

A INFLUÊNCIA DA CULTURA NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS COM OS ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA

Julio César Zilli / UNESC / zilli42@hotmail.com
Ricardo Alves Colonetti / UNESC / ricardocolonetti@hotmail.com
Camila Moises Machado / UNESC / camilacriciuma@hotmail.com
Rosane Aléssio Dal Toé / SENAI / rosane.toe@sc.senai.br

Economia e Relações Internacionais

O processo de internacionalização das organizações brasileiras, em diferentes mercados internacionais, é uma realidade cada vez mais presente no contexto empresarial. A inserção em um mercado totalmente globalizado requer das organizações uma atenção especial, principalmente, para as questões culturais, uma vez que, a busca por produtos e serviços, via exportação ou importação, ocorre, cada vez mais, em mercados distantes geograficamente e culturalmente. Os Estados Unidos da América, uma das economias de maior consumo mundial, é um dos principais destinos das exportações brasileiras e também um dos grandes parceiros comerciais do Brasil no mercado internacional. Neste contexto, o presente estudo tem por objetivo conhecer a influência da cultura nas relações internacionais, sob a ótica das empresas exportadoras do Sul de Santa Catarina com os Estados Unidos da América (EUA). Metodologicamente o estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva quanto aos fins e bibliográfica e de campo com relação aos meios de investigação. A amostra foi composta por 10 empresas exportadoras de diversos setores do Sul de Santa Catarina, sendo caracterizada como uma amostra não probabilística intencional. Para a coleta de dados optou-se pela aplicação, via *e-mail*, de um questionário composto por 25 perguntas contemplando o perfil empresarial, a atividade exportadora e o perfil cultural nas relações internacionais com o mercado americano. Verificou-se que as empresas são em sua maioria de médio porte; atuam nos setores alimentício, vestuário, agronegócio, metal mecânico, químico, madeira, construção civil e cerâmica; e apresentam mais de 10 anos de experiência no mercado externo. Além do mercado norte americano, as empresas também exportam para a América do Sul, América Central, África, Ásia, Europa, Oceania e Oriente Médio. Quanto à cultura, os aspectos mais relevantes para os negociadores dos EUA, sob a ótica das empresas exportadoras pesquisadas, relacionam-se ao tempo e pontualidade nas reuniões, ao estudo de sua cultura, a preparação para as negociações, a fluência no idioma inglês, a experiência internacional, ao interesse dos negociadores americanos pela gastronomia dos países que negociam e a escolha do lugar para a rodada de negócios. Na mesa de negociação demonstram ser organizados, autodisciplinados, trazendo os fatos mais relevantes para a tomada de decisão, e, conseqüentemente, comunicando-se com rapidez e com foco no seu objetivo.

Palavras-chave: Cultura. Negociação Internacional. Estados Unidos da América.