

COMPETÊNCIAS REQUERIDAS NO COMÉRCIO EXTERIOR: UM ESTUDO SOB A ÓTICA DE ESTUDANTES

COMPETENCIES REQUIRED IN FOREIGN TRADE: A
STUDY IN THE STUDENTS' PERSPECTIVE

Marcelo Almeida de Camargo Pereira *
Vera Lucia Felicetti **

* Doutorando em Educação no programa de Pós-graduação em Educação do Centro Universitário La Salle na cidade de Canoas - RS
✉ marceloacpereira@gmail.com

** Doutora em Educação pela PUCRS. Pós-doutorado na Universidade de Maryland – College Park - EU. no programa de Pós-graduação em Educação do Centro Universitário La Salle na cidade de Canoas – RS Brasil.
✉ vera.felicetti@unilasalle.edu.br

R e s u m o

Este artigo traz uma análise sobre o contexto do comércio exterior brasileiro, as competências do profissional dessa área apontadas na literatura e os resultados parciais de uma pesquisa realizada com alunos de nível superior do curso de Comércio Exterior. Os dados foram coletados através da técnica de grupos focais, sendo analisados via análise textual discursiva. Apresentam-se aspectos sobre a aprendizagem das competências necessárias para atuar na área, sob a ótica de alunos pesquisados. Em relação ao perfil profissional, constata-se, por meio dos autores, que o profissional da área deve agregar competências gerais, como negociação, criatividade, domínio de idiomas, visão estratégica e cultura universal. As opiniões dos alunos participantes convergem com a literatura, pois, para eles, o profissional necessita ter uma formação que contemple conhecimentos aduaneiros e de legislação, negociação, comunicação e aspectos culturais, de modo a melhor enfrentar os desafios do mercado globalizado.

P a l a v r a s - c h a v e: Estudantes. Aprendizagem. Competências. Comércio exterior. Perfil profissional.

Recebido em: 01/11/2016
Aprovado em: 04/01/2017

Abstract

This paper brings an analysis about the Brazilian foreign trade context, the competencies to this professional pointed out in literature, and also the partial results of a research with undergraduate students of Foreign Trade. The data were collected through the focus groups technique and analyzed through discursive textual analysis. Aspects concerning the learning of the competencies necessary to act in the area, from the perspective of the students researched, are presented. Regarding the professional profile, according to the authors, the professional has to aggregate general competencies, such as negotiation, creativity, foreign languages mastering, strategic vision and global culture. The opinions of the participating students converge with literature because, for them, the professional needs to have a training that includes customs and legislation knowledge, negotiation, communication and cultural aspects, in order to better face the challenges of the globalized market.

Keywords: Learning. Competencies. Foreign trade. Professional profile.

1 Introdução

O comércio exterior é um fator de desenvolvimento para o país e um desafio aos governantes e às empresas que nele atuam. A diversidade de leis, entraves logísticos, posicionamento geográfico, complexa carga tributária e concorrência em nível internacional são alguns dos obstáculos para as organizações.

As práticas de comércio internacional precisam servir como um instrumento aos gestores públicos para o desenvolvimento econômico de um país. Sendo assim, o objetivo dos gestores públicos deve se concentrar no alcance do pleno emprego, aliado à distribuição de renda e a baixos índices inflacionários. Indicadores como o Produto Interno Bruto (PIB) e Produto Nacional Bruto (PNB) podem auxiliar a definir como está o desenvolvimento do país frente à comunidade internacional.

O exercício das práticas de comércio surge justamente como um mecanismo capaz de apontar as soluções e os caminhos viáveis para o estabelecimento de um eixo sólido e concreto, que suporte a implementação de medidas válidas para promover o crescimento de um país. (FARO; FARO, 2012, p.3)

Outro fator de importância é a escassa mão de obra qualificada para atuar no mercado internacional, que, além de competitivo, requer um leque de competências e habilidades, justificando a existência de um curso específico para formação nessa área: o curso de Comércio Exterior.

Compreendendo o curso de Comércio Exterior como uma forma de preparo e formação para atuação na esfera internacional, pode-se afirmar que tal preparo do pessoal de comércio exterior é fator de importância para o processo de internacionalização das empresas. No momento em que a empresa decide por ingressar em mercados no exterior, esta necessita criar equipes – ou assistentes, inicialmente – que tenham as competências para a realização do investimento (MINERVINI, 2012).

A organização de um departamento de Comércio Exterior é um primeiro passo para atuação nos negócios internacionais. Esta deve ser realizada em consonância com o planejamento estratégico da empresa, a qual deve implantar uma cultura exportadora. Em um segundo momento, deve-se estruturar as funções do departamento de Comércio Exterior e definir por um canal de distribuição adequado para a promoção de seus produtos (MINERVINI, 2012). Todas essas funções podem ser executadas por profissionais da área de Comércio Exterior.

Ramos, Domingues e Marietto (2011) afirmam que o profissional da área de Comércio Exterior é quem atua diretamente nas relações de comércio internacional, analisando as situações e tendências de mercado e planejando o comércio de produtos e serviços com outros países.

É possível afirmar que o profissional de comércio exterior tem formação acadêmica e continuada, visão sistêmica da organização na qual atua e visão empresarial para prospecção de novos negócios e transita em diferentes ambientes e culturas com desenvoltura. Este profissional, por fim, deve ter um forte senso comercial, atuando como negociador, frente às inúmeras variáveis econômicas, logísticas, técnicas, jurídicas e burocráticas que a área apresenta (MINERVINI, 2012).

Com base nos apontamentos de Minervini (2012), Ramos, Domingues e Marietto (2011), pode-se verificar o profissional de comércio exterior em nível de gestão como um profissional integrador e incentivador de diversas áreas da organização com o mercado externo. Sua flexibilidade como negociador, sua visão de

mundo ampla e globalizada, sua atuação em contextos multiculturais, além dos conhecimentos burocrático administrativos, lhe conferem teoricamente as condições para a condução dos negócios internacionais das companhias.

Verifica-se, dessa forma, a necessidade de formação especializada para preparar os sujeitos para atuação no mercado externo. Esta pode ocorrer via ensino de competências e habilidades multi e interdisciplinares, entre as quais ensino de idiomas, técnicas de negociação, legislação internacional, economia e mercado, estratégias de vendas internacionais, procedimentos operacionais de importação e exportação etc. se cruzam e complementam.

Nessa direção, este artigo parte dos estudos da dissertação de mestrado intitulada *A aprendizagem de competências evidenciadas pelos alunos do curso de tecnologia em Comércio Exterior*, tem como objetivo contextualizar brevemente o comércio exterior brasileiro e evidenciar o que autores e estudantes do curso de Tecnologia em Comércio Exterior apontam sobre o perfil do profissional desse campo.

O presente trabalho está dividido em: introdução, em que se apresentam as bases iniciais do trabalho, como a importância da área de Comércio Exterior e o profissional da área; o contexto do comércio exterior brasileiro, que além de abordar o momento atual, busca o histórico das relações comerciais do Brasil com o exterior; o percurso metodológico, com a técnica de coleta e análise de dados; os resultados da pesquisa realizada com alunos de tecnologia em comércio exterior, que discutem sobre o aprendizado para a atuação profissional na área internacional; e, ao final, encontram-se as considerações finais e as referências que embasaram este artigo.

2 O contexto do comércio exterior brasileiro

O comércio exterior brasileiro foi fortemente influenciado pela depressão dos Anos 30 e pela II Guerra Mundial. Nesse período, as vendas externas do país estavam ancoradas em *commodities* (produtos básicos) como algodão, borracha, açúcar, café e ouro. Esses produtos, de baixo valor agregado no caso dos agrícolas, dependem do consumo e das oscilações de preço internacionais (FARO; FARO, 2012).

Com a depressão dos anos 1930, ocorreu a necessidade de ruptura do modelo exportador baseado em produtos agrícolas para o modelo de substituição das importações, o qual demandou um grande processo de industrialização e redução

drástica das compras externas, visando ao crescimento econômico. Durante algumas décadas, os sucessivos governos buscaram equalizar os fatores de desequilíbrio dessas políticas, até que, ao final da década de 1960, ocorreu o chamado milagre econômico brasileiro. Esse período se caracterizou por altas taxas de crescimento econômico, investimento público em infraestrutura, demanda por bens duráveis e crescimento da construção civil. Durante o período, as vendas ao exterior apresentaram resultados favoráveis em razão da grande demanda mundial (FARO; FARO, 2012).

O período de crescimento foi interrompido pela crise econômica internacional, pelo choque do petróleo e pela elevação das taxas de juros internacionais, que trouxeram à tona os problemas estruturais do país e da política externa equivocada desenvolvida ao longo daquelas últimas décadas. Os anos 1980 no Brasil foram marcados pelo que Faro e Faro chamam de “situação caótica de ciclos recessivos e de crescimento reprimido.” (2012, p.7). Apesar da situação, segundo esses autores, o país obteve *superávit* nas vendas externas, o que, contudo, não foi suficiente para a estabilização das contas internas do país.

Na década de 1980, segundo Dupas e Suzigan (apud SILVA, 2008) o país enfrentou um processo de desaceleração na atividade industrial, em razão de indefinições estratégicas governamentais e de uma rígida política de ajustes macroeconômicos. A inserção internacional da indústria brasileira estava centrada na utilização dos recursos naturais, de forma semelhante à da década de 1930, como sublinham Faro e Faro (2012).

Vale o apontamento de Cavusgil, Knight e Riesenberger (2010) de que o programa de substituição de importações protegeu a indústria brasileira da concorrência externa e proporcionou um forte parque industrial, porém sem o mérito da concorrência e atualização tecnológica.

A década de 1990 foi marcada por sucessivos planos para estabilização econômica e controle inflacionário, de forma a retomar o crescimento econômico. A estabilização foi iniciada através do Plano Real e mantida através dos governos subsequentes ao do presidente Itamar Franco (FARO; FARO, 2012). Ainda neste contexto, Silva (2008) afirma que o ano de 1988 foi decisivo para o comércio exterior brasileiro, pois houve a eliminação dos controles quantitativos sobre as importações, em razão do esgotamento da política de substituição às importações.

Faro e Faro (2012) apontam que, apesar dos problemas do governo Collor, em 1992, esse governo possibilitou a abertura econômica brasileira e lançou mão das bases para integração regional e formação do Mercado Comum do Sul (MERCOSUL). Pode-se considerar que o processo de ruptura do fechamento da economia brasileira com a indústria automobilística, resumido na célebre afirmação do presidente Collor de que os carros eram “verdadeiras carroças” (CAVUSGIL; KNIGHT; RIESENBERGER, 2010, p.468), foi resultado dos anos de fechamento econômico.

Dado esse breve histórico apresentado, pode-se afirmar que o processo de abertura econômica brasileiro ocorreu há menos de trinta anos. Cavusgil, Knight e Riesenberger (2010) confirmam que o relativo isolamento geográfico, as condições políticas e econômicas não favoreceram o Brasil no processo de globalização. A inserção tardia, por sua vez, fez com que as empresas brasileiras tivessem uma visão global menos aguçada a respeito dos negócios internacionais.

A participação do Brasil no comércio mundial em 2012 (entre importações e exportações) está na média de 1,3% do total mundial, ocupando o 22º lugar nos principais exportadores mundiais segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC (MDIC, 2014). Essa baixa inserção global corrobora Cavusgil, Knight e Riesenberger (2010), uma vez que, para esses autores, a pauta de exportações brasileira ainda é baseada em produtos não especializados, ou seja, os bens primários, vegetais ou minerais e itens industriais não acabados. Pode-se visualizar como um desafio ao comércio exterior brasileiro a sua maior inserção e exportação de produtos especializados (de maior valor agregado).

Segundo os dados consolidados da balança comercial brasileira (MDIC, 2014), as exportações de produtos básicos e semimanufaturados representam 60,4% da pauta de exportações, enquanto os manufaturados apresentam 37,4% de participação, e as operações especiais 2,2%, confirmando os apontamentos de Cavusgil, Knight e Riesenberger (2010).

Outro desafio ao comércio exterior brasileiro está na baixa inserção das pequenas e médias empresas no mercado exportador. No ano de 2012, 95,6% das exportações foram feitas por grandes empresas, enquanto as médias e pequenas representaram 3,4% e 0,8% respectivamente¹ (MDIC, 2014).

¹ As exportações de pessoas físicas representaram 0,2% do total.

Dentre os principais estados exportadores, o Rio Grande do Sul encontra-se em quinto lugar, atrás de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Paraná. O estado detém 7,17% da participação nas exportações brasileiras, sendo que seus principais produtos exportados foram: soja, fumo, bagaços e outros resíduos sólidos, carnes e miudezas, óleo de soja, trigos e misturas, tratores, polietileno, calçados, arroz, dentre outros produtos (MDIC, 2014a).

Com base no exposto, pode-se vislumbrar como desafios ao comércio exterior brasileiro a maior inserção no mercado internacional, com inclusão das pequenas e médias empresas, além da diminuição da dependência na exportação de produtos primários. Em relação a isso, é de fundamental importância uma mudança na estratégia empregada principalmente pelas pequenas e médias empresas, que, pelas suas características, preferem terceirizar as tarefas de cunho internacional no intuito de manter o foco somente na produção. Essas empresas, por sua própria natureza, carecem de uma visão sistêmica internacional. Tais desafios justificam cada vez mais a necessidade de profissionais com competências e habilidades para atuação no mercado global.

3 Percorso metodológico

Este estudo, de cunho qualitativo, teve como sujeitos de pesquisa alunos do curso de tecnologia em Comércio Exterior que participaram de grupos focais. Desse modo, a coleta de dados foi realizada através da técnica de grupos focais, e o seu exame, via análise textual discursiva, amparados respectivamente em Gatti (2005) e Moraes (2003).

A técnica de grupos focais diferencia-se das entrevistas em grupo pelo fato de buscar as interações entre os participantes na discussão e, assim, captar as opiniões expressas por estes em suas falas (GATTI, 2005).

A análise textual discursiva, por sua vez, pressupõe um processo de categorizações que possibilite uma nova compreensão emergente. A “tempestade de luz”, segundo Moraes (2003), é uma forma de analisar um *corpus* de pesquisa a fim de se propiciar a nova compreensão.

Foram realizados três grupos focais, com questões relacionadas ao universo das competências, comércio exterior, graduação tecnológica, aspectos envolvendo o fazer e ser do professor e do aluno do curso de Comércio Exterior, sendo

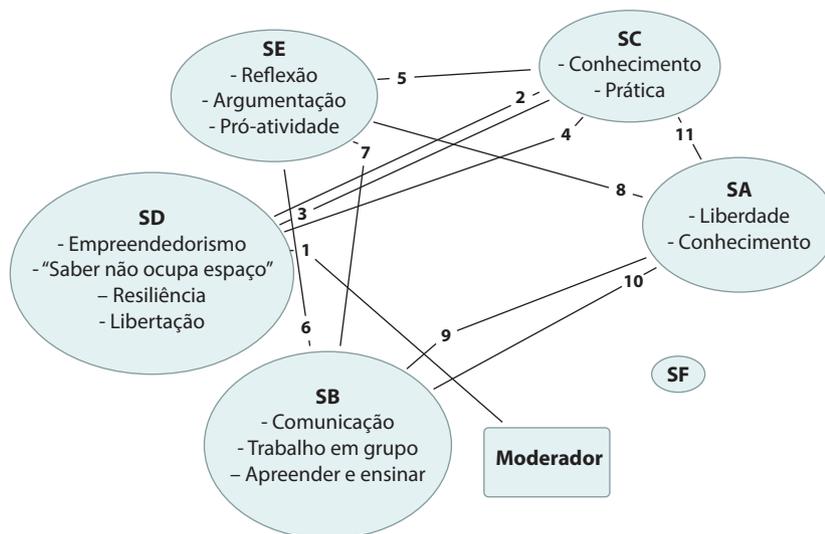
as falas transcritas para o trabalho de categorização. Essa transcrição originou documentos de análise, ou seja, o *corpus* em questão. Os encontros foram gravados com auxílio de um gravador, um telefone celular e uma câmera digital e tiveram o pesquisador como moderador. Os alunos participantes assinaram um termo de consentimento e sigilo para a utilização de suas falas, que aparecerão ao longo do texto através de citações indiretas e diretas. Estas estarão em itálico ao longo do texto e identificadas por SA, SB, SC, SD, SE e SF, representação dada aos participantes de modo a respeitar o anonimato.

Para a seleção dos participantes, foi feito um convite aos estudantes do terceiro e quarto módulos (os semestres finais do curso) em uma instituição de ensino superior na cidade de Porto Alegre (RS), no limite de seis a oito alunos para a participação no grupo focal de pesquisa. Procurou-se dividir o grupo igualmente entre homens e mulheres, para que, além de características homogêneas no grupo, houvesse variação suficiente para diferentes opiniões e percepções. Após o convite, foram recebidos o total de oito confirmações de alunos interessados em participar.

De um total de quase três horas de discussão, o *corpus* foi gerado por 43 laudas de transcrição. Foram colocadas ao grupo doze questões para discussão, sendo trabalhada aqui somente a questão próxima ao escopo deste artigo, a qual versa sobre as competências necessárias ao profissional de comércio exterior.

A partir das laudas transcritas, foram realizadas leituras flutuantes e grifadas as palavras mais importantes apontadas pelos alunos em cada questão discutida. Para melhor representar a discussão dos alunos e seus principais termos utilizados, foi elaborada a Figura 1. As setas contínuas, na Figura 1, representam as opiniões simples, enquanto as pontilhadas representam os pontos de interação durante a discussão da questão. Dentro de cada balão, que representa um sujeito no grupo focal, foram listados os principais termos utilizados pelos alunos durante suas falas.

Figura 1 – Competências aprendidas na faculdade



Fonte: Pereira (2014, p. 84)

4 Aprendizagem para atuação: competências e habilidades

Trazer a voz do estudante em uma pesquisa é trazer a voz do sujeito que é o destinatário dos esforços dos professores e das políticas públicas de ensino. Quando se mescla na discussão o conhecimento tácito, adquirido no mercado de trabalho, com o acadêmico, enriquece-se e engrandece-se a discussão e traz-se à tona a importância das competências para atuação em diversas esferas.

Ao colocar-se a questão sobre quais competências os alunos aprenderam na faculdade, ocorreu um grande número de participações e algumas interações. Dentro da discussão, a participante SD questiona SC se ela aprendera algo na faculdade que antes não sabia fazer. Outra interação ocorreu entre SB, SE e SA, em relação à necessidade de proatividade, comunicação e na importância das atitudes na aprendizagem.

Entre as diversas competências aprendidas na faculdade, na visão dos alunos, aparecem o conhecimento, termo em que os saberes estão imbricados, a comunicação, proatividade e o empreendedorismo. Esses saberes, competências e habilidades aparecem nos entremeios de suas falas de forma inter-relacionada, isto é, saberes que se transformam em competências e habilidades que não são distinguidas de competências, formando um conjunto de aprendizado. Esse conjunto representa a formação do aluno, contemplando a esfera profissional, assim como a pessoal, em que as competências e habilidades passam a integrar a

bagagem pessoal do indivíduo. Essa bagagem torna o processo de compreensão do indivíduo sobre o ambiente ao seu redor mais ágil e possibilita que ele alcance novos patamares profissionais e pessoais.

Para melhor compreender a influência da grade curricular do curso sobre os sujeitos pesquisados, foi elaborado o Quadro 1, apresentando as competências a serem desenvolvidas no curso de Comércio Exterior.

Quadro 1 – Competências desenvolvidas nas disciplinas específicas do curso de Comércio Exterior

Competências desenvolvidas
Utilizar os métodos de custeio auxiliando nas tomadas de decisão.
Utilizar as bases jurídicas na solução de problemas relacionados aos atos comerciais internacionais.
Interagir, em língua espanhola , nas situações de comunicação do cotidiano no ambiente organizacional.
Utilizar de visão crítica a respeito das informações veiculadas nos meios de comunicação e analisar oportunidades e ameaças às suas estratégias de negócios.
Desenvolver projeto de internacionalização de um determinado ramo negócio.
Adotar decisões de fechamento de operações cambiais para maximizar benefícios à organização.
Interpretar os movimentos financeiros , seus ciclos e impactos de forma a garantir a rentabilidade nas operações financeiras internacionais.
Interagir, em língua inglesa , nas situações de comunicação do cotidiano do ambiente organizacional
Utilizar a língua inglesa como instrumento de acesso à informação, voltado à área de Comércio Exterior.
Utilizar a linguagem como instrumento de acesso a informação a outras culturas e aos negócios internacionais.
Comparar diferentes propostas recebidas e negociar soluções adequadas.
Adquirir uma visão geral do comércio exterior brasileiro
Atuar no comércio internacional em consonância com os preceitos aduaneiros .
Identificar os benefícios e custos tributários dentro da legislação, a fim de obter o melhor resultado para a organização.
Desenvolver um plano de marketing para um mercado específico.
Analisar e avaliar o micro e macro ambiente do marketing a fim de adequá-lo às necessidades mercadológicas.
Desenvolver uma postura crítica frente ao mercado globalizado e seus desafios .
Identificar oportunidades de inovação para o incremento dos negócios.

Fonte: Adaptado de Pereira (2014, p. 70) (grifo meu).

Com base nas competências apresentadas no Quadro 1, propostas pela grade curricular da instituição onde ocorreu a pesquisa, nota-se a apropriação das capacidades empreendedoras, de comunicação – em diversas esferas, como o trabalho em equipe e comunicação por parte dos alunos pesquisados, já que eles reforçam tais itens. Pode-se também verificar que as competências que abrangem desde o desenvolvimento de postura crítica perante os mercados, a comunicação em outros idiomas, compreensão dos mercados financeiros, conhecimento das bases jurídicas, procedimentos aduaneiros e tributários contribuem para a formação desse aluno que, ao se apropriar de conhecimentos, torna-se livre para conquistar seu espaço no mercado de trabalho e na sociedade.

O aluno SB entende a proatividade como competência desse profissional, além de atenção, flexibilidade e preparo emocional para o trato com diferentes pessoas. Para ele, o profissional dessa área também deve gerenciar a pressão, proveniente dos clientes e órgãos públicos. Para SB, desenvoltura no relacionamento com as pessoas e conhecimento são os aspectos primordiais. Ele também afirma que o profissional de comércio exterior precisa dar respostas ágeis ao afirmar que “*tem que se fazer [...] meio de campo entre o importador, o exportador, o trader, ele tem que saber, tem que ter agilidade para isso tudo, ele tem que ser competente nisso tudo, ele tem que ter desenvoltura, conhecimento*” (SB). Na fala desse participante, pode-se notar que o profissional de comércio exterior tem uma função intermediadora, uma vez que se relaciona com diversas partes na cadeia de comércio. SB ressalta a importância do conhecimento de idiomas para quem atua nessa área.

A questão do conhecimento de idiomas, que consta do Quadro 1, é partilhada por SA, que os entende como um diferencial para melhores posições no mercado de trabalho. Para ele, o fator cultural é importante, uma vez que o profissional de comércio exterior interage com pessoas de diferentes países e culturas. Dentro dessa afirmação, ele acredita que uma experiência internacional, como um intercâmbio, pode agregar mais ao currículo do profissional. Por fim, SA vê a comunicação como competência necessária. Segundo ele, a faculdade lhe auxiliou a vencer a timidez para falar em público, apresentar suas ideias e argumentar com outras pessoas com clareza.

Convém apontar que o conhecimento de idiomas estrangeiros, segundo Minervini (2012), é elencado como uma das características do gerente de

comércio exterior. Essa competência pode também ser inserida no âmbito da comunicação, justificando-se pelo fato da interação com diferentes contextos geográficos e culturais do profissional. O conhecimento de idiomas também apareceu nos resultados da pesquisa de Ramos, Domingues e Marietto (2011), realizada junto a empresas do interior de São Paulo, os quais identificaram, junto aos empresários de determinada região de São Paulo, que esse conhecimento é uma das características desejáveis do profissional da área de Comércio Exterior.

A participante SC, por sua vez, divide as competências entre o nível técnico e o comercial. Para ela, quem atua no nível operacional, além de conhecimentos técnicos, precisa ter aptidão e gosto pelas atividades, em razão da alta carga de estresse e cobranças. Ela entende proatividade como uma competência, mas crê que somente quando se gosta da atividade é possível ser proativo com mais intensidade. SC não respondeu sob o olhar do setor comercial de comércio exterior, o que pode ser explicado por sua atuação técnica na área operacional de uma empresa de serviços de importação e exportação. Minervini (2012) nos aponta as competências do gerente de exportação, para quem o aspecto técnico operacional é um dos componentes para atuação na área. Dentre os outros componentes, que são as capacidades de negociação, de ter uma cultural global e conhecimento de idiomas etc., estes podem ser os recursos para atuação na área comercial de comércio exterior, uma vez que o profissional precisará dessas ferramentas mentais e saberes para se relacionar com outros clientes internacionais.

O domínio dos saberes, na opinião de SE, é fundamental para quem atua no comércio exterior. Ao contrário de SC, SE que acredita que não basta ter noção de algum assunto, é necessário saber e colocar em prática o tema. É possível afirmar que SC entende como um profissional competente aquele que resolve situações ou problemas de forma eficiente, através da aplicação dos saberes aprendidos. Nesse sentido, a compreensão de SE vai ao encontro do que Perrenoud (2000) demonstra, pois, para o autor, a competência individual não advém de transmissão, mas de prática, originária da experiência e reflexão associada à teoria.

Em concordância com o que afirmou SC, a participante SD primeiramente acredita que, para ser um profissional competente, este precisa gostar de sua profissão, independentemente da área de atuação. Essa afeição pela área compreende um processo de construção e aprendizagem de longo prazo, no qual dedicação, conhecimento (ou saberes) e atitudes interagem dialeticamente. SD ressalta que

o aspecto operacional é muito importante, uma vez que um simples erro em um documento pode gerar uma multa mínima de R\$ 500,00 (quinhentos reais) e que pode chegar a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais). A questão da comunicação também foi abordada por essa participante, uma vez que o profissional dessa área lida com empresários, vendedores internacionais, com transportadores e órgãos públicos, o que requer boa comunicação, assim como fluência em idiomas. Esse ambiente de interação é destacado por Minervini (2012) nas funções do departamento de Comércio Exterior. O autor destaca que esse departamento interage com diversas áreas da empresa, constituindo-se na interface da organização com as empresas no exterior.

A aluna SC aponta a importância dos conteúdos dentro do que aprendeu no ensino superior. Para ela, os saberes foram as principais aprendizagens. SC destaca que somente pôde comprovar esse aprendizado quando teve a oportunidade de ingressar em um estágio na área de Comércio Exterior. Ao iniciar a atividade, viu que diversos conteúdos procedimentais e conceituais haviam sido aprendidos. O excerto abaixo demonstra seu primeiro dia de trabalho, quando um colega começa a lhe mostrar documentos e algumas rotinas:

Num primeiro momento quando eu entrei no estágio, extremamente crua, já no terceiro semestre, tinha um rapaz lá que foi me ensinar, que [...] sentou do meu lado, aquela coisa toda de quem vai lá, no primeiro dia de serviço e olha, e liga o computador e olha pra tudo muito estranho, e ele começou a me falar, ah, pegou um B/L², pegou algumas coisas, uma documentação, e ele não sabia nem por onde começar. Era um rapaz muito novo, e dali um pouquinho ele começou a falar algumas coisas, e aí eu disse assim: “Não, eu sei o que é”. “Ah, e a NCM³?”. Eu digo: “Não, eu sei o que que é!”. “Ah, e isso aqui?”. “Não, isso eu também sei o que que é!”. Aí ele disse assim: “Mas como? Tu já trabalhaste na área?”. Eu digo: “Não, mas eu faço Comércio Exterior”. E exatamente, eu tô lembrando disso porque foi o *único momento*, que até então eu achava que não tinha entendido bulhufas, eu disse assim: “Isso aqui, literalmente, isso aqui não me serve pra nada, eu não aprendi nada. Olha, esse negócio de Taylor e Fayol não é pra mim, modelos de gestão, não” Mas, pelo contrário, deu para ver que eu aprendi, alguma coisa eu aprendi. (SC)

² Trata-se de um documento de Comércio Exterior para o transporte internacional marítimo de mercadorias.

³ Nomenclatura Comum do Mercosul – As mercadorias comercializadas internacionalmente pelo País são classificadas, desde 1996, de acordo com a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), que é também adotada por Argentina, Paraguai e Uruguai. Disponível em: <<http://www4.receita.fazenda.gov.br/simulador/glossario.html>>, acesso em 03 fev. 2014.

Podemos verificar na fala de SC o processo de reflexão e seu consequente reconhecimento da própria aprendizagem. No relato da aluna, no seu primeiro dia de trabalho ela foi apresentada à documentação básica de comércio exterior, a qual já conhecia da faculdade. A iniciação profissional na área de Comércio Exterior lhe mostrou que os conteúdos desenvolvidos na faculdade foram aprendidos.

A questão da prática apesar de mencionada por SC, pode ser exemplificada através da fala da participante SE:

E é claro, aqui [na faculdade] eu posso errar, agora, na minha empresa não é? Vou fazer uma entrevista, eles vão me dar um teste, eu não posso errar lá, eu posso errar aqui na aula, chega na hora eu não posso errar, eu tenho que estar pronta e apta para fazer da melhor forma, para fazer correto. (SC, 2014)

Ressalta-se, por meio da fala de SC, a importância da preparação na faculdade para o ingresso no mercado de trabalho. A participante, ao reconhecer que na hora da entrevista (no mercado de trabalho) não pode errar, demonstra a compreensão de que na faculdade é o lugar para os erros e acertos, e a prática mostra-se um aspecto fundamental nessa preparação.

A cultura geral do profissional de comércio exterior foi indicada por SD, pelo fato de que, quanto maior conhecimento sobre o mundo, mais oportunidades de negócios ele poderá angariar para sua empresa. A cultura universal, nesse aspecto, é abordada por Minervini (2012, p.272) no perfil do profissional de comércio exterior ao destacar que este “precisa ter uma ótima formação e muita sensibilidade para negociar com culturas diferentes”.

A questão da aprendizagem de idiomas foi novamente mencionada por SC. Em seu relato, ela afirma que o mercado de trabalho exige inglês em nível avançado, apesar de a função a ser exercida não requerer esse conhecimento. Para ela, as empresas demandam um “superfuncionário”, com domínio de diversos idiomas. Este seria um motivo de frustração profissional, pois ela pensa que uma pessoa com essas características, que não usasse seu potencial conquistado no idioma estrangeiro, se sentiria desmotivada.

SD, nesse contexto, afirma que as empresas demandam muito, em razão da

concorrência, e que a contrapartida, como salários, benefícios e oportunidades reais de crescimento, não seguem o mesmo ritmo.

A participante SD também destaca a questão da resiliência. Segundo ela, os obstáculos como o distanciamento da família e o cansaço após um dia de trabalho (para os alunos que estudam à noite), requerem vontade, ou atitudes, comprometimento para estudar. SD também nos traz outros aspectos importantes para a aprendizagem de competências, como a proximidade entre o aluno e o professor, o conteúdo e a didática em aula.

Vale trazer a fala de SD nos grupos focais realizados para melhor compreensão de seu contexto:

“Saber não ocupa espaço”, aprender, conhecimento, não ocupa espaço, então, no momento que tu chegas, se tu vais aproveitar cem por cento ou cinquenta por cento, às vezes não é possível, pois a gente realmente não está em condições físicas, nem mentais de, de absorver cem por cento, mas tudo que for possível absorver eu acho que a gente tem que absorver, e, aí sim, talvez no final do curso a gente consiga, juntando um pouquinho de cada, se desenvolver e sair um bom profissional, sair um profissional competente. (SD, 2014)

SD, ao afirmar que conhecimento “não ocupa espaço”, entende que os saberes nunca são demais ao indivíduo. Esses saberes fragmentados e aprendidos pelo indivíduo ao longo de sua formação acadêmica podem auxiliar no desenvolvimento de competências profissionais. A utilização do termo “absorver” por parte da aluna denota o sentido de aprender e entender, utilizado em sentido metafórico.

Na fala dos participantes, aparece direta e indiretamente a libertação como uma competência aprendida na faculdade. Nas falas de cada um no grupo focal, foi possível perceber que suas histórias de vida se misturam com a vida acadêmica, como a participante que passou o curso buscando um estágio para se colocar na área (e conseguiu), ou outro que já tinha curso superior e estava cursando o segundo, ou a aluna que reconheceu as excessivas demandas do mercado de trabalho, todos de alguma forma destacaram que o conhecimento lhes proveu as ferramentas para buscarem seus objetivos e novos patamares, libertando-os da situação em que se encontravam.

A fala de SA reforça a importância dada ao conhecimento:

O conhecimento é muito importante, como a colega falou, o aluno tem que vir aberto para aprender, se ele vier aberto conseguirá aproveitar junto ao professor. Muitas vezes tu tens um ótimo professor, mas tu não consegues absorver nada dele porque tu não te aproximas, o professor não sabe nem o teu nome, tu não procuras te apresentar, fazer um “a mais”, e isso vai ser o diferencial pra ti, não que tu ganhes mais ou menos que o outro, mas tu te sentirás melhor, [...] seguro, não é? E isso eu aprendi com os outros, observando os outros e aqui na faculdade. Então, a única coisa que te liberta, assim, que tu deves buscar, é o status do conhecimento, isso é o mais importante. (SA, 2014)

Os conhecimentos – ou saberes – fornecem *status* a quem os possui, segundo SA. Seguindo-se a mesma lógica, seria possível afirmar que a competência também deveria fornecê-lo, uma vez que seu conceito ultrapassa a simples posse de conhecimentos, por tratar-se da mobilização dos saberes, habilidades, atitudes, novas tecnologias, ação de forma integrada, flexível e empreendedora, dentro de um espaço de tempo apropriado, de forma a agregar valor às organizações e a si próprio.

À guisa de conclusão deste item, verifica-se a convergência dos argumentos dos alunos com a base apresentada na introdução deste trabalho, em que o profissional de comércio exterior é aquele profissional que apresenta características de proatividade, flexibilidade, que atua integrando os diversos departamentos da empresa entre si e com o mercado externo. Reconhece-se que o profissional não pode se deter exclusivamente ao aspecto teórico-procedimental da área, mas que deve investir no constante aprendizado de forma a obter uma cultura global atuando com desenvoltura entre diferentes culturas e países. Apesar dessas convergências, outros aspectos podem ser destacados, como a metacognição em relação ao trabalho, a confusa relação entre conhecimentos e competências e as demandas do mercado de trabalho que superam as possibilidades atuais dos alunos.

Ao findar a discussão da questão proposta nesta seção, ocorre um consenso geral. No imaginário dos participantes da pesquisa, o profissional de comércio exterior desenvolve competências somente através da vivência prática, ou seja, entrelaçando a teoria com a prática e na prática. Vale lembrar que, para SC, os conteúdos foram as principais aprendizagens, o que, de certa forma, traz um teor

contraditório em sua fala dentro desse consenso. Pode-se conjecturar que a participante tenha unificado a “teoria” aprendida na faculdade com o “fazer” do mercado de trabalho. Se essa vivência prática da opinião dos participantes for adicionada de qualificação em paralelo, como a aprendizagem de idiomas, leituras e conhecimento de outras culturas, ela pode levar a outros patamares profissionais.

5 Considerações finais

Com base na literatura pesquisada, é possível verificar pontos em comum entre Minervini (2012), Ramos, Domingues e Marietto (2011) e os alunos participantes pesquisados neste trabalho. Se buscarmos uma junção conceitual com base nos autores, podemos afirmar que o profissional de comércio exterior é um negociador com múltiplas competências e habilidades, dentre elas: domínio de idiomas, bom relacionamento intercultural, habilidades de comunicação, conhecimento de rotinas burocráticas, ampla visão sistêmica da organização na qual atua e dos processos em que está inserido. Esse profissional lidará com informações diversas, da empresa, de mercado, de produto, portanto, deverá saber geri-las habilmente. O profissional também precisa manter-se constantemente atualizado, em razão das variáveis ambientais que o cercam e influem na comercialização de produtos e serviços.

As competências e habilidades apresentadas pela literatura podem ir ao encontro dos desafios apresentados no contexto do comércio exterior brasileiro, uma vez que a inserção das empresas brasileiras no comércio internacional requer profissionais competentes para rápidos resultados e para competir globalmente.

Nas falas dos alunos apresentadas neste trabalho, também se verifica a consonância com a literatura, uma vez que eles reconhecem a importância da cultura como fator de inserção e atuação em outros mercados, dos aspectos procedimentais e de legislação, no conhecimento de idiomas etc.

Além dos saberes aprendidos, verifica-se na fala dos alunos a incorporação de valores do mercado de trabalho, que podem ser empregados tanto na área de Comércio Exterior quanto em outras, em que a comunicação, a proatividade, o conhecimento e o trabalho em equipe ganham destaque. Esses valores, somados às competências e habilidades apropriadas na faculdade, conferem valor e empregabilidade ao sujeito, para sua colocação e seu posicionamento profissionais.

Ressalta-se, no entanto, que a incorporação dos valores do mundo do trabalho não ocorre sem a devida reflexão crítica, uma vez que entendem que, com as exigências de mercado, devem vir contrapartidas de reconhecimento moral, profissional e salarial.

A aprendizagem, ou melhor, o caminho que os indivíduos percorrem para aprender competências é composto de diversas conexões e relações, que decorrem das necessidades do ambiente e do mercado, assim como das relações do sujeito no ambiente escolar. O contato com outros estudantes, com a instituição, com o meio acadêmico e com o professor influem positivamente naqueles indivíduos comprometidos com sua aprendizagem. Essa rede de contatos atua de forma a despertar as potencialidades dos estudantes, no aspecto cognitivo, emocional e psíquico. Esses aspectos, por sua vez, podem ser trabalhados através das interações de alunos com alunos, alunos com professores, alunos com a instituição, assim como na proposição de situações-problema de complexidade crescente, que forcem a mobilização dos recursos de que o indivíduo dispõe e as coloca em prática. Destaca-se que esse caminho é compreendido pelos alunos, que colocam seus esforços, tempo e investimentos para aprender.

Conforme se afirmou no artigo em cena, enriquece o estudo trazer a voz do aluno à discussão, nesse caso o de comércio exterior. Esse sujeito, em formação é aquele que representará as organizações e o país perante os obstáculos e desafios provenientes da abertura econômica brasileira.

O presente estudo se propôs a apresentar resultados parciais de uma pesquisa realizada com alunos de comércio exterior de nível superior, cujo objetivo central foi atingido. As falas apresentadas, entremeadas com a literatura e técnica utilizadas proporcionaram um olhar sobre o que pensa esse importante ator na educação: o aluno. Para enriquecimento do debate sobre o ensino de competências e para a melhoria do ensino profissional, sugere-se, em termos de estudos futuros, que sejam realizadas pesquisas sobre o ensino de competências profissionais sob a ótica e experiência dos docentes de comércio exterior, o que proporcionaria novas visões e possibilidades de convergências para a prática educativa.

Referências

CAVUSGIL, S. T.; KNIGHT, G.; RIESENBERGER, J. *Negócios internacionais, estratégia, gestão e novas realidades*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

FARO, Ricardo; FARO, Fátima. *Curso de comércio exterior: visão e experiência brasileira*. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GATTI, Bernadete Angelina. *Grupo focal na pesquisa em ciências sociais e humanas*. Brasília: Liber Livro, 2005.

MDIC. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. *Dados consolidados da balança comercial brasileira 2012*. Brasília, 2014. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1365787109.pdf> Acesso em 08 jan. 2014.

_____. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. *Balança comercial: unidades da Federação*. Brasília, 2014a. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5&menu=1076>>. Acesso em 08 jan. 2014.

MINERVINI, Nicola. *O exportador*. 6.ed. São Paulo: Pearson, 2012.

MORAES, Roque. Uma tempestade de luz: a compreensão possibilitada pela análise textual discursiva. *Revista Ciência e Educação*, Bauru, v.9, n. 2, 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ciedu/v9n2/04.pdf>>. Acesso em 10 ago. 2013.

PEREIRA, Marcelo A. de C.. *A aprendizagem de competências evidenciadas pelos alunos do curso de Tecnologia em Comércio Exterior*. 2014, 130 p. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade La Salle, Canoas – RS.

PERRENOUD, Phillipe; et al. *Dez novas competências para ensinar*. Porto Alegre, RS: ARTMED Editora, 2000.

RAMOS, A.C.; DOMINGUES, G.S.; MARIETTO, M.L. As competências esperadas do profissional de comércio exterior pelas empresas na região de Tatuí. *Revista Sapere*, Tatuí, 4.ed. 2011. Disponível em: <http://www.revistasapere.inf.br/download/quarta/ANA_GIOVANA_MARCIO.pdf>. Acesso em 09 jan. 2014.

SILVA, José Ultemar da. (Org.). *Gestão das relações econômicas internacionais e comércio exterior*. São Paulo: Cengage Learning, 2008.