e no processo seletivo das empresas para a inserção no mercado de trabalho. Nesse contexto, o Brasil consolidou-se como o segundo país onde há o maior número de estudantes de espanhol (6,12 milhões), o que corresponde a 28% do total mundial.

Essa demanda expressiva pela aprendizagem da língua espanhola se justifica pelo ganho de importância dos países hispanofalantes na pauta comercial brasileira, cujo saldo comercial correspondeu a 31,8% do total auferido pelo Brasil em 2018. Ademais, os Investimentos Brasileiros Diretos (IBD) realizados nas economias cujo idioma oficial é o

espanhol somaram US\$ 35,2 milhões, o que representou 9,1% do total de IBD consolidado por empresários brasileiros em 2019.

Por sua vez, o Brasil foi o 7º país no *ranking* de receptores de Investimentos Estrangeiros Diretos (IED) em 2018, os quais, se originaram de diferentes países, inclusive, hispanofalantes, como é o caso da Espanha, do México, da Argentina, do Chile e da Colômbia, cujas empresas chegaram a se classificar entre as 500 maiores e melhores empresas do Brasil, segundo o ranking da revista Exame (2019).

Essas informações retratam como são importantes as relações comerciais e econômicas entre o Brasil e os países hispanofalantes, seja por meio do volume de exportações e importações entre eles, pelo percentual de internacionalização de empresas nacionais para países que falam espanhol, ou através da quantidade de companhias estrangeiras, originárias de economias hispanofalantes, que se instalam no mercado brasileiro. Dessa forma, o conhecimento da língua espanhola para a atuação do tecnólogo em Comércio Exterior na atualidade não é apenas um diferencial, mas sim, um requisito necessário, já que essas relações tendem a crescer com o Mercosul e a União Europeia.

A partir da análise realizada sobre as relações comerciais e econômicas identificadas entre o Brasil e as regiões onde há hispanofalantes, pode-se notar o ganho de importância da língua espanhola na atuação dos profissionais que atuam em empresas internacionalizadas, sobretudo, os tecnólogos em comércio exterior.

REFERÊNCIAS

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de Investimento Direto 2019**. Brasília: Banco Central do Brasil, 2019.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Investimento Direto no Exterior – Posição**. Estatísticas do setor externo. Tabelas especiais. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/estatisticas/estatisticassetorexterno>>. Acesso em: set. 2020.

BARCHINSKI, G. J. **As habilidades e competências esperadas dos profissionais de comércio exterior pelas empresas da região da AMREC**. 2017. 54 f. Monografia (Graduação em Administração) – Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC), Criciúma, 2017.

BRASIL. Resolução CNE/CP nº 3, de 18 de dezembro de 2002. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a organização e o funcionamento dos cursos superiores de tecnologia. **Diário Oficial da União**. 23 dez. 2002; Seção 1.

EXAME. **Melhores & Maiores 2019: as 500 maiores empresas do Brasil**. Disponível em: <<https://exame.com/revista-exame/500-maiores-empresas-3/>>. Acesso em: set. 2020.

HARRISON, A.; DALKIRAN, E.; ELSEY, E. **International business: global competition from an european perspective**. New York: Oxford University Press, 2000.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia**. Brasília: Ministério da Educação, 3.ed, 2016.

NAÇÕES UNIDAS (UNITED NATIONS). Department of Economic and Social Affairs, Population Division. **World Population Prospects 2019**, Online Edition. Rev. 1.

_____. **National Accounts Main Aggregates Database**. United Nations. Disponível em: <<https://unstats.un.org/unsd/snaama/introduction.asp>>. Acesso em: set. 2020.

PEREIRA, M. A. C. **A aprendizagem de competências evidenciadas pelos alunos do curso de tecnologia em comércio exterior**. 2014. 130 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Centro Universitário La Salle (UNILASALLE), Canoas, 2014.

ROOT, F. J. **Foreign Market Entry Strategies**. New York: AMACO, 1987.

SANTANDER TRADE. **Brasil: fluxos de IDE**. Disponível em: <<https://santandertrade.com/pt/portal/internacionalize-se/brasil/fluxos-de-ied-2>>. Acesso em: set. 2020.

SECRETARIA DE COMÉRCIO EXTERIOR. **Comex Stat**. Disponível em: <<http://comexstat.mdic.gov.br/pt/home>>. Acesso em: set. 2020.

SILVA, P. M. **A chamada telefônica no ensino-aprendizagem do espanhol para fins específicos no curso de comércio exterior**. 2009. 141 f. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) – Universidade de Taubaté, Taubaté, 2009.

TOP UNIVERSITIES. **QS World University Rankings**. University Rankings. Business & Management Studies. Disponível em: <<https://www.topuniversities.com/university-rankings/university-subject-rankings/2020/business-management-studies>>. Acesso em: set. 2020.

VÍTORES, D. F. **El español: una lengua viva informe 2019**. Dirección Académica del Instituto Cervantes: Madrid, 2019.