



## **INTERNACIONALIZAÇÃO DOS PROFISSIONAIS:** Um estudo sobre o nível de internacionalização dos estudantes e gestores da Paraíba.

Higor Ferreira Vaz (UNIESP)  
higor-ferreira2008@hotmail.com  
Prof. Ms. Luciana Ribeiro Rabay Butcher (UNIESP)  
[luciana@brazilliant.com.br](mailto:luciana@brazilliant.com.br)

### **RESUMO**

Com o crescimento da globalização, o mundo vem se tornando cada vez menor, trazendo mais possibilidades para que as empresas e os profissionais possam se comunicar e compartilhar conteúdos em nível internacional. O simples fato dessa troca de culturas entre as organizações, despertam a curiosidade das pessoas, gerando uma diversidade de profissionais aptos a concorrência mundial. São inúmeras pessoas que vivem conectadas diariamente, que por conta da aldeia global, geram uma comunicação fácil entre os pólos do mundo, o profissional consegue se reinventar com o simples fato de conhecer um idioma diferente do que ele já domina, suprimindo e atendendo o mercado atual de forma mais rápida e precisa. A globalização é um fator importante que merece ser estudada e conhecida por todos do meio corporativo, com isso objetivo desse artigo é: analisar os profissionais e estudantes de administração que estão disponíveis para o mercado global, assim como os seus estudantes, utilizando a tipologia de pesquisa exploratória e descritiva, com abordagem qualitativa, formando assim um perfil de profissional sobre o nível de conhecimento e percepção da internacionalização, buscando pontuar ações para potencializar os processos, tornando o tema mais atrativo e discutível.

**Palavras Chave:** Internacionalização de empresas. Diversidade Cultural. Globalização.

### **ABSTRACT**

Globalization made the world into a smaller marketplace bringing increasing opportunities and possibilities for companies and for professionals to communicate, share content, and work in an international level. Cultural diversity is present in most organizations these days, and the exchange of behaviors, customs, and culture brings up new knowledge and a new vision of the world, creativity and innovation that brings professionals to a worldwide international level. Many people are connected today due to the technology and communication revolution, bringing the theory of Global Village to life. In the global village, professionals are able to communicate easily, and can reinvent themselves by learning new languages, and cultures, advancing in the world market quickly and with precision. Globalization is an important topic of study always,

specially in the business world, hence the objective of this article, to study and analyze management professionals available and in action in the global market. For that, the research methodology used was exploratory and descriptive, and an qualitative approach, producing as a result the profile of the management professional with regards to their level of perception, knowledge and skills needed for total business internationalization. The article hopes to create awareness and interest of the management community in Paraiba about internationalization and all its benefits.

**Keywords:** Business Internationalization. Globalization. Cultural Diversity.

## 1 INTRODUÇÃO

Com a globalização, e o que tem sido chamado de o achatamento do mundo, acontecendo desde 1450, é indiscutível a crescente interligação e interdependência entre países, organizações e pessoas no mundo inteiro.

O mundo está cada vez “menor”, segundo Friedman (2005, p. 21), é um “fenômeno que está capacitando, dando poder e impelindo indivíduos e pequenos grupos a se tornarem globais”, ou seja a troca e a interação de culturas, políticas e economias fazendo assim com que o trabalho vá para onde ele possa ser feito da melhor maneira e pelo menor custo.

Esse processo de idas e vindas, imigração e emigração, aumenta a complexidade da Diversidade Cultural existente no mundo. Essa diversidade cultural está presente em vários aspectos da vida humana, e em diversos níveis no mundo inteiro. Se dentro de um país, este abriga diferenças sociais, alimentares, religiosas, econômicas, entre outras, imagine quando comparado os diversos países que existem no mundo. São diversas culturas espalhadas pelo decorrer da sua história, que conseguem ter um leque muito grande de diferenças.

Com o reconhecimento da Diversidade Cultural, organizações e pessoas aprendem a ser mais tolerantes, despertando assim a curiosidade das pessoas para o conhecimento, evidenciando a necessidade do processo de internacionalização dos administradores como necessário para a colaboração e a concorrência em âmbito mundial. De acordo com Deresky (2003), assim se estabelece um perfil cultural adequado, sendo útil para aplicar todo o conhecimento, desenvolvendo e entendendo as maneiras de fazer negócio que predominam em cada região.

Um ponto importante da Diversidade Cultural de um país, são os idiomas falados e compartilhados, quanto mais idiomas “girando” naquele país, mais fácil será o processo de acessibilidade a mundialização. O Brasil tem grande dificuldade nesse

sentido, por ter apenas um idioma predominante no território brasileiro, uma grande porção dessa dificuldade se dá pelo fato do Brasil ser um país continental, com fronteiras distantes de grandes centros, dificultando assim o fácil acesso das culturas. Com o fluxo contínuo e irreversível da globalização, e com a crescente pressão do mercado por novas competências e habilidades para o administrador atual, este artigo busca analisar: **Qual o nível de internacionalização dos profissionais da Paraíba?**

Diante da problemática proposta, este trabalho se desenvolve no intuito de identificar o perfil dos administradores presente e dos que estão por vir da Paraíba, revisando assim os conceitos e práticas de internacionalização, para entender se este profissional está ciente e ativo na busca por sua internacionalização. O desafio é entender se o nível do perfil do administrador paraibano está alinhado para ter impacto na sua carreira, buscando, dessa forma, contribuir para a administração e seus “alunos” os benefícios de um perfil internacionalizado em um mundo globalizado.

Evidenciando também que um dos interesses dessa pesquisa é expor aos administradores que serão submetidos a uma autoanálise no processo da pesquisa, a importância de se buscar conhecimento no que se refere a Internacionalização, quanto para a instituição, o curso e o corpo docente, que terão informações para analisar esses perfis e efetuar possíveis melhorias no processo de formação do profissional Administrador.

## 1.1 OBJETIVOS

### 1.1.1 Objetivo geral

Identificar o nível de internacionalização dos profissionais de João Pessoa/PB.

### 1.1.2 Objetivos específicos

- Revisar os conceitos e práticas de internacionalização.
- Identificar o perfil do profissional na Paraíba.
- Relatar se o profissional paraibano enxerga um mercado global.

## 2 PRINCÍPIOS DA GLOBALIZAÇÃO E DA INTERNACIONALIZAÇÃO

O termo “Globalização” teve origem na década de 1980 para descrever o processo da integração econômica e política internacional, marcados pela evolução dos transportes e comunicações, por se tratar de algo mundial, alguns autores usam o termo mundialização. Temos algumas definições de autores renomados sobre o fenômeno globalização.

AUTOR	DEFINIÇÃO
Anthony Giddens (2003)	A globalização tem algo a ver com a tese de que agora vivemos todos num único mundo.
Milton Santos (2008)	A globalização é, de certa forma, o ápice do processo de internacionalização do mundo capitalista.
Thomas L, Friedman (2005)	É um fenômeno muito mais amplo, mais profundo e mais complexo, envolvendo novas formas de comunicação e inovação.

**Quadro 1:** Definições de Globalização.

**Fonte:** Autoria própria, 2020.

Anthony, defende que a globalização é um conjunto de complexos processos, ou seja, uma simples revolução da vida cotidiana, são sentidas em todo o mundo, dê do trabalho à política. Com isso Giddens (2003, p. 20), diz que “a globalização, tal como estamos experimentando, é sob muitos aspectos não só nova, mas também revolucionária”, ou seja, revoluções tecnológicas e culturais são fatores para a globalização, tanto quanto economia e política.

De acordo com Milton (2008), não é apenas um conjunto de sistemas e técnicas, a globalização é o resultado das ações que assim asseguram a emergência de um mercado global. Persistindo assim de que o mundo precisa de uma globalização mais humana, onde o autor encara alguns fatores como mito, como o termo “aldeia global”, que tem esse nome pela difusão instantânea de notícias, reafirmando assim que os problemas reais estão cada vez mais inacessíveis.

O pensamento de Friedman (2005), mostra que a globalização não é só espalhar o capitalismo ou aumentar o comércio e mercados, todo o seu impacto não será só econômico. Thomas mostra que a globalização tem muito mais histórias e fases do que somente fenômenos econômicos. O achatamento do mundo, permitiu a criação de uma plataforma global para o compartilhamento de trabalho, conhecimento e culturas de diversas formas.

Urquiza e Ribeiro (2018), trazem uma análise de que a globalização “é utilizada de maneira quase descuidada, seja pelos homens públicos, por governos, por cientistas, pela população em geral”, sendo assim passando a ser mais utilizada de forma mais frequente nos últimos anos. Podendo assim se falar em uma acepção histórica, onde uma determinada cultura em alto grau de desenvolvimento, tende a se expandir além do seu território original. (URQUIZA; RIBEIRO, 2018)

O que se pode ter certeza é que a globalização tem uma concepção que se vincula aos fenômenos vividos pela humanidade entre os séculos XV e XX, desde a expansão do imperialismo europeu e americano.

A globalização pode assim ser definida como a intensificação da aldeia global, ou seja, o aumento das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa. (IANNI, 1994)

Octavio Ianni (1994, p. 151), ressalta que “A transformação local é tanto parte da globalização quanto a extensão lateral das conexões sociais”, expondo assim que numa vizinhança local tende a ser influenciado por fatores econômicos e mercados exteriores que operam em distâncias indefinidas a sua volta.

Alguns autores sempre voltam e reconstroem os processos de expansão imperial e colonial, de diferentes modos. Os processos globais, não se limitam somente há esses acontecimentos, segundo Ramada (2018, s.p.), há outros processos globais, “tais como o comércio mundial, o alargamento do sistema de crédito, as migrações, forçadas ou não, que geram fluxos de mão de obra”. Assim observa-se que decorrido desses processos que possam passar despercebidos por alguns autores, nota-se que a transferência de saberes, ideias e tecnologias fazendo a difusão e apropriação de crenças e religiões terem um aumento. (RAMADA, 2018)

Conseqüentemente, percebe-se que a globalização e sua história definitivamente não é algo que veio do “nada”, ela veio se construindo ao longo de seus anos, com suas peculiaridades, se desenvolvendo na medida que a população e sua tecnologia avançam, com seus diferentes entendimentos e suas distintas perspectivas

## 2.1 FASES HISTÓRICAS DA GLOBALIZAÇÃO

A história da globalização teve início em grandes revoluções, algo que vem se moldando em fases ao longo do avanço da humanidade, com base nas evoluções e determinações dos países.

A primeira fase da globalização, que ocorreu entre 1492 e 1800, caracterizou-se pelo mercantilismo expansionista, onde os principais e primeiros há impulsionar a globalização são os países, mais precisamente europeus como; Portugal, França, Holanda, Inglaterra e Espanha, que tinham como forma de governo monárquicas, motivados para a busca de novas riquezas em suas grandes navegações. Sendo uma época de grandes descobertas e avanços, denominado assim “Globalização 1.0”. (FRIEDMAN, 2005)

Essa de fato foi uma das mais longas fases da globalização, que se constituiu na criação das suas condições geográficas, criado no simples estabelecimento de “relações comerciais”. Onde não tinham muitas escolhas por parte dos exploráveis, Pedreira (2018, s.p.), diz “Não foi a liberdade de comércio que teceu a rede de relações com que correram as transações intercontinentais que iniciaram a construção da globalização, mas essa capacidade e essa força que muitas vezes assumiram um carácter abertamente militar e mesmo violento.”. Os países europeus estabeleciam suas regras e “convertiam” seus nativos a suas crenças e religiões, sem nenhum tipo de refutação, caso contrário declaravam guerra ao local e as pessoas que viviam naquele lugar.

Muitas pessoas consideram que essa fase foi dividida em duas partes, chamada de “Globalização 2.0”, iniciada em 1800 indo até meados dos anos 2000, onde a primeira parte tem como principal aspecto a revolução industrial, com o surgimento de grandes empresas as comandantes dessa fase mais precisamente nos Estados Unidos. Fortemente marcada pelos grandes acontecimentos econômicos, políticos e bélicos do século XX, são elas: I e II segunda Guerra Mundial, a grande depressão com a quebra da bolsa de Wall Street e ainda a Guerra Fria, pegando a década de 90. Já na segunda parte dessa fase, a invenção dos computadores, telefones, fibra ótica e até pela ida do homem à lua, mostrando que a nível global essa é a fase mais visível a nível econômico. (FRIEDMAN, 2005)

Os EUA encontravam-se bem colocados para tirar vantagem de um regime de comércio internacional liberalizado, onde ele mesmo impôs, já que no imediato pós-guerra a maior parte dos países europeus estavam desgastados pela guerra, onde o

principal veículo deste processo foi o Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT) celebrado em 1947. (CAMPOS, 2007)

A partir desse momento, os países globalizados criaram suas proteções dos mercados internos, com barreiras protecionistas como impostos, taxas e cotas para deixarem seus produtos internos mais competitivos com a massiva concorrência entrando em seus territórios, cada país com sua lei de soberania, sua autonomia em território onde deve ser respeitada e cumprida em seus acordos.

“Globalização 3.0”, iniciada em 2000 e segue até os dias atuais, impulsionada pelas pessoas, nós nos encontramos na era da “aldeia global”, já que um indivíduo não precisa de um espaço físico específico para determinada função. A criação da internet e a WWW (World Wide Web), marcam a revolução tecnológica, ligando-nos a todos como se fossem da mesma família. Embora as pessoas sejam a característica mais marcante da Globalização 3.0, também faz com que empresas de grande e pequeno porte, possam ter novas perspectiva dessa era. (FRIEDMAN,2005)

A principal característica dessa fase, se dá pelo fato do declínio do Estado-Nação que está configurada segundo Alcoforado (2006, p. 40), “perda da capacidade de se constituir uma economia nacional confinada territorialmente e em tê-la sob seu controle.”, suas relações internacionais e sua cooperação internacional passaram a ser algo muito crucial para o desenvolvimento econômico do país. Empresas nacionais passaram a ser multinacionais com a tecnologia e as informações podendo ser adquiridas sem nem sair do lugar, assim como a formação de filiais em outros países com uma simples troca de mensagens e ligações.

Portanto, nota-se uma verdadeira evolução histórica ao longo dos anos, cada etapa com seus benefícios e desafios, características e particularidades, porém vale ressaltar que em todas as fases, por mais que tenha o “dominador” do momento, sempre haverá interesses dos países no meio da impulsionada globalização.

### **2.1.1. Os paradoxos da globalização**

Diante da conceitualização da globalização como um fenômeno carregado de ideologias que não se podem ser dispensadas, sendo ela completa de tenência, onde a mundialização dita desde suas ondas globais até seus sistemas políticos. A globalização é muito mais presente e muito mais notável nos dias atuais, por estarmos no auge de toda a globalização, achatando de vez o mundo e mostrando que

economias, políticas, ambiente, sociedade e cultura de um país podem influenciar diretamente a de outro, se tornando uma globalização multidisciplinar.

Diante de toda mudança do mundo, a transformação social que estamos vivendo onde as organizações começaram a adquirir novos métodos para obter suas metas e seus resultados. A preocupação com meio ambiente, geração de emprego e desenvolvimento sustentável estabeleceu com que as empresas e governos trabalhassem de forma sistemática as questões sociais.

Alexandre Xavier (2011), revela esses efeitos decorrente da globalização no quesito forma de governo voltada ao direito do trabalho, Xavier (2011, p.134-5) “Com o novo contexto mundial, este setor do ordenamento jurídico enfrenta cada vez mais dificuldades para garantir condições mínimas de trabalho de acordo com os parâmetros básicos da justiça social.”, na presença dessa realidade o sistema deve se adaptar-se de forma permanente às novas vivências para conseguir proporcionar as respostas que a sociedade necessita.

O sistema migratório de pessoas, vem sido muito forte nos últimos anos, sendo grande parte das pessoas em situação irregular, porque de um lado, há controles cada vez mais restritivos nos países e mecanismo limitados para a migração legal e, de outro, há o aumento da violência, desemprego e conflitos internos que o país de origem tem. Vasconcelos (2015, p.155), identifica ao menos três paradoxos que a globalização enfatiza no tema das migrações, são elas:

- As fronteiras estão abertas para bens, investimentos e serviços, mas cada vez mais fechadas para grande parte dos seres humanos;
- Essas mesmas fronteiras estão cada vez mais abertas para algumas pessoas, como profissionais altamente qualificados, investidores e empresários;
- Fronteiras vigiadas, muros e barreiras não impedem que migrantes continuem a cruzar as fronteiras.

Diante do exposto, percebe-se a magnitude desses paradoxos, exibindo deste modo um pequeno grupo lucra ilicitamente com a vida de milhões de pessoas que visam poder garantir uma vida melhor para si e seus familiares. É aí que as organizações sentiram o peso da transformação social, onde o consumo cai com a exposição de fatos como esse, fazendo a valorização das éticas de trabalho implementadas na empresa.

Urquiza e Ribeiro (2018), enfatizam que a mobilidade humana na globalização foi muito impulsionada pelas mudanças legais, sociais, econômicos e principalmente pelos avanços tecnológicos. Diante desse aumento do fluxo de pessoas maior é o

contato entre culturas, tudo marcado pela globalização. A cultura é primordial na formação de identidade do indivíduo, quando há um grande fluxo de culturas se relacionando, o termo de “Internacionalização” é utilizado: onde aquela pessoa passa a ter uma visão global e podendo se tornar uma pessoa adaptável e flexível, entendendo e respeitando diversas culturas, crenças, costumes e hábitos espalhadas pelo mundo. A um grande benefício para o país também, possibilitando-o com as diversas culturas a sua “mão”, sendo exploradas em suas relações internacionais, já que ele terá um leque de possíveis idiomas para explorar.

## 2.2 INTERNACIONALIZAÇÃO DE ORGANIZAÇÕES E PROFISSIONAIS

Nos últimos anos, as mudanças tecnológicas, políticas e econômicas, fizeram com que as empresas busquem formas para se tornarem e se manterem competitivas. A globalização é considerada uma das forças mais poderosas que afetam as organizações, acarretando mudanças significativas em sua gestão, com posicionamento eficiente em condições do novo ambiente. Almeida (2007, p.32), identifica que a internacionalização deve ser vista como “um meio essencial para o aumento da competitividade internacional das empresas, promovendo o desenvolvimento dos países e facilitando o acesso a recursos e a mercados e a reestruturação econômica”,

As organizações têm certa necessidade, sendo às vezes uma necessidade oculta, mas que ela está presente. Quando é falado em internacionalização das organizações, vem o ligamento direto a comércio exterior, importação e exportação, porém nem todas as empresas buscam isso, mas vale reforçar que elas buscam a competitividade. Almeida (2007, p.27), definiu uma razão para a qual as organizações buscam a internacionalização, “estar próximo ao cliente, para ajustar a especificação do produto, melhorar a logística de fornecimento ou brindar serviços de assistência técnica” ou seja, não ficando limitado somente ao seu comércio, as organizações podem buscar trabalhar novos idiomas, meios de trabalho, tipos de serviços, que possam agregar muito ao seu negócio, assim como adquirir novos mercados e novas tecnologias. Isso está presente no conceito de Johanson e Vahlne (1990, p.20), para quem internacionalização é o “processo de desenvolvimento de redes de relacionamento de negócios em outros países através de extensão, penetração e interação.”.

Um dos processos de internacionalização que vem crescendo exponencialmente são as filiais de empresas estrangeiras (franquias), sendo elas nas estruturas de produção, vendas ou comércio. Órgãos do governo brasileiro tem uma taxa muito grande, que ainda está em crescimento, necessitando das internacionalizações tanto de empresas quanto dos profissionais, uma vez que, o Brasil tem recebido muitas empresas de fora por meio de suas franquias ou joint ventures. Abaixo duas definições que condiz a esse crescimento:

AUTOR	DEFINIÇÃO
Welch e Luostarinen (1998)	Processo de envolvimento crescente em operações internacionais, no sentido do contexto doméstico para mercados estrangeiros e vice-versa.
Ruzzier, Hisrich, Antoncic (2006)	Expansão geográfica das atividades econômicas de uma empresa para além das fronteiras nacionais de seu país de origem.

**Quadro 2:** Definição de Internacionalização.

**Fonte:** Autoria própria, 2020.

Quando se fala em internacionalização, a grande maioria pode levar diretamente a importação e exportação, as organizações possuem opções de escolha tendo em sua mão estratégias que podem ser classificadas de acordo com o grau de controle que elas oferecem. O maior controle para uma organização pode ser interessante, porém significa, mais riscos, mais investimentos e maior comprometimento por parte da empresa. Com isso, segundo Ansoff e McDonell (1993), os motivos pelos quais a organização busca por uma internacionalização são: crescimento do volume de negócios, melhoria da lucratividade de curto e longo prazo, invencibilidade futura e equilíbrio do portfólio de investimento estratégico.

Franchising (franquias), uma das estratégias, sendo a mais simples delas, tendo três opções; a exportação indireta, onde a empresa vende seus produtos no mercado exterior por meio de um intermediador; exportação cooperativa, que ocorre quando uma organização exportadora utiliza a rede de canal de distribuição de uma outra empresa local para vender seus produtos; e por último a exportação direta, a organização estabelece o seu próprio departamento de exportação e vende seus produtos por meio de um intermediário. (CERCEAU, LARA, 1999). Infelizmente nosso tempo de resposta ao mercado em expansão, que exige uma capacidade muito flexível com qualidade, não tendo profissionais adequados para uma resposta rápida ao internacionalismo, mesmo com estímulos governamentais, a maioria das empresas

não conseguem um conteúdo adequado, ou uma exposição de seus interesses para a internacionalização.

### **2.2.1 Internacionalização dos profissionais**

Cada vez mais o número de empresas internacionais no Brasil cresce exponencialmente, deixando nosso mercado a todo o vapor, porém nossos profissionais não conseguem responder a altura e com um tempo de resposta rápido. Diante disso e tendo presente e constante necessidade de qualificação dos profissionais em formação, instituições de ensino precisam ficar atentas aos movimentos mundiais que determinam alguns rumos para a educação superior. (STALLIVIERI, 2017)

A formação de um profissional, passou a ser muito mais valorizada, em função do novo perfil do que é solicitado pelo mercado. Stallivieri (2017, s.p.) afirma que para o profissional tornar-se competitivo e buscar melhores colocações no ambiente profissional precisa “qualificar seu currículo e, além de desenvolver as competências específicas da sua área de conhecimento, necessita também excelente domínio de línguas estrangeiras, fácil adaptabilidade em outros países, boa convivência com estrangeiros”, mostrando que os profissionais do entendimento e aceitação de outras manifestações culturais, desenvolvendo, dessa forma, uma inteligência intercultural.

Diante do acelerado processo de internacionalização, surgem alguns fatores que podem atrapalhar ou dificultar o caminho do profissional para a internacionalização, sendo eles; dificuldades de adaptação cultural, dificuldades na comunicação e no desempenho das habilidades linguísticas. O cenário brasileiro, com tais dificuldades, gera a necessidade de compatibilizar os interesses de todas as partes, institucionais; onde as instituições de ensino devem mostrar para seus alunos que irão ser profissionais, a necessidade que o mercado tem em profissionais internacionalizados, e os próprios profissionais/estudantes; que além de um ganho pessoal, ganhou profissionalmente, realizando a demanda que o mercado exige.

#### **2.2.1.1 Idioma**

O mercado profissional passou a exigir profissionais mais qualificados, com diferentes habilidades e capacidades específicas, principalmente aqueles que agir

com naturalidade em ambientes multiculturais, ambientes esses que é um resultado da globalização. Algo muito requisitado nas organizações, são administradores fluentes em outras línguas, o Brasil é rico em vários idiomas, mas infelizmente, idiomas onde se encontram mortos, ou na maioria das vezes idiomas indígenas, causando assim sua única língua predominante e praticada em território, o português brasileiro. (STALLIVIERI, 2017)

Com a evidencia de diversidades e diferenças culturais, e com grande evolução tecnológica, onde impulsiona a encontros interculturais cada vez mais frequentes, seria de extrema facilidade o adendo de língua estrangeiras em território nacional, porem há uma grande problematização em conflitos culturais, permeados ou mediados pela língua estrangeira. (KAWACHI, 2011). De acordo com Kawachi (2011, p.69) nesse tipo de cenário vivido no Brasil “a orientação na cultura-alvo parece não receber a mesma importância – pelo menos nas crenças de muitos pais, alunos e professores – atribuída a língua alvo”. Assim ressalta que com seus hábitos, costumes e crenças, acabam sem abertura para o aprendizado, enraizando a homogeneidade que existe no Brasil, moldando a si mesmo o comodismo linguístico.

#### *2.2.1.2 Diversidade cultural*

Como um primeiro passo em direção à sensibilidade cultural, o administrador internacional deveria entender a própria cultura. Essa conscientização ajuda a se precaver contra a adoção de uma atitude paroquial ou etnocêntrica, deixando de tornar suas crenças e costumes mais importantes que as demais. (DERESK, 2008). Administradores internacionais, devem além de ter a consciência das variáveis culturais e seus efeitos, devem apreciar a diversidade cultural e entender a melhor maneira de estabelecer relações construtivas de trabalho em qualquer parte do mundo.

Essa dimensão cultural deve ser compreendida como todos os valores, costumes e anseios que emanam das nações e seus povos e que, de diversas formas, acabam interferindo nos processos de negociação, comercialização, cooperação e internacionalização. Brasil entra em aspectos muitos mais complexos, que dificultam a tolerância e respeito de culturas e suas religiões diferentes da única predominante. No entanto, a diversidade cultural também constitui um paradoxo da realidade corporativa, que na “medida em que grupos formados por pessoas com diferentes

dimensões de diversidade estão propensos em gerar conflitos intergrupais”. (HANASHIRO; CARVALHO, 2005 p.2)

Compreender que a cultura faz parte da compreensão teórica e prática da internacionalização é um dos principais e cruciais aspectos que o administrador deve ter em mente.

### *2.2.1.3 Fator brasil*

A formação cultural do Brasil é muito diferente de outros países, o que é um fator a ser considerado em uma empresa. Em particular, a textura sociocultural da realidade brasileira é complexa, onde nosso tamanho geográfico e ter somente um único idioma, afetam nossa funcionalidade. A origem dos estudos de diversidade advém de dispositivos compulsórios (determinados pelo governo), face da necessidade de lidar com “fortes questões raciais e pressões crescentes de grupos étnicos e de minorias”. (HANASHIRO; CARVALHO, 2005 p.3.)

Essa homogeneidade que afeta o Brasil, é direcionada diretamente para seus profissionais, onde criam-se barreiras, dificultando sua tolerância perante a outros indivíduos que pensam diferente do seu. Brasil em seu tamanho geográfico, sendo ele quase um continente, dificulta seus grandes centros a terem contatos com as fronteiras, sendo denominadas de “fronteiras sociais”, onde nelas vivem diferentes etnias, o contato linguístico é uma consequência inevitável assim como suas práticas, um campo pouco explorado pelo brasileiro. É importante enfatizar que a prática que por assim atravessa fronteiras, com suas línguas designadas, é uma tarefa já proposta, porque o português é brasileiro e o espanhol é castelhano na maioria dos casos, o que difere de suas línguas hereditárias. (STURZA, 2005)

Com o status de língua oficial e predominante, o português na América se coloca lado a lado ao longo das fronteiras geográficas que compartilha com o espanhol, porém, os grupos de convívio e seus contatos linguísticos, contribuem para a constituição de um panorama linguístico heterogêneo, muito aquém do que representa a dualidade português-espanhol no seu estatuto de línguas majoritárias, mas sendo restrita ao continente sul-americano. (STURZA, 2005). Aplicando assim suas línguas, exclusivamente em seus territórios, deixando sua região com dificuldade a acessos de outras línguas para o compartilhamento das culturas.

### 3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Para a realização desta análise, foi realizado uma pesquisa bibliográfica e descritiva com abordagem qualitativa, que para Diehl e Tatim (2004, p. 52), “os estudos qualitativos podem descrever a complexidade de determinado problema e a interação de certas variáveis”, sendo assim é possível compreender e classificar os processos dinâmicos vividos. Com isso Brunchez, Adriane *et al* (2016 *apud* Skinner, Tagg e Holloway, 2000) afirmam que as técnicas qualitativas focam na experiência das pessoas e seus respectivos significados em relação a eventos, processos e estruturas inseridos nos cenários sociais.

O desenvolvimento do trabalho, foi elaborado em cima de embasamento teórico, para assim possuir a maior relevância acadêmica, juntamente com um levantamento bibliográfico, que segundo Cervo, Bervian e Da Silva (2007, p. 48), “a pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos”. Gil (2007) confirma que a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, sendo eles principalmente de livros e artigos científicos.

Ao tentar fazer a ligação entre as informações adquiridas por meio da pesquisa bibliográfica com a realidade a ser estudada, foi efetuada uma pesquisa descritiva, o que de acordo com Gil (2007, p. 42): “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno”, marcando com a maior precisão possível, a frequência que esses fenômenos ocorrem, sua relação e conexão com os outros.

#### 3.2 TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE PESQUISA

Para a transformar o estudo mais próximo das referências bibliográficas, foi necessário a realização de uma pesquisa de campo, classificado por Gil (2007, p. 53) como uma “pesquisa que é desenvolvida por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar explicações”, sendo coletado nas condições naturais em que todo o fenômeno se passa.

Para a realização desta pesquisa de campo, foi utilizado técnica de questionário, que é definida por Severino (2014, p. 125) sendo “conjunto de questões,

sistematicamente articuladas, que se destinam a levantar informações escritas por parte dos sujeitos pesquisados”, ressaltando a importância e clareza e da objetividade das perguntas. “O questionário é a forma mais usada para coletar dados, pois possibilita medir com mais exatidão o que se deseja”. (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007, p. 53)

No presente trabalho, foi aplicado um questionário que teve oito perguntas, mescladas entre fechadas e abertas, com o intuito de avaliar profissionais em formação, assim como já formados, impondo uma auto avaliação perante suas práticas de internacionalização.

As questões foram aplicadas online, de modo digital utilizando a plataforma *Google Forms*, onde se encontra anexada ao final deste artigo, perguntas essas que foram disponibilizadas por oito dias para respostas, partindo do dia 16/11/2020 e sendo finalizado no dia 23/11/2020, onde foi obtido 76 respostas que serão analisadas na próxima seção. Para a escolha das questões, foi realizado, levando em consideração todo o conteúdo estudado, gerando dados, que com a coleta, foram submetidos a análises, para assim saber se os profissionais paraibanos estão cientes ou preocupados com a necessidade da internacionalização, onde para que toda a análise tenha sucesso, foi necessário o retorno ao referencial teórico do estudo.

#### **4 ANÁLISE DOS DADOS**

Neste capítulo é apresentado os resultados obtidos pela elaboração e pela realização da pesquisa qualitativa e de observações, obtendo assim de forma online 76 respostas entre gestores e profissionais da Paraíba. Os dados foram demonstrados em percentual para evidenciar se as informações obtidas são convergentes, divergentes ou se complementam com a teoria, no sentido de qualificar se os profissionais visualizam as necessidades do mercado global.

ÁREA DE ATUAÇÃO	Porcentagem	FAIXA ETÁRIA	Porcentagem
<b>Administração/Gestão - Estudante</b>	<b>51,30%</b>	<b>Entre 20 a 24 anos</b>	<b>35,50%</b>
Administração/Gestão - Graduado	28,90%	Entre 25 a 29 anos	25%
Outros	9,40%	Entre 30 a 34 anos	19,70%
Gestão de Recursos Humanos - Graduado	2,60%	Entre 35 a 39 anos	11,80%
Gestão Financeira - Estudante	2,60%	Acima de 40 anos	7,90%
Ciências Contábeis/Gestor - Graduado	2,60%		
Gestão Comercial - Graduado	1,30%		
Gestão Financeira - Graduado	1,30%		
<b>SEXO</b>			
<b>Feminino</b>	<b>52,60%</b>		
Masculino	47,40%		

**Quadro 3:** Perfil dos Respondentes.

**Fonte:** Autoria Própria, 2020.

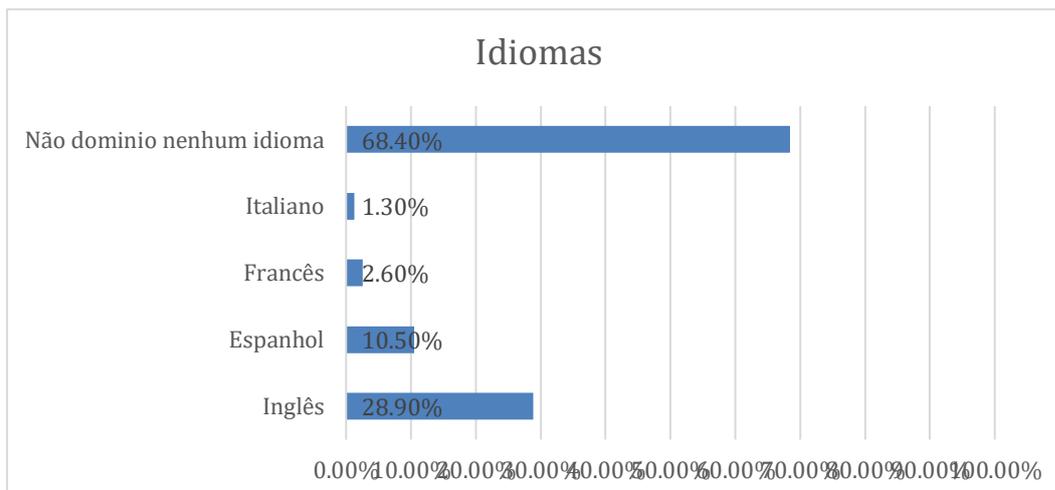
A partir dos resultados obtidos no questionário e pela análise da tabela em questão, que assim representa o perfil do respondente, é possível notar que a maior parte dos respondentes são da área de Administração sendo estudante ou graduado nesta área, totalizando 80,20%, representando praticamente toda a amostra. Isso demonstra que houve um grande alcance entre estudantes e graduados, resultando em um perfil misto com visões diferentes do mercado.

Percebe-se também que teve uma certa predominância entre a faixa etária de 20 a 25 anos, que alcançou 35,50% e a faixa etária entre 25 a 29 anos, que atingiu 25%. Isso demonstra que o questionário foi respondido por pessoas que estão no meio dessa fase de globalização e podem desfrutar de um mercado globalizado, uma vez que ambas as faixas etárias são alvos das grandes corporações.

Enquanto quesito sexo, ficou extremamente equilibrado, com números muitos próximos, entre homens e mulheres, com uma leve vantagem ao público feminino, demonstrando um fator equilibrado na composição do perfil.

#### 4.1 DOMÍNIO LINGUÍSTICO

Quanto ao conhecimento de outras culturas, foi buscado perceber se os profissionais da Paraíba, dispunham de domínio sobre algum idioma, para uma melhor colocação no mercado de trabalho. Com isso foi aplicado a uma das questões, se os gestores/estudantes tinha algum domínio sobre alguma língua, deixando-as em escala a partir de uma das línguas mais faladas do mundo.



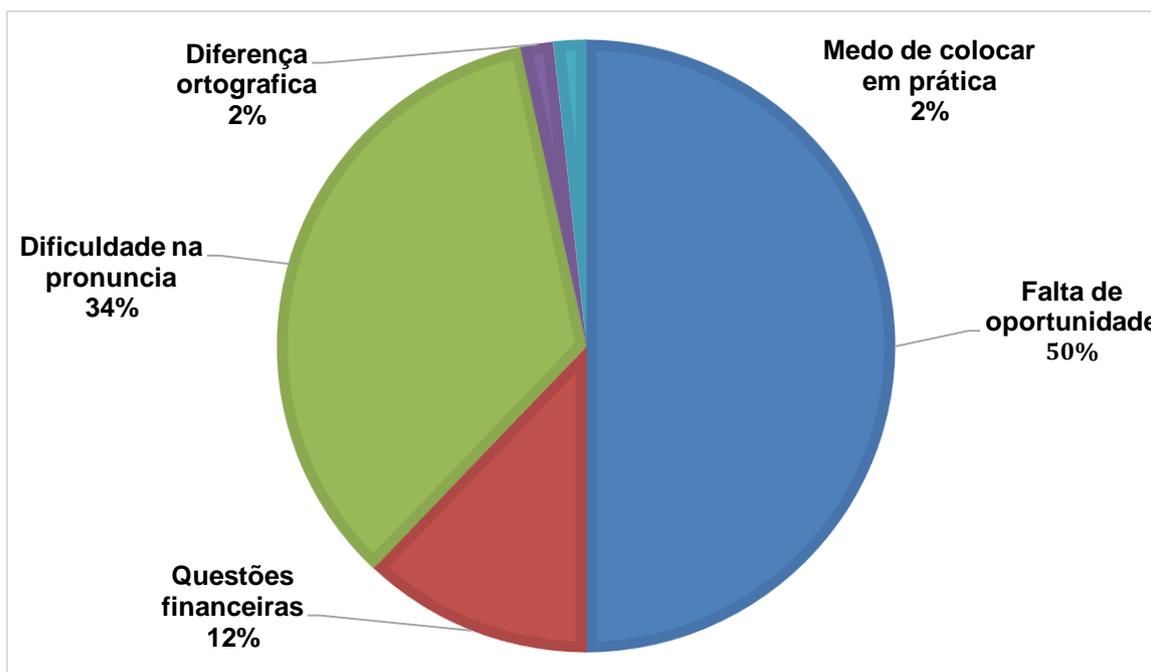
**Gráfico 1:** Idiomas

**Fonte:** Autoria Própria, 2020.

Ao analisar o quadro 4, nota-se que a maioria dos respondentes não possuem domínio sobre algum idioma, totalizando 68,4%. Posto isso, é possível afirmar a maioria dos profissionais não possuem conhecimento perante a outros idiomas que influi em seu desenvolvimento profissional e mercadológico. De certo, por se tratar de um estado onde está longe de grandes pontos de negócio, faz com que grande maioria dos profissionais e dos profissionais que estão por vir, não se interessassem por outra língua.

Por outro lado, 28,9% dos respondentes possuem conhecimento ao menos de 1 idioma, o que vem a ser um salto muito grande no desenvolvimento profissional dos mesmos, visto que diante da demanda solicitada pelo mercado global, esta parcela terá vantagem nas suas atividades profissionais, estando a frente da internacionalização.

Portanto, conclui-se que significativa porcentagem dos profissionais respondentes, não possuem um fator importante de desenvolvimento profissional internacional, com isso pode-se analisar nos próximos gráficos o que pode estar causando essa grande discrepância perante a outros meios linguísticos.



**Gráfico 2:** Motivos

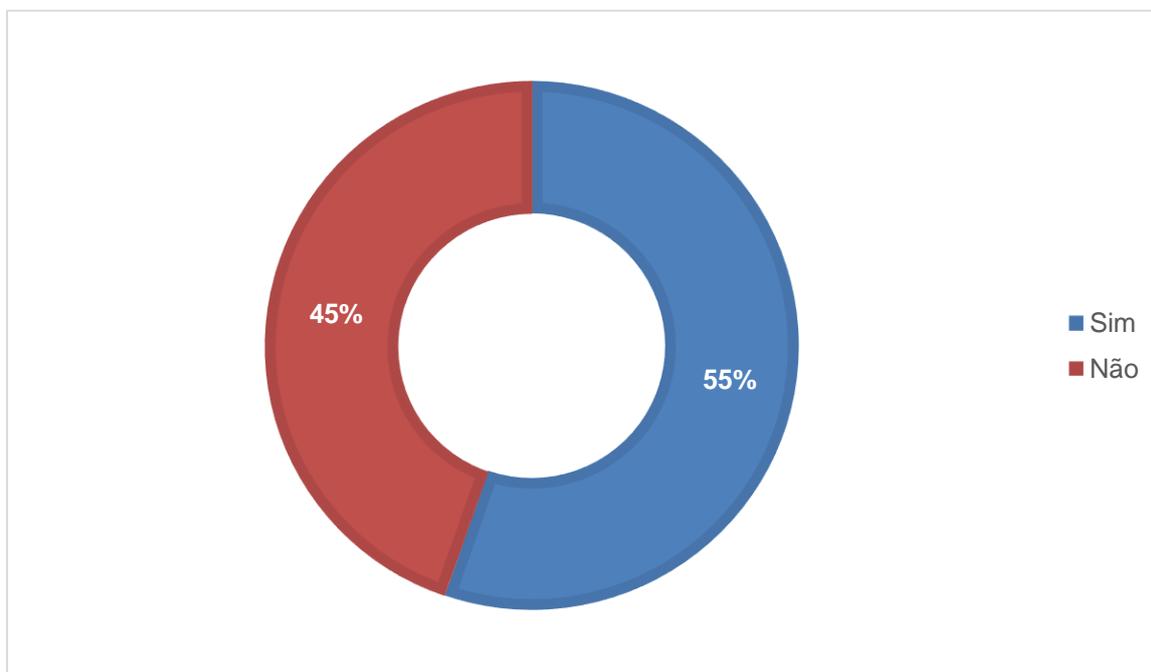
**Fonte:** Autoria Própria, 2020.

O Grande fator que dificulta os brasileiros a se desenvolverem é o próprio “Fator Brasil”, onde seus grandes centros estão longe das suas fronteiras e seu imenso tamanho geográfico. Com o fator de língua oficial e predominante, o português, gerando uma homogeneidade que afeta o Brasil e os seus profissionais, sendo assim crítico para adaptar-se as novas culturas. (STURZA, 2005)

Ao analisar o gráfico 2, observa-se que metade dos respondentes, 50% sentem que para não dominar outro idioma, tem-se o obstáculo de “Falta de oportunidade”, onde foi construída como intuito da oportunidade de prática. Que ao se relacionar ao que foi dito por Eliana Rosa, conclui-se que as barreiras linguísticas que o Brasil ocupa e principalmente o estado da Paraíba, por estar mais distante de polos de grande comércio, tem uma grande dificuldade para aprender novos idiomas e pois não conseguem praticar as falas no dia-a-dia profissional ou estudantil.

Além do mencionado, analisa-se também que 34% mostram-se que sentem dificuldade na pronuncia, uma vez que tentaram colocar em práticas e não se sentiram confortáveis. Ou seja, observa-se que um número de pessoas que poderiam ter grande leque de idiomas na mão, o que resultaria numa melhor resposta ao mercado internacional, se o grande fator Brasil não existisse, sendo um dos mais intolerantes e resistentes a mudanças.

Portanto, um dos pontapés para saber se o mercado paraibano solicita esses profissionais internacionalizados, e com algum tipo de diferenciação, pode-se ver no próximo gráfico, um pouco do cenário em que os profissionais estão inseridos.



**Gráfico 3:** Requisição  
**Fonte:** Autoria Própria, 2020.

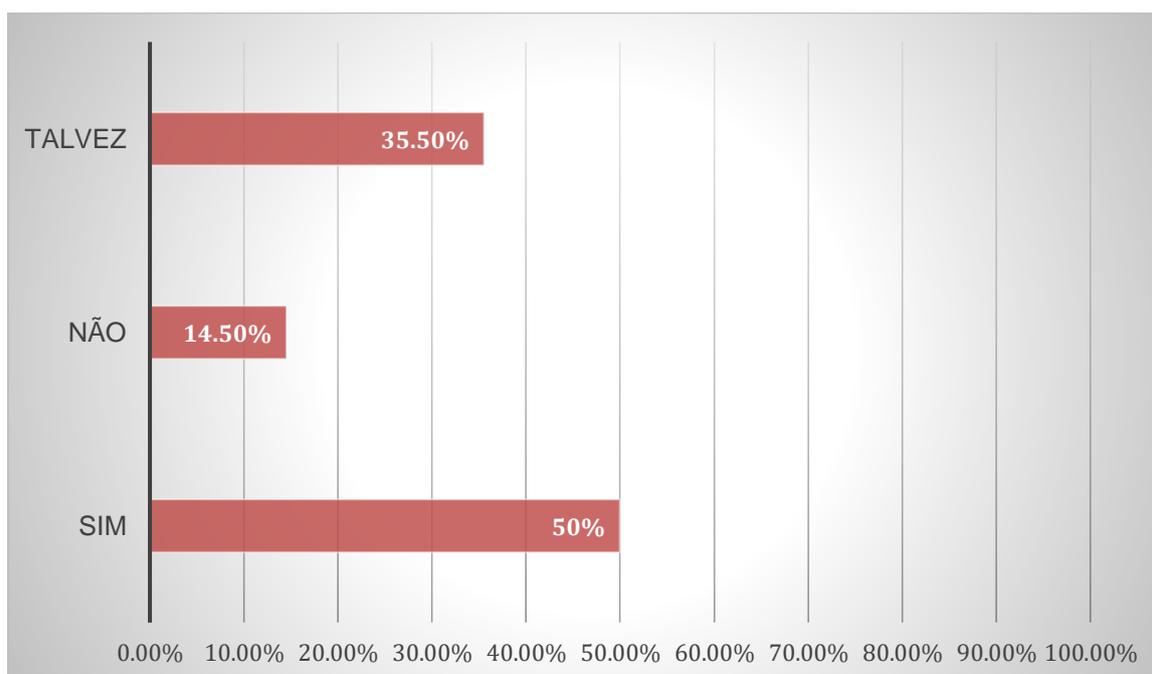
Ao analisar o gráfico 3, percebe-se que não são grandes discrepâncias as respostas, sobre uma possível demanda do mercado aos profissionais, mas ainda sim, 55% dos respondentes diz que ao procurar emprego ou ter alguma promoção no trabalho, são solicitados ao mínimo algum tipo de experiência em outro país ou ter outro idioma como conhecimento. Dentro desse percentual, 45% não tiveram essas oportunidades ou visualizou esse tipo de demanda.

Como dito por Friedman, os profissionais devem ter habilidades e conhecimentos para concorrer no plano mundial, uma vez que, para se concorrer, com várias empresas, sendo ela; pequenas, médias ou grandes, o poder econômico não terá como concentração uma única região ou país. (FRIEDMAN, 2005)

No entanto, esses percentuais, não medem o nível de conhecimento que os profissionais tem sobre a internacionalização ou mercado globalizado. Nesse contexto, o conhecimento dos métodos de globalização e suas teorias, são fatores determinantes para uma possível carreira de sucesso.

## 4.2 IMPACTO DA INTERNACIONALIZAÇÃO

Nesse campo, foi investigado o impacto em que a globalização remete aos profissionais do mercado, sendo sentido diretamente ou indiretamente, havendo o conhecimento ou não da internacionalização.



**Gráfico 4:** Impacto da Globalização

**Fonte:** Autoria Própria, 2020.

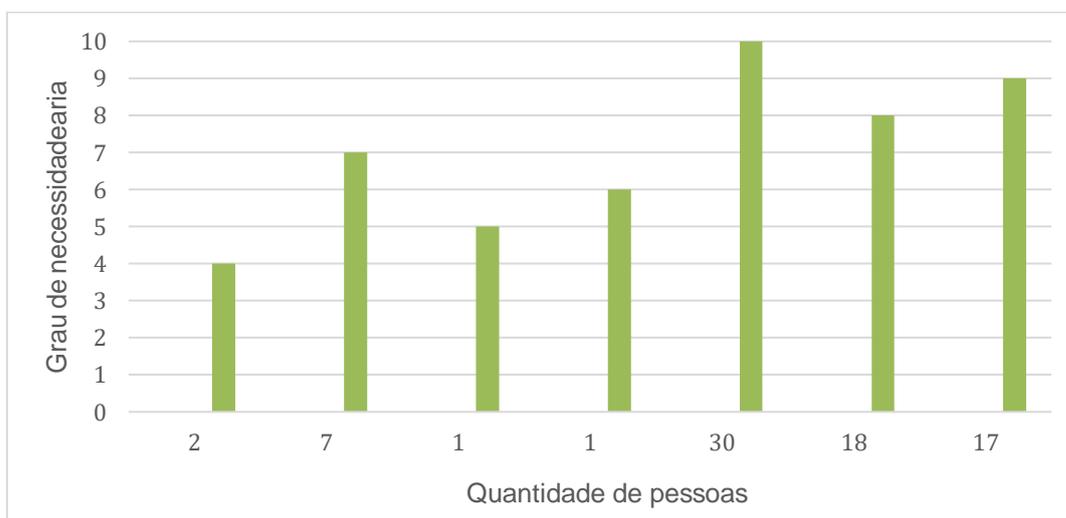
Para Friedman (2005), existem fatores que podem influenciar se o profissional sente o impacto da globalização ou não, porém conseguimos sentir esse mercado exponencialmente mesmo sem sabermos ao certo o que é, tendo serviços simples como contabilidade feitos com parceiros de outro país.

Nesse contexto, os respondentes, se submeteram a um questionamento, onde em alguma empresa que eles trabalharam ou já trabalhou, eles sentem os processos de internacionalização e seus benefícios que agregam ao mercado nacional. Com isso, conseguimos visualizar que 35,5% dos profissionais, não sabe distinguir um processo de internacionalização, ou até saber se a empresa em que está inserida tem negócios estrangeiros.

Observa-se que os gestores, tem dificuldade de no que se refere a uma empresa globalizada, onde 14,5%, não reconhece alguma empresa, ou não trabalhou

em empresas que buscam esse tipo de negócio, o que conseqüentemente estariam perdendo espaço no mercado de trabalho e na inserção desse universo global.

Por outro lado, como aspecto positivo, ressalta-se o fato de quem metade dos profissionais respondentes, demonstram que por mais que não tenham um idioma dominante além do português, conseguem ver a globalização tomar conta da empresa, assim como os seus processos. Esse fato pode se tornar incoerente com grande quantidade de pessoas que não dominam outros idiomas, já que, Kawachi (2005) sugere que o domínio de uma língua estrangeira é um dos fatores importantes para poder identificar e sentir o impacto da globalização, porém como Friedman, sempre afirmou, a globalização sempre está crescendo mesmo que não visto ou entendido como ela funciona.



**Gráfico 5:** Graus de necessidades

**Fonte:** Autoria Própria, 2020

Os aspectos da globalização, remete a percepções e conhecimentos ligados a internacionalização, as experiências ao longo dos anos, determinam o quanto de consciência sobre os processos tomados pelo mercado global. Como afirma Johanson e Vahlne (1990), na proposta do modelo, todas as necessidades de internacionalização são sentidas incondicionalmente se o indivíduo tem o devido conhecimento ou não.

No gráfico analisado, observa-se que 30 dos respondentes, sendo estes a maioria, afirmam que o grau de necessidade de um profissional para poder se internacionalizar em um mercado global, é máximo, onde sendo muito criterioso e fator

importante, comprovando que por mais que nós não conhecemos os fatores internacionais, podemos senti-los e ao longo do tempo visualiza-los.

Além disso, é de se observar que o alto índice de relevância das pessoas, perante a internacionalização, concorda que há um grau de necessidade muito sério, sendo ele prioritário ou não, assim o profissional pode escalar e mensurar ele, mas sempre mantendo em relevância.

Isso significa, a globalização está presente na vida dos profissionais respondentes e podem ser vistas e percebidas por eles, mesmo não obtendo o conhecimento ou aprofundamento. Isso demonstra que, de modo geral, os profissionais sentem-se incomodados ou motivados a se internacionalizar, sendo assim incluídos de vés ao mercado global em expansão. No cenário em que o profissional paraibano está inserido, eles se colocam, como não importante buscar o conhecimento dos fatores internacionais, por mais que os mesmo sejam vistos, se acomodando-se a algo raso sem profundidade, o que é muito das vezes, triste, perante a grande demanda do mercado na procura de profissionais internacionalizados.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante de todos os resultados obtidos e da realização das análises, considerando o contexto de um mercado globalizado e os estudos de autores relevantes, foi possível concluir que os profissionais da paraíba, tem noção e conseguem visualizar a globalização.

Embora tenham sido percebidos muitos aspectos positivos, onde o profissional aparenta estar sobre o controle da globalização, e não necessita de mais conhecimento sobre, observa-se que muitos desses profissionais poderiam estar mais afundados no mercado global, para assim serem melhor inseridos profissionalmente ao início de uma carreira internacional.

Nesse cenário global, adquirir práticas e conhecimento dos processos de internacionalização, são cruciais e necessários para qualquer profissional. Portanto esse crescimento de demanda contratual por essas pessoas, tem gerado a maior percepção do gestor.

É fundamental evidenciar que os objetivos propostos por este artigo foram atingidos, uma vez que, o questionário aplicado, foi o suficiente para identificar um

perfil, avaliar e verificar que o profissional paraibano, que por ter um perfil, muito amador perante a globalização, consegue perceber os fatores de um mercado global. Ainda foi possível quantificar, que uma grande parcela dos profissionais passa por processos que necessitam de uma certa internacionalização, por mais que seja simples, como um domínio de outra língua. Foram revisadas às teorias e seus conceitos, cuja a base teórica o pesquisador adquiriu, foi possível revisar as práticas que um mundo globalizado utiliza, deixando o seu mercado cada vez mais extenso e comunicável sem barreiras para impedir o seu próprio progresso.

Analisando a pesquisa qualitativa e as observações, evidencia-se que embora os resultados tenham sido bons com a identificação de um mercado global, ainda existem melhorias que as instituições de ensino podem fazer. Um dos pontos que podem ser melhorados, é a introdução de fato dos profissionais ao mercado global, com algum incentivo em seu curso, alcançando assim um número maior de profissionais inseridos globalmente. Fica evidenciado que, somente o modo em que é tratado, sendo superficial, não é o suficiente, ainda mais em um mercado em expansão como o globalizado vem sendo a cada dia. Nesse sentido, apresenta-se como propício as instituições, a reciclagem das maneiras em que o tema é digerido pelos estudantes, gerando um ganho de experiências às práticas que o mercado atual utiliza, principalmente no que se refere a globalização.

Recomenda-se para futuras pesquisas, uma análise qualitativa dirigida a perspectiva dos profissionais acerca dos processos de tomada de decisão a frente de um mercado globalizado, referente aos gestores da capital da paraíba.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, André. **Internacionalização de empresas brasileiras: perspectivas e riscos**. Elsevier, 2007.

ALCOFORADO, Fernando. **Globalização e desenvolvimento**. NBL Editora, 2006.  
ANSOFF, H. I., McDONNEL, E. J. **Implantando Administração Estratégica**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1993.

AGUILERA URQUIZA, Antonio Hilario; RIBEIRO, Leonardo Cavallini. Paradoxos da Globalização, fronteiras culturais e direitos humanos. **Revista Direito UFMS**, V. 3, n. 2, p. 241-260, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/revdir/article/view/5305>. Acessado em 25 de Abril de 2020.

BRUCHEZ, Adriane *et al.* Análise da utilização do estudo de caso qualitativo e triangulação na Brazilian Business Review. **Revista ESPACIOS| Vol. 37 (Nº 05) Año 2016**, 2016. Disponível em: <https://www.revistaespacios.com/a16v37n05/16370524.html>. Acessado em 6 de Out. de 2020.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN Pedro Alcino; DA SILVA Roberto. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CURTO, Diogo Ramada. **Estudos sobre a Globalização**. Leya, 2018.

CERCEAU, Júnia; LARA, José Edson. **Estratégias de Internacionalização de Empresas: uma abordagem teórica**. EnANPAD, XXIII, Foz do Iguaçu, 1999.

CAMPOS, Luís; CANAVEZES, Sara. **Introdução à globalização**. 2007.

DERESKY, Helen. **Administração Global: Estratégica e Interpessoal**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

DE SOUZA, Eda Castro Lucas; FENILI, Renato Ribeiro. Internacionalização de empresas: perspectivas teóricas e agenda de pesquisa. **Revista de Ciências da Administração**, v. 14, n. 33, p. 103-118, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufso.br/index.php/adm/article/view/23221>. Acessado em 23 de Ago. de 2020.

FRIEDMAN, Thomas L. **O Mundo é Plano**. 3. Ed. Atual e ampl. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrole: o que a globalização está fazendo de nós**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007. HANASHIRO, Darcy Mitiko Mori; DE CARVALHO, Sueli Galego. Diversidade cultural: panorama atual e reflexões para a realidade brasileira. **REAd-Revista Eletrônica de Administração**, v. 11, n. 5, p. 1-21, 2005. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4011/401137448001.pdf>. Acessado em 28 de Set. de 2020.

IANNI, Octavio. Globalização: novo paradigma das ciências sociais. **Estudos Avançados**, v. 8, n. 21, p. 147-163, 1994. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40141994000200009](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141994000200009). Acessado em 26 de Abril de 2020.

JOHANSON, J.; VAHLNE, J. E. **The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitment**. Journal of International Business Studies, 1977.

KAWACHI, Guilherme Jotto et al. **Estereótipos culturais em estágios avançados de aprendizado de inglês como língua estrangeira e seus desdobramentos para ensino e uso do idioma**. 2011. Disponível em:

<https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/5708/3513.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acessado em 24 de Set. de 2020.

PEDREIRA, Jorge. **Os paradoxos da globalização**: mercado, capitalismo e poder. Leya, 2018.

STURZA, Eliana Rosa. Línguas de fronteira: o desconhecido território das práticas lingüísticas nas fronteiras brasileiras. **Ciência e Cultura**, v. 57, n. 2, p. 47-50, 2005. Disponível em: [http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S0009-67252005000200021&script=sci\\_arttext](http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S0009-67252005000200021&script=sci_arttext). Acesso em 28 de set. de 2020.

STALLIVIERI, Luciane. **Internacionalização e intercâmbio**. Appris Editora e Livraria Eireli-ME, 2017.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único a consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2008.

VASCONCELOS, Ana Maria Nogales; BOTEGA, Tuíla. **Políticas Migratórias e o paradoxo da globalização**. EDIPUCRS, 2015.

XAVIER, Alexandre. Responsabilidade Social Corporativa: Um enfoque multidisciplinar no contexto Globalizado. **Desenvolvimento em Questão**, v. 8, n. 16, p. 131-158, 13 out. 2011. Disponível em: <https://revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/58>. Acessado em 16 de Julho de 2020.

## APÊNDICE

### Instrumento de pesquisa

1. Qual o seu sexo?

Feminino – Masculino

2. Qual a sua faixa etária?

15 a 19 anos – 20 a 24 anos – 25 a 29 anos – 30 a 34 anos – 35 a 39 anos -  
Acima dos 40 anos

3. Qual a sua área de atuação/profissão?

Administração/Gestão – Estudante	Gestão Comercial – Estudante
Administração/Gestão – Graduado	Gestão Comercial – Graduado
Gestão de RH– Estudante	Gestão Financeira – Estudante
Gestão de RH – Graduado	Gestão Financeira – Graduado
Ciências Contábeis/Gestor – Estudante	Outros
Ciências Contábeis/Gestor – Graduado	

4. Que outros idiomas além do português, você domina?

Inglês – Espanhol – Mandarim (Chinês) – Italiano – Frances – Alemão – Russo  
– Hindi (Indiano) – Não domínio nenhum outro idioma

5. Por qual motivo você não domina outro idioma? (Só responda está questão se você tiver marcado a opção “Não domínio nenhum outro idioma”)

Questões financeiras – Diferença gramatical – Dificuldade na pronuncia –  
Diferença Ortográfica – Medo de colocar em prática – Falta de oportunidade  
(sem tempo ou oportunidade de praticar)

6. *A internacionalização, é um passo importante para a formação de profissionais com competências multiculturais e pensamento global. Aprender especificamente algum tema, não é mais o suficiente, cada vez mais está sendo necessário compreender como determinada situação está sendo inserida no mundo globalizado e como ela é percebida a partir de perspectiva intercultural.*

Com está predefinição de internacionalização, visando um mercado global, se você pudesse definir em uma escala de 0 a 10, o grau de necessidade de internacionalização que um profissional precisa obter, para ter sucesso no mercado atual, quanto seria esta atribuição?

7. Na empresa que você trabalha ou trabalhou, você sente o impacto da globalização e da internacionalização? (A opção “Outros” destinada a comentários sobre a sua resposta)

Sim – Não – Talvez – Outros

8. Você já procurou ou recusou um cargo, pois um dos diferenciais solicitados pela empresa seria outro idioma ou experiência em outro país?

Sim - Não